

引爆时尚燃点，2021春夏中国女装面料流行趋势提案会举行

文章来源：纺织服装周刊 2019-12-24

分享到 QQ空间 新浪微博 人人网 腾讯微博 网易微博 0

燃点，指物质能达到迅速燃烧的过程，若对时尚而言，会是怎样？时尚燃点·2021春夏中国女装面料流行趋势提案会，12月20日在浙江柯桥带来清晰答案，从问道流行趋势的初衷与目标，到落地时尚价值的方法与意义，一步步引爆时尚燃点，这是怎样的过程？

让我们以流行趋势为引领，一览其中精彩。



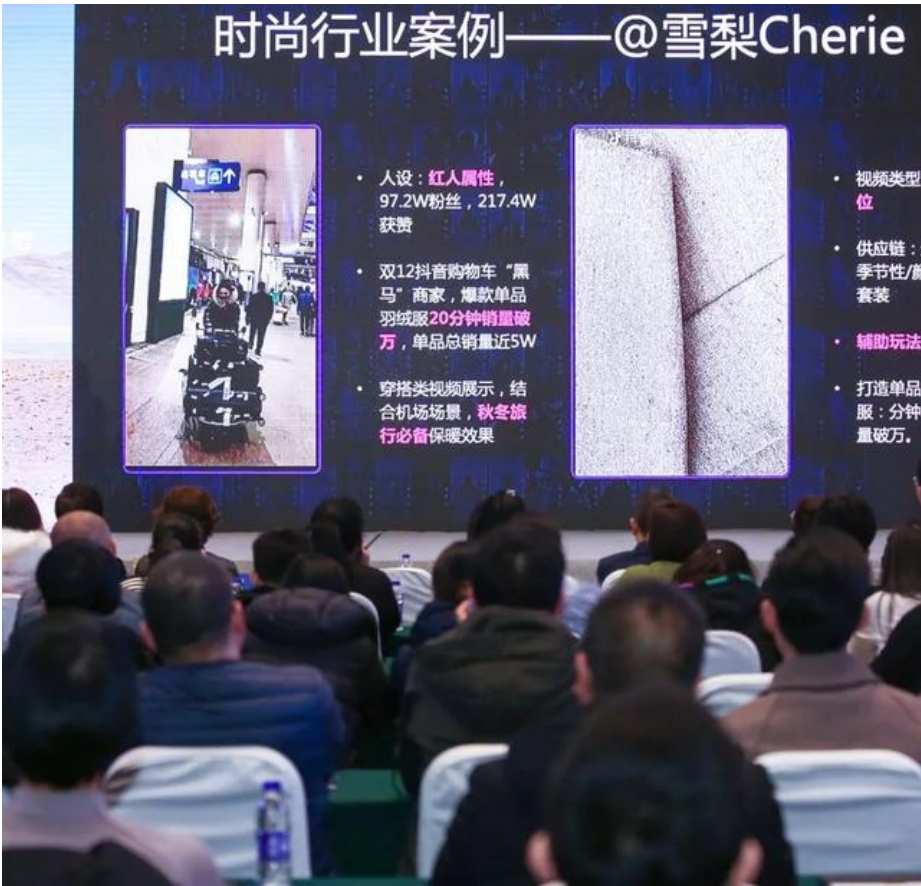
2021春夏中国纺织面料流行趋势提案

更多资讯
纺织
服装
纺织机械
展会
国际
院校
数据





日丽风清，冬意盈盈，12月末的柯桥让此次提案会也别具一番厚积冬藏、蓄势待发的气场，由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、浙江省绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，中国女装面料流行趋势研究院、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟、柯桥时尚同盟承办，会聚纺织精英、趋势专家、跨界达人、知名设计师和以趋势联盟企业为主的纺织企业代表等多维智慧力量，还有大数据技术专家、柯桥当地纺织服装行业代表以及影响力媒体记者等共逾百人参加此次提案会，众筹时尚智慧，众创流行趋势。









此次提案会以专业为内核，以产品为本质，从趋势研究、创意开发和价值落地三方面着手全面碰撞智慧，启迪创新。

01

众神时代：智囊共聚，主题分享勾勒春夏时尚的致

2019年全球奢侈品市场达9.8万亿人民币，纺织服装占多数比例，中国消费者带动其中90%的增长；Kering集团携旗下GUCCI、BALENCIAGA、BOTTEGA VENETA等品牌进入中国；OTB集团旗下品牌DIESEL、MARNI和MAISON MARGIELA在中国势头不断翻新；中国品牌李宁、鄂尔多斯、上海滩等寻求超越时代的创新路径……中国纺织服装行业已然进入众神时代，多家知名品牌强势进入，本土创意新贵不断涌现，作为潮流沉浮中的纺织行业如何应对？聚焦女性时尚，此次提案会的主题分享让创意思考从四个关键点翻新迭代。

借风口辨机遇：巨量引擎商业产品市场推广高级经理李春柳主题分享《短视频风口下的时尚产业新机遇》。



巨量引擎商业产品市场推广高级经理李春柳

新媒体社交工具不断涌现，抖音成为搅动时尚、超强带货的一个重要渠道，面对以抖音为代表的短视频平台崛起，纺织服装行业可以怎样借力？借力路径和技巧有哪些？李春柳在主题分享中结合端口流量数据、有效运营案例、消费特质分析等专业内容，系列化分享了关于时尚产业新机遇的思考。人群的精准化运营是影响营销价值的关键，她表示，我们正处在一个全新的时代，有着全新的媒体和全新的用户触达方式，借力抖音这样的平台，打造爆款将成为可能，“分为五个步骤，选品、选达人、脚本测试、大V收割、持续的投放。”李春柳进一步结合陆仙人、雪梨等营销实例，分析从初阶到高阶的营销推广路径：1.开箱评测类，如BJHG, 楼兰菇凉；2.垂直换装类，如武轩；3.反差对比类，如三水朝；4.口播讲解类，如叁佰的日常穿搭；5.情景短剧类，如古阿新。

从客户看产品：东格质造创始人、东宙时尚学院首席学术官徐卫东主题分享《客户和客户的产品时代》。



东格质造创始人、东由时尚学院首席学术官徐卫东

结合多年的行业内从业经验以及近期走访纺织面料企业、服装设计公司的实践所得，徐卫东发现“中国的纺织企业守着金山银山在发愁”，他从7个方面剖析了行业创新发展、激发潜能的思考，“其实你的客户非常厉害，”他指出，不仅要了解客户所需还要了解其产品怎样应用，而现在很多企业却并不清楚这些，“就意味着你不知道你的竞争对手是谁，就意味着你有很多机会消失了。”徐卫东认为，纺织面料企业利润增长的第一桶金就蕴藏在自己的客户名单中，深度分析客户，准确管理客户需求，不断优化客户层，才能在未来机遇丰厚的中国市场斩获更多收益，他以东丽集团扶持优衣库发展为例：“能象东丽一样的培养中国的优衣库么？”他指出，现在我们年轻的服装品牌不就像当年的优衣库吗？让合作伙伴互为引导，能够推动更多创新诞生。最后，徐卫东回归客户、产品，总结道：“卓越的产品研发体系和品牌体系建设是中国制造到中国创造的弯道超车之路的核心。”

以国潮启新思：金顶奖设计师、中国服装设计师协会副主席曾凤飞主题分享《中国传统元素在现代服饰设计中的时尚魅力》。



“金顶奖”设计师、中国服装设计师协会副主席曾凤飞

在中国国际时装周大放异彩的国潮设计中，曾凤飞的作品颇受关注，在此次提案会，他带来了丰富的设计思考，结合中国传统文化对色彩的定义与延伸，融通多年来在中国各少数民族采风的第一手素材与资料，他将图案、技艺维度的创意设计充分沁染中国文化，以其作品《山哈》为例，其中用色丰富，黄以“天玄地黄”意向为本，彰显蕴藏万物生机的张力；其中纹样幻化多姿，却有着耐人寻味的故事滋味，因其借鉴了畲族服饰图案对生活的多样表达；更不用说对刺绣、盘扣等传统技艺的创新演绎。曾凤飞表示：作为一个设计师要理解传统文化，在传统文化当中要有对机能的表现和对细节的把握，“和谐统一是中国服饰文化的精髓，尊重中国是衣冠之国。”

就营销论创意：知名品牌专家、乌丫联合CEO周龙主题分享《从做产品到营销，一个有趣的灵魂》



知名品牌专家、乌丫联合CEO周龙

立足于当前的年轻文化，怎样因纺织服装而玩得更有意思？周龙的分享恰恰以此击中年轻群体的兴趣神经。“我们在做乌丫的时候，出发点跟原来做品牌的思路是不一样的，”他介绍道，“我们强调真实、有趣，中间加了‘自由’两个字。”在此次提案会，针对春夏季时尚，周龙分享了乌丫品牌指向“时髦大姐”的一系列趣味设计，如“我很穷”系列男装、“天下第一美”女装和“我想和你滚床单”睡衣营销主题，让在座的每一位与会者耳目一新，原来有趣的品牌玩法可以这样牵动大众注意力。“我们的产品都基于对当下文化的观察，再尽可能把它演变成一些有趣的营销主题，确保我们的产品在市场上是独一无二的。”周龙介绍品牌的过程中，每一款销售爆款的每一个趣味故事都指向独特的文化意向，他简练地总结乌丫品牌为“全球样式，就地取材”，老外觉得很中国，国人觉得很洋气，让时尚创意也值得有趣的、年轻的心思来玩味。

看趋势定方向：中国纺织信息中心流行趋势部创意总监曹潇文主题分享《2021SS中国纺织面料流行趋势》

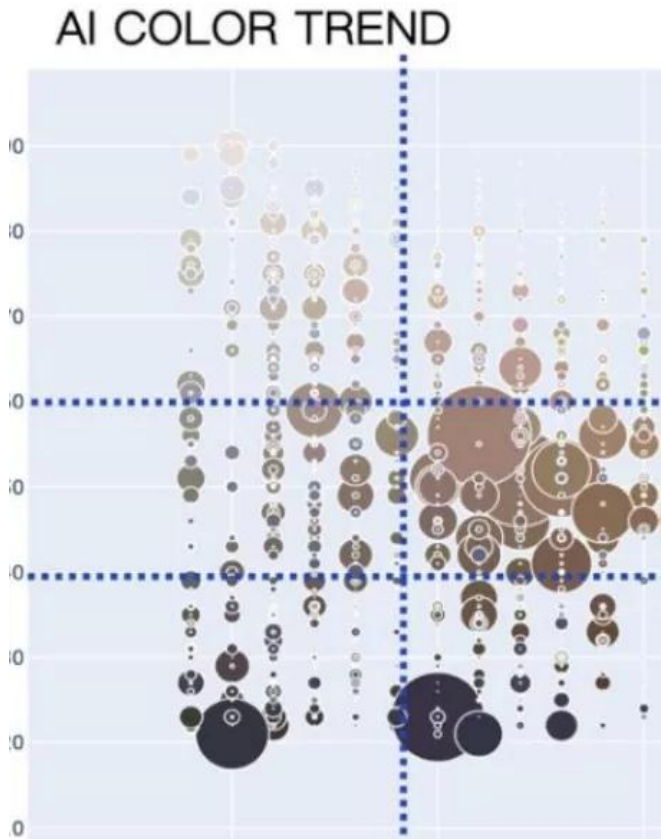


中国纺织信息中心流行趋势部创意总监曹潇文

从专业层面怎样分析当前纺织行业时尚变迁？消费人群分析、品牌案例解构、市场数据排列和流行色彩把脉等维度全面覆盖，此次提案会的2021春夏中国纺织面料流行趋势主题分享从更广阔时尚背景，理顺指向清晰的潮流逻辑。曹潇文指出，对目标消费群体画像，X世代、千禧一代、Z世代主导之下，需要纺织服装行业的开发者们“不要尝试了解他们，而是成为他们”。在当前这样一个高品牌消费的阶段，她表示，面对庞大的市场需求、新消费群体，需要从“后奢侈时代”和“系统时代”两个逻辑维度去考虑创新与发展。“价格昂贵并不代表奢侈，”曹潇文介绍，“提供超预期的舒适感和满足感，从而带来情感和心理上的愉悦”将是后奢侈时代的新追求，而“系统时代”又考验我们供应链、柔性快反、产品创新的能力，还有精准定位/精准研发/精准营销的能力。在丰富数据与图表分析辅助下，她全面分享产品与品牌定位及创新开发的要点。

02

升维互动，科技力量能为时尚创意带来多少惊喜？



如果科技力量与时尚创意携手将会有怎样的精彩绽放？此次提案会就巧妙设计了这样一个互动环节：以AI色彩分析工具为核心，采用现场互动方式，呈现AI工具的色彩洞察力和趋势指引性——AI遇见Color的时尚洞察力，与科幻小说《三体》所提的“降维打击”不同，此次提案会要让创意思维，以流行趋势专业内容为引领，升级思考维度，植入大数据智能力量，让与会的每一个灵动头脑都获得科技加持，激发更广阔的创意思考。







现场互动剪影

从时尚领域最能出新的色彩切入，让大数据智能力量与流行趋势预测共舞，让创意借力专为时尚产业定制研究的大数据智能系统，寥若晨星的将不再是融通市场与文化的好创意。此次提案会不仅投票众筹色彩观点，还在最后众创出大家眼中的流行色，同时流行趋势专家现场对票选色结合最新秀场信息进行分析解答，从时尚趣味到专业深度，让大家在升维互动中发现更多。

03

碰撞燃点：开发共享集中对话，总有一个思考出乎意料

当创意被无限激发，有效梳理思路则意义更为重大，此次提案会以时尚对话汇总所有启迪与思考，在一个更大的格局中充分思考与碰撞，于对话之间，于无形之中斩获时尚的深层智慧。

时尚背后有故事，围绕新时代女性的生活方式展开话题讨论，邀请不同领域精英女性嘉宾深入展开讨论，分享女性社会角色及消费方式的转变，解析这些变化给时尚设计和新品开发带来的挑战和影响。



“时尚背后的秘密” 创始人、主理人刘佩芳



江苏丹毛纺织股份有限公司研发经理俞金林



服装品牌ALICELEE设计师李坤



瑞丽杂志文化发展有限公司广告营销事业部副总经理谈韵旋



小黑裙瑜伽创始人&CEO顾春

此环节由“时尚背后的秘密”创始人、主理人刘佩芳担纲主持，与江苏丹毛纺织股份有限公司研发经理俞金林、服装品牌ALICELEE设计师李坤、瑞丽杂志文化发展有限公司广告营销事业部副总经理谈韵旋、小黑裙瑜伽创始人&CEO顾春共论女性时尚，从生活方式、消费理念到关注热点、时尚预期等，多层面探讨互动，针对当代女性的生活状态、时尚特质、消费特征和未来发展等特定视觉延伸开来，推动设计师、纺织研发人员、行业媒体、跨界达人等智慧力量充分互动讨论，打造切实众筹众创的灵动空间。





时尚燃点，在此次提案会只是一个引燃的开始，如孕育精华的“炼丹炉”，可以包罗流行趋势的众多思考与追问，聚焦一个方向，让女性时尚因此释放更强能量，为中国女装面料流行趋势提案会锤炼精华成果，后续在中国纺织面料流行趋势研究与发布体系之中还将有更多延伸，燃动更多精彩，让我们共同期待。

《纺织服装周刊》版权及免责声明：

1、凡本网注明“来源：纺织服装周刊”的所有作品，版权均属于纺织服装周刊，未经本网授权，任何单位及个人不得转载、摘编或以其他方式使用上述作品。已经获得本网授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：纺织服装周刊”。违反上述声明者，本网将追究其相关法律责任。

2、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的，请在30日内进行。有关作品版权事宜请联系：010-85872143

相关文章	
• 2020/21秋冬中国流行面料入围企业“尖货”集锦	19-09-25
• 2019中国国际面料设计大赛颁奖典礼邀您参加	19-09-20
• 第42届（2020/21秋冬）中国流行面料入围评审征集启动！	19-04-22
• 2020春夏中国流行面料入围企业“镇店之宝”抢鲜看！	19-03-12
• 抢先掌握2020春夏流行趋势，这些“线索”请收好！	19-03-11
• intertextile精品面料采购看过来，国家纺织产品开发基地企业新品倾力呈现！	19-03-11
• 喜迎开门红！第41届(2020春夏)中国流行面料入围评审获奖名单揭晓！	19-02-20
• 二十年匠心，推动产业链协同创新	19-02-12