

□文/图 半岛记者 李晓哲 娄花

9月8日,东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周“青岛国际时尚城创建与发展”论坛,在主会场青岛西海岸红树林度假世界召开。论坛分为“时尚产业引领现代城市发展”、“设计赋能商品力”两大主题,政府、专家、媒体齐聚,共同探讨如何为青岛时尚产业的发展助力,创造青岛时尚城市建设制高点。

►多位业内大咖参与主题沙龙。



设计赋能,产业聚力国际时尚城

全球大咖齐聚第19届中国(青岛)国际时装周,探讨国际时尚城创建与发展

要探索差异化的时尚产业

本次论坛由中国纺织工业联合会、青岛市人民政府主办,青岛市工业和信息化局、青岛西海岸新区管委、青岛市即墨区人民政府承办,中国服装协会、中国纺织工业联合会流通分会、中国服装设计师协会、山东省纺织服装行业协会支持,青岛中纺亿联时尚产业投资集团执行。

本届论坛嘉宾大咖云集,中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,联合国教科文组织代表汉斯·道维勒博士,香港和纽约贝聿铭基金会执行董事梅里,中国商业联合会副会长王耀,中国服装协会专家委员会主任陈国强,法兰西文化艺术骑士勋章获得者赵倩,知名国际策展人、黄盒子美术馆创始馆长沈其斌,东华大学教授卞向阳等悉数登场。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲就“前瞻世界新形势,赋能青岛新纺织”演讲,他认为青岛以纺织服装产业为抓手,推进时尚转型具有独特的优势,经过多年的发展,已经形成丰富的纺织服装的创新业态,涌现了一批的优秀企业。比如,在创意设计、品牌培育特别优秀的东方时尚中心,这些年在品牌培育、孵化方面作出大量的努力。OMC东方时尚中心是由青岛中纺亿联时尚产业投资集团投资建设的智慧型·全体验时尚创意产业生态园区。总投资人民币100亿,规划用地约1000亩,建筑面积约90万平方米,致力于打造“流行趋势的发布地、创意灵感的探寻地、时尚生活的体验地”,成为时尚、艺术、科技的国家级时尚创意产业标杆园区。

针对青岛国际时尚城市建设,孙瑞哲提出具有战略性、前瞻性、指导性的五大建议:第一,夯实产业基础,发展集约性经济,在供给端发力,推动创建世界级的产业集群;第二,深化文化创新,发展时尚经济,提升时尚设计、加快海洋时尚文化与产业设计创意之间的交互和耦合实现两者之间的共生和价值互补;第三,要聚焦两化融合,发展智慧经济;第四,是深挖资源优势,发展蓝色经济;第五,强化平台建设,发展开放性经济,充分发挥办会效应,引导青岛纺织服装产业更好地走出去和引进来。

建设时尚之都,需要不同思想的碰撞,更需要探索差异化的时尚产业。联合国教科文组织代表汉斯先生,以“国际时尚城产业发展的探索与实践”为我们讲解了近几十年来世界时尚体系的演变。他认为,时尚中的艺术已无所不在,并引发了一种新的创造性的生活方式。艺术家和时装设计师都是梦想家,作为梦想家聚集地的青岛,有着巨大的机遇。聚焦时尚,通过艺术、文化、创意产业提升城市生活品质,发挥时尚文化引领作用,夯实青岛时尚城市支撑力。

青岛有发展时尚之城基础

中国服装协会专家委员会主任陈国强认为,青岛具有发展时尚之城的基础,它的自然条件、产业条件包括建筑经济都具有,但想进一步加快建设步伐,需“三足鼎立”。一是扩大时尚产业的边界并且相互渗透,二是用时尚的眼光来进行城市空间的建设和管理,三是加大媒体传播时尚文化的力度。三个方面需要配合长远的规划,完整的机制来共同配合,从各个视角来推进这个城市的发展。

香港和纽约贝聿铭基金会执行董事梅里从文化创意的角度,介绍了整个时尚产业的发展以及我们国际上典型的时尚中心城市的基本情况,而青岛已被联合国教科文组织命名为电影创意城市,2016年,青岛创意产业规模达81亿美元,同比增长14.8%。对于青岛来说,电影创意会是城市可持续发展的重要战略因素成为中国乃至世界时尚界的焦点。

梅里以《泰坦尼克号》、纽约古根海姆等来诠释艺术如何来推动城市的时尚发展;以唐代簪花仕女图、王羲之《兰亭序》、宋徽宗的《写生珍禽图》和多国地标性建筑,诠释时尚的灵魂是艺术;以各种大战和东方时尚·黄盒子美术馆超强的影响力和号召力,说明艺术时尚推动城市创新发展的核心力量,艺术价值赋予时尚产业创新动能。

与会嘉宾们认为,青岛既有百年纺织文化的沉淀,又拥有政策、人才、地理的优势,如今有业界专家的强有力的理论支撑,对于服装产业、时尚产业的发展做了趋势分析,城市建设的脚步更加坚定,肇启时尚之都的光明未来。

业内声音 时尚产业引领现代城市发展

西海岸新区作为全省唯一的国家级新区,在新旧动能转换重大工程中发挥着引领作用,以创新的理念、创意的思维大力发展国际化、现代化、智慧和潮流化时尚文化、时尚旅游产业及相关服务集群,培育开放包容的城市精神和创新多元的城市文化,加快推进国际时尚城市建设。设计产业发展成为青岛新旧动能转换的新名片,通过设计方法来优化并创新商业策略所映射出的产品体系,把设计理念融入城市经济社会文化发展的各方面,促进创意设计与产业发展、城市发展相融合。在新的时代背景和产业背景下,设计赋能已经成为了产业向价值驱动转型的核心环节。只有将设计创意、创新科技和商贸流通有机地结合在一起,才能催生一种符合新时代需求和新产业趋势的新商业模式。

中国服装设计最高奖“金顶奖”获得者、中国服装设计师协会副主席计文波以诙谐幽默的开场方式,拉开了当天下午论坛的序幕。在谈话中,他以设计师身份自居,拉近了与台下的观众距离。他认为这是一个平台、品牌、消费者都有的时代,所以更需要优秀设计师来变现三者的价值。一个真正的设计师,每一份设计不仅仅是一个设计,不是一个商品,而要通过作品为端口的载体传达一种灵魂和思想,这样才能够真正凝聚到中国时尚设计的力量,而这一份力量也将推动中国时尚文化产业发展。

Karl Lagerfeld总裁兼CEO闫军认为,东西方不同文化下,设计师拥有不同机遇和挑战。好的设计,需要四个思维转变。一来,要有时尚思维转变,才能跟上市场节奏;二来流量思维的转变,商品需要流量,不然没有市场认可;其三,内容思维的转变,好的商品有自己的故事和精神。此外,国际化思维的转变:并购国际品牌,或者走出中国。

江苏志远股份有限公司董事黄贵带来“区块链+大数据”开启中国服装制造新时代”的主题演讲。表示中国设计面临两个问题:一是自身问题,需要维护原创设计师利益;二是产业问题,要与供应链结合,不能做“低价”的性价比,才能让设计落地。

MC量化美学创始人韩久九在演讲中提到:“洛杉矶大学一位心理学博士曾经说过,人与人之间产生第一印象其中

55%来自外在形象,38%来自于语言表达,而只有背后的7%来自于背景和所表达的内容。”他说,外在美学形象和时尚设计对于个人和品牌有着极其重要的作用,我们中国的服装设计师们任重道远,希望在这条路上能够为消费者以及品牌的价值在美学层面上实现最大化的价值转化。

高性能纤维与制品教育部重点实验室(B)主任王华平的演讲,让我们意识到当前我国的纺织业与新兴科技交叉融合,已逐渐形成前所未有的多维发展空间,通过新材料的科技创新实现产品的价值增值,通过时尚引领实现产品的高效研发,构建企业核心竞争优势大数据时代,一代材料一代设计,两者结合有更多的发展空间。

杭州国誉信睿企业管理咨询有限公司CEO曾挺,带来“大数据分析帮助传统服装企业数字化转型,优化设计的商品力价值”的主题演讲中提到线上是产品为王,现在变成客户内容服务为王,但是未来的消费需求为王,帮助设计师去更快、更精准捕捉市场的商业诉求。

国内知名视觉设计师、MAOS貌似文化创始人毛婷带来在“视觉艺术在服饰设计上的应用发展”的主题演讲中展示MAOS品牌经典的案例,非常具有视觉冲击力,让大家看到视觉艺术在服装领域未来的巨大发展前景,以及当代视觉艺术的方向,几个不同的方面共同呈现出了服装设计,不仅仅契合当代时尚文化美学,更促进艺术设计全生态链发展。

设计是一种艺术,但要赋能商业品牌。本次论坛汇集先进企业和纺织服装类专家,通过设计方法来优化、创新商业策略所映射出的产品体系。共同探索中国纺织服装的未来创新发展模式,和新时代中国时尚设计话语权提升的多元思索。

东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周“青岛国际时尚城创建与发展论坛”圆满落幕。9月10日,时尚青岛日和致敬盛典系列主题秀,主秀场青岛东方时尚中心(西海岸)强势登场为本次时装周的精彩加码。此外,9月7日至9月11日,在主秀场青岛东方时尚中心(西海岸),新零售体验展齐聚上百家网红平台,通过“秀+展+播+”形式,带你玩转时装周。