



# 消费需求成了市场真正的主宰 时尚节如何助力“时尚名城”建设?

昨日,2019宁波时尚节暨第23届宁波国际服装节圆满收官。4天来,12个国家和地区的285个品牌绚丽登场,1万多名境内外专业客商和50余个重要贸易团组到会洽谈、采购,5万余名普通观众参观互动,充分展现了“时尚多彩 美好未来”的新图景,也为宁波时尚名城建设增添了助力。

□记者 乐晓立

## A 潮流驱动消费升级

在消费升级的时代,宁波时尚节上的本土服装企业纷纷亮出了自己的新品牌、新产品和新品类。

男装品牌领导者雅戈尔,这次主打的是全新的女装品牌 YOUNGOR LADY。该细分品牌属轻熟淑装中的高端品牌,目标客群定位为35岁-45岁的职业女性,同时穿着的场合基本是以通勤为主,因此以制服和连衣裙的经典品类为主。另一方面,为了彰显职业女性的时尚感,YOUNGOR LADY采用了更为优质、舒适的面料和更为新颖、时尚的剪裁,同时辅以一些亮眼的小饰品作为细节点缀,体现独特的生活情趣和匠心。这一系列细分,使得 YOUNGOR LADY 的市场定位比较精准。

同样是女装,同样是面向35岁-45岁职业女性的轻熟淑装,女装品牌 Landscape 带来的是更为张扬的北美风格设计。Landscape 来源于加拿大,由宁波企业带回国加工运营,在面料上大胆地使用灯芯绒等材质做成西服,并在领口、袖口上采用大量的强对比色拼接,视觉冲击感强烈。对许多较为保守的消费者来说,也许会有种“驾驭不了”的感觉;但为那些大胆追逐前卫的人,带来属于他们的个性选择。

来自海曙的旷世智源营造了边边角角生活馆,主打工艺蜡烛和澳洲香薰。工作人员介绍,该公司是世界前三的工艺蜡烛制造商,产品以出口为主。



参会商合影留念。



宁波时尚节活动现场。通讯员供图

## B 科技引领时尚变革

时尚是一个潜力巨大的产业,其中两大重要动因是消费者文化意识的觉醒与现代科技发展的驱动。显然,科技加持是时尚产业发展的重要议题。本届时尚节期间,展馆内、论坛上,新材料、算法、大数据、区块链成了热词。

宁波苹果服饰的“聚能”科技应用很吸睛。据悉,应用这种技术,可以调节人体生理微循环,减少运动的疲劳感,并增加机体的一些功能,比如平衡性等。目前这种技术已经应用到了苹果的外套、鞋类产品上。同时,苹果服饰还推出了能充电的衣服,能利用太阳为登山服里的电池包充电,登山外套就变成

了隐形的充电宝,在野外探险时非常实用。此外,通过石墨烯材料加热的外套,可以用于野外保暖。

在新技术、新工艺的推动下,环保面料也更多元。比如,申洲的可降解涤纶,在土壤中只要338天便可实现基本降解;而再生涤纶,是用回收来的塑料瓶、废旧纺丝、泡沫塑料等,制成新纺织材料。这些可再生面料在外观上与普通面料区别不大,但价格会贵50%-60%,目前内销还未兴起,但随着垃圾分类意识的增强,相信在不久的将来这一趋势也会给中国带来不一样的色彩。

## C 平台加速产业蝶变

宁波时尚节不只融合最优秀的产业链资源,更汇聚了行业前沿观点、潮流趋势体验。4天来,通过6场专业论坛,30多场商贸对接会和新品发布会、宁波时尚消费嘉年华、网红直播购等活动,宁波时尚节以跨界、共享与多元的全新姿态,打造出了全新的时尚体验。

首次举办的2019宁波时尚大会星光熠熠,是历届服装节规模最大、层级最高、影响力最强、文商兼备的经贸论坛活动。大会围绕产业时尚化、时尚产业化和时尚城市建设等主题,邀请海内外时尚产业专家、领军企业、时尚大咖等进行主旨演讲和互动对话。有“中国时尚产业教父”之称的杨大筠、意大利时尚产业联合会驻华首席代表弗朗西斯、中国时装设计“金顶奖”获得者武学凯、雅戈尔集团董事长李

如成、新秀丽(中国)高级市场营销总监吴永红、山东舒朗服装服饰股份有限公司董事沈丽等业界大咖就时尚产业发展新趋势、新业态、新模式等方面进行专家演讲与互动对话,共探行业趋势与创新。

在本届时尚节上,宁波时尚产业创新联盟正式成立。雅戈尔、申洲、新秀丽、博洋等105家时尚服装、箱包、饰品、家居、家纺企业将借助联盟,形成合力,助力宁波时尚产业迈向高质量发展。

时尚联盟成立后,将在研究时尚产业发展方向、发布专业报告的同时,促进联盟成员之间的资源共享,推动产业创新和转型升级。联盟还将推动时尚产业相关行业上下游的深入合作、产需对接及区域合作,加快传统产业与时尚产业的融合发展。

平安 宁波  
公益广告

# 共建平安宁波

# 共享宁波平安