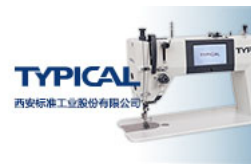


“童装逐鹿 即墨论道” 2019中国即墨童装产业创新发展讲坛“探秘”未来!



2019-07-15 10:50 作者: 刘晓青 来源: 中国服饰



热点资讯

“改变的挑战、不变的坚持 向新·创未来——2018中国温故知新，展望2018 | 中韵古韵今风，葫芦岛（兴城）2019中国服装论坛官方完稿 如何读懂纺织服装品牌这一歌力思夏国新：中国时装业中国服装“制造英雄”集结 2018新版职业资格证书启月 邱亚夫：国民要对中华民族

7月11日，2019中国即墨童装产业创新发展讲坛在青岛即墨区正式开讲。本次讲坛以“即墨童装，走向世界”为主题，凝聚来自全球的前沿理念、解决方案和商业实践，聆听最具远见的意见领袖的观点，展示时尚前沿的技术和创新，寻找企业发展新动力和方向，推动中国童装商业进步，塑造童装产业新的竞争力，为即墨童装产业如何打造“世界级童装产业集群”建言献策。



中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，即墨国际商贸城党工委副书记张超，中国服装协会专职副会长周一奇，中国服装协会上海办主任檀安慈，中国服装协会童装专业委员会秘书长季明以及即墨区童装各商会、童装企业负责人出席讲坛。中国服装协会副秘书长李昕担任主持。



▲中国服装协会副秘书长李昕担任主持



▲中国服装协会专职副会长周一奇

中国童装市场正迎来一个高速发展期——预计五年内（2017-2021）年均童装复合增长率约为8.05%，2021年童装市场规模将达到2177亿元。在不断攀升的消费需求背后，即墨童装在产业布局和市场拓展上如何把握机遇？中国童装在海外童装品牌的强势进驻下该如何发展？坚持自主创新的未来中国童装发展路径又将何去何从？会上中国服装协会专职副会长周一奇在致辞中提出中国童装未来发展的趋势与路径。



▲即墨国际商贸城党工委副书记张超

“即墨童装目前已经步入快车道。”即墨国际商贸城党工委副书记张超在致辞中介绍，即墨童装凭着“安全、品质、时尚”和“原创、原产、原价”的特色不断扩大行业影响力。目前已经吸引了20万从业者，年交易额达800亿元，线上交易已超500亿元。今年1月份，即墨获评“共建世界级童装产业集群先行区”殊荣，即墨区政府将紧紧围绕这一发展目标，加快推进新旧动能转换，重点在设计研发、提升优质制造、打造区域品牌、拓展销售渠道等板块集中发力，力争将即墨打造成全国首个世界级童装产业集群。



▲中华全国商业信息中心副处长王欢

“商业数据表明，2019年中国服装产业发展面临较大压力，但童装市场的表现整体优于其他品类。”中华全国商业信息中心副处长王欢通过数据和案例表示，目前童装发展也呈现如下特点：运动品牌推出的童装品牌表现突出；以实体店渠道为主的品牌线上销售优势明显；小众市场快速发展。而对于童装市场的发展趋势，她表示，童装企业应该加强服务延伸获得更大附加值。



▲杜邦中国集团有限公司生物基材料事业部、SORONA服装应用中国区市场部经理翁文瑾

会上, 就如何用科技创新为童装品牌的产品赋能, 提高竞争力, 杜邦中国集团有限公司生物基材料事业部、SORONA服装应用中国区市场部经理翁文瑾分享了“材料科技创新如何为童装品牌与产品赋能”。她表示, 安全、环保可持续时尚已经成为主流, 也成为许多企业发展的共识。除此以外, 从跨界到无界, 不创新、定位不明确就无路可走, 产品升级、提高品质也是2019服装行业发展的“流行”词。SORONA是一种具有独特优良性能的新型纤维, 能够延伸出无限可能。



▲万顺服饰董事长李云品

作为童装品牌的实操高手, 德牌从2015年创立伊始, 短短几年不到, 以裂变的速度发展为2000家分店以上, 产品深受广大“80后”、“90后”爸妈及小朋友们的喜爱。万顺服饰董事长李云品在会上讲述了他的品牌观与运营思路。他认为, 任何科技和创新都离不开服务, 其背后是对消费者的尊重。因此, 德牌的发展模式也以此为中心进行不断调整, 总部与经销商及终端店铺也是以服务来链接, 打造利他、包容、共赢的新联创销售模式。



▲江苏笛莎公主文化创意产业有限公司品牌总监马姚俊

笛莎品牌创建于2009年，以女童童装为切入点，立足于“每个女孩都是公主”为品牌理念，通过线上笛莎公主旗舰店等10余家电商平台和线下40多家笛莎O2O店铺，2016年销售额超过4个亿，会员数超过200多万。江苏笛莎公主文化创意产业有限公司品牌总监马姚俊通过大量案例分享了如何通过内容输出赢得消费者关注。



中国纺织信息中心前法国PROMOSTYL趋势顾问、POP FASHION全球时尚趋势首席专家曲丹丹

中国纺织信息中心前法国PROMOSTYL趋势顾问、POP FASHION全球时尚趋势首席专家曲丹丹从灵感来源，主题色彩等方面分享了2021年秋冬童装流行趋势，以及韩国、欧美等童装品牌的特点，她同时表示，儿童演出服近两年取得了很大增长。“国内童装市场也在发生一些变化，不再一味关注韩国风尚。随着国内设计师的兴起，中国文化回归以及国潮盛行，这些新的设计思潮已经慢慢渗透到国内童装领域。”

与此同时，百团千人采购对接会（即墨童装专场）也同期举行，来自即墨的近百家优质童装企业，与来自全国各地的采购商进行了洽谈与交流，形成了有效的商贸对接。



面对新形势，即墨童装产业新定位，立足国家战略，即墨需要更加深入的理论思考及更加广泛的国际视野。本次论坛和对接活动为即墨打造“世界级童装产业集群”指明了方向、路径、步骤、支撑载体，同时将吸引一批在世界童装产业领域中处于领先地位，占据全球价值链中高端的世界级童装龙头企业和高端人才关注、进驻即墨，为发挥即墨“共建世界级童装产业集群先行区”的引领和带动作用，推动中国童装品牌的创新实践，开启中国童装产业发展新旅程。



分享到:

相关新闻

孙瑞哲：智设计·智品牌·智未来
 中国服装企业家代表团“走进日韩”活动
 代表委员“回娘家”：倾诉纺织情怀，献
 “区块链”+纺织服装，能碰撞出怎样的
 “衣联生态 缔造WE来”：中国服装物联生

2019“裘都杯”中国裘皮服装创意设计大赛
 协同联动 全球共享：“2019全球纺织服装
 时尚海宁 折桂米兰—2019秋冬米兰时装周
 陈大鹏：中国服装行业大有可为
 大数据来了！春节消费近9000亿元，“巨款

友情链接:

中华人民共和国中央人民政府 | 中华人民共和国商务部 | 工业和信息化部 | 中华人民共和国外交部 | 国家发展与改革委员会 | 中华人民共和国文化部 | 中国税务 | 中国海关总署 | 国家统计局 | 国家外汇管理局 | 国家知识产权局 | 国家质量监督检验检疫总局 | 中国纺织工业联合会 | 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 | 中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会 | 中国棉纺织行业协会 | 中国流行色协会 | 中国家用纺织品行业协会 | 中国缝制机械协会 | 中国纺织服装品牌网 |

