

大连,有理由做成

本报记者 宋京

我认识一个服装买手,每年春秋两季,他一定要飞到法国巴黎、意大利米兰、美国纽约这样的国际服装大都市去寻找流行趋势,去参加他们的发布会,看他们的流行元素,分析这一季他们该采购的时尚

元素。

而这几年,这位买手在他的飞行路线里,加进了中国大连。

服装买手是一个特别的高能职业群体,他们有着十分敏锐的时尚信息捕捉能力、数据分析能力和市场趋势判断能力。他们的决策,

决定了设计师的命运、品牌的命运,也决定了服装商场的命运。

这位买手把大连加入飞行路线,缘于从2011年春季开始的“大连春季时装周”,他观察到,这个时装周的信息量越来越大,规模越来越大,可看性越来越大。“在中国做

服装,大连是个必须考虑的选项。”

刚刚开幕的“2019大连春季时装周”里,他又飞来大连。这位买手认为,大连是中国城市中,最有可能做成服装界的大IP的城市,这里有历史,有基础,有储备,只是需要更好的发现和开发。

大连 一座最会做衣服的城市

在中国,想找一个服装代加工厂多、基础好的城市,大连是个非常理想的选项。

很多中国服装界人士都认这个理。工厂多,加工能力强,工艺技术好,这是大连服装产业的突出特点。因此,在改革开放初期,很多日韩的服装企业在选择生产外包的时候,就选择了大连。

这就是大连服装加工业的起点。一开张,就生产外单。

大连很多知名的服装企业如大杨创世等,最早也是靠生产外单起家的。

当年,作为大队书记的李桂莲看丈夫的裤腿绑着绳子,她看不下去了——村子里的家庭妇女们把自己家的缝纫机拉出来,我们也开个成衣铺,做衣服赚

钱——这就是今天驰名国内外的大杨创世最早的样子。

当年,像李桂莲这样的服装企业,在大连有很多,尤其是刚刚建立的大连经济技术开发区。而且这里的服装厂可比在普兰店杨树房的李桂莲的家庭作坊好得不知道有多少倍。很多服装厂是在日韩企业师傅手把手帮着做起来的。

到2000年的时候,大连的服装加工企业已经发展到2000多家,他们大多做外单,大连成为中国著名的服装OEM基地。

中国服装界有个说法,在中国,服装缝制技术最好的城市有两个,一个是上海,一个是大连。

服装是大众产品,一个家庭主妇都会缝制服装,但是缝制水平却有高有低,而

大连,被认为是中国最有可能成为“服装缝制之都”的城市。

缝制,这个看起来非常不高大的工作,却是服装工业的基础。抛开缝制水平谈服装时尚,就是要流氓。

在大连,缝制几乎是一个全民性的活动。“只要有活,就能找到成手的工人,这是其他城市里很难有的。”一位服装工厂的车间主任说,他们常年给韩国企业做加工,在大连找缝纫工虽说不是前些年那么容易,但是人工基础还是好很多。

在北三市,很多家庭主妇年轻时都有过服装厂工作的经验,很多老奶奶坐在家里可能也给国际大品牌打过扣子、锁过扣眼。这就是这个地区沉淀的服装工业基础。

大连 一个不怎么会做品牌的城市

如果仅看大连服装工业的家底,服装文化的铺陈、市场消费的给力,就得出结论说,大连服装业已经赢了。

这显然并不符合事实。

激烈的市场竞争中,大连服装业努力地寻找自己的生存之地,过程中充满艰辛、迷茫和困惑。

“缝制之都”多少年来只有大杨创世等极少数的服装品牌在市场上有自己的独立领导力,大多数品牌都在默默无闻中用力活着。

经过这么多年的努力,依然没有培养出过硬的服装品牌群,这是大连服装业的心病。

大连服装一直在强调本土的品牌力量,但是越是强调什么,越缺乏什么。大连服装产业缺乏战略性的规划,缺乏品牌打造的常识以及冒险精神,是造成品牌难以立起来的重要原因。

每一间服装加工厂都梦想做大品牌,每一间工厂都不知道怎么做品牌,每一间工厂都不舍得为品牌投入,造成大家一齐往前跑,一直在原地踏步,左顾右盼。

大连不缺生产能力,不缺设计能力,不缺市场容量,那么为什么大多数大连服装始终做不成大牌?

有人说大连缺乏产业链的优化,大连距离面料基地远,没有形成完整的产业链。这等于说,因为面料在杭州,所以我在大连做不成品牌。

这种判断显然是不公允的。

大连服装业真正缺少的其实品牌运营能力。

在今天这个市场环境下,还强调本土品牌毫无意义。在大多数城市市场,服装的竞争都是全球性的,全国性都算不上。家门口的市场,其实就是国际市场。没有人会因为服装厂在家门口,所以就不去选择别的服装。服装是最具全球化竞争的产品。

大连服装多年来缺乏品牌管理的经验,做品牌是有风险的,说到底还是缺乏品牌常识和冒险精神。大连服装在设计做工面料都优于对手的情况下,还输给了对方,是因为我们不知道消费者要什么,不知道到哪里找消费者,不知道怎么让消费者选择。

工业化大生产时代的品牌逻辑是大投入大产出,我们错过了那个时代。

互联网时代来临,工业时代的很多逻辑正在悄悄改变,在新时代新的规则下,小众品牌、潮牌、设计师品牌正在大行其道。有数据给出,2016年,设计师品牌市场实现了360亿元,到2020年,这个市场有900亿元的规模。

也许,大连服装产业可以在这个时代实现弯道超车的可能。毕竟,大连在服装产业上的家底已经准备好了,这个产业被寄予厚望,大连最有理由、有条件、有责任成为中国服装业的大IP。

何的消费教育,只要请他们走进你的服装店就够了,他们很少空着手走出服装店的。这就是大连的服装消费市场。



中国服装的大IP

本报记者孙震

4月13日,作为2019大连春季时装周的一项重要内容,《2019中国服装产业大连发展论坛》在汇集了中国服装产业的各方嘉宾。作为中国服装产业的龙头企业之一,大杨集团总经理胡冬梅发表了《智能定制模式创新》的主题演讲。在这家企业位于普兰店的服装工厂里,去年一年就有90万件套定制西装从这里发往全世界各地。不管在线上下订单的顾客就在大连杨树房还是美国,一套西装从下单定制到出货,最快在5天内就可以完成。这个时间,比一年多以前,缩短了一天。随着大杨集团、隆生服饰、春衫定制等企业及品牌的智能制造进程加速,大连服装产业的“穿衣”速度正在快速提升。

从工业化生产到个性化定制

近年来,服装产业工业化大生产的日子已经越来越难过,这早已成为不争的事实。而取而代之的,是个性化定制的崛起。

其实,大连服装产业一直跟全球服装工业化定制的脚步如影相随。早在工业化大订单生产日子还很红火的十年前,欧洲就有机构在寻求将手工订制业务实现工业化和规模化。其时,欧洲的定制业务已经有多年历史,但定制一直是高价的代名词,这些相关机构想把欧洲的定制业务汇集到一起,把相同型号、相同面料的订单形成批量定制,就可以大大降低定制成本。而在选择生产商的时候,他们就找到服装加工能力和工艺水准都处于高水平的大连服装企业。记者了解到,早在2008年,就有大连企业为欧洲定制平台做定制加工。而这个企

业,如今演变出一家衬衫定制平台——春衫定制。而与此同时,大杨集团也凭借多年经验,研发出自己的定制系统。

提速的背后

“现在大连的几家服装智能工厂,已经可以实现将订单、版型数据直接传输到车间,各个生产系统会自动调取数据为我所用。”大连服装纺织协会会长刘向阳告诉记者,比如在大杨集团、隆生服饰的车间里,系统会自动生成这套西装所需要的面料在储存库里的位置,面料随之就进入裁剪车间,由设备根据相关数据自动完成剪裁。进入加工车间之后,上领、上袖……每一道工序完成之后,智能吊挂设备会把上一道工序加工完的衣服自动运到下一个流程的加工位置,这一切,都靠系统的智能调度,完全不需要人工。加工好的服装最后进入到智能仓储环节,系统也会根据相关信息,把在不同车间分别加工的上衣和裤子进行成套匹配,并打好物流信息等待出库。这一整套流程,只有很少的一部分比例由人工操作,大部分流程性工作,都由系统自动完成。

记者了解到,智能化的运用对服装工厂来说,意味着库存近乎为零。以大杨集团为例,美国的客户在电脑上选择好想要的西服款式、面料、袖口领口的样子,包括用哪种扣子,五天之后,客户定制的西装,就可以从中国大连大杨集团的工厂发货。这个定制周期,已经将国内外多数服装定制同行甩在身后。去年大杨集团的定制业务已经达到全年90万件套,这个数字,使得他们成为中国服装产业定制业务中规模最大的企业。

设计师张力:

做有态度的设计师 做有温度的学生装



文 本报记者 仰山 图 本报记者 高强

昨天下午1时许,2019大连春季时装周重要展演之一,2019 KEY-Y-MEN KIDS凯门学生装“旭日”新品发布会在恒隆广场举行。现场共有66套学生装呈现。本次展演现场座无虚席。“旭日”表达的主题是:诠释爱与责任,释放爱与温度,做简单的自己。

作为这场秀的主人,服装设计师

张力用三个词来形容自己看秀时候的感受,那就是“感动”、“遗憾”和“惊艳”。她说,今天这场秀最大的感触是感动,一群6岁~10岁的孩子活泼可爱,

他们的自信和专业也把服装展现的淋漓尽致。然后,由于时间紧迫,还有些

服装的细节没有处理到自己满意的程度。这次展出的服装数量少,服装的整体系列性还是较往年相对弱一些,在服装的饱和度和款式的变化性还有待提高。令自己比较惊艳的是这次秀场的色彩和款式上做了较大的突破,正装中插入时尚和展现活泼的元素,提高了颜色的靓丽程度,因为本身校园就是五彩斑斓的,除了最美校服,要让孩子展现自己活泼时尚的童年。

记者了解到,张力2003年就职于大连大杨创世服饰有限公司,先后从事服装版型的研发和服装设计。2018荣获中国校服设计大赛特等奖。今年她又成为大连市十佳设计师候选人之一。

大連晚報

国际国内

深厚的工业基础上浪漫的文化基因,成就了爱穿、会穿、敢穿的大连人。

这个城市特殊的历史经历造成这里的人特别地在意穿衣打扮,据说这是所有有着殖民历史的城市的共性。

“苞米面肚子的确良裤子”,是对经济短缺时代大连人的写照,但是在今天,却成为大连人时尚浪漫的推手。

走在大连街头,很多人的感受是,这是一个美丽的城市,美的不仅是自然风光,城市建筑,还有人们的穿着。

20年前,一家台湾企业来大连火车站前的胜利广场做过一个调查,按这里走过的人什么方面变化最大,他们派了

摄影师每天蹲守在这里街拍,数据整理的结果是:这里的人们变化最大的是服装。因此,开业时,他们把胜利广场定位为服装商场。大连每个大型商场都把服装定位为自己的主要利润来源,因为这里有大量专业的、对自己下手狠的服装消费者。

在大连做服装生意,你其实不需要任