

时尚添新 市场加力

—2023秋冬中国国际时装周观察

皮影戏、天然植物染等元素跃然“衣”上，面料企业“走”上T台发布……2023秋冬中国国际时装周给人们带来一些新的体验和新的理念。

时尚添新，为市场加力。从时装周传递的种种迹象，可以看到业界应对挑战、开拓市场的决心和产业践行可持续发展的努力。

探索多元时尚 带动消费升级

伴随着动感的鼓点与悠扬的音乐，模特们踏着节拍依次出场，把《山海经》中的珍禽瑞兽与奇花异木“穿”在身上，将颇具传统韵味的设计表达出来……

时尚是对美的追求。秀场上，不少设计师尝试对传统文化元素进行新的演绎。

身穿香云纱和汉服马面裙，生活在左品牌创始人林栖一见面，就和记者讲述品牌将传统文化与当代生活相融的探索。

“这既是美与自信的表达，也是新的消费趋势。”林栖说，越来越多的年轻人喜爱传统文化、认同本土设计。设计师要将这些服装设计得更符合现代人生活习惯，围绕美与自信进行供给端升级。

时尚是对有趣的不断探索。



联通产业链 挖掘潜在需求

一场别具匠心的发布，出现在这次时装周开幕式上——多个面料企业联动原创设计师聚焦不同主题，将针织、羊毛、羽绒等面料，以服装形式进行分品类的流行趋势发布。

由面料趋势发布拉开时装周的序幕，在以往很是罕见。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏说，时装周不仅面向大众，也面向供应商和品牌。“这次由联合会出面，和这些面料企业合作，为他们分别配备设计师等资源，一起设计发布会的形式，希望将产业链上游动向，向广大设计师和原创品牌传导，增强整个链条协同效率，引导他们更好地针对消费端进行创新。”

挖掘市场潜力，需要产业的共同努力。当前，服装行业仍面临着

时装周上，我们发现，不少品牌商从提供产品延伸到提供服务，围绕“有趣的体验”展开尝试——

在劲霸男装的展馆外，品牌用鲜花与咖啡引流顾客。展馆内部仿照博物馆设计展出非遗皮影道具，劲霸男装将皮影的雕刻工艺运用在服装创意上，为客户增添“看展”般的体验感。

除现实展陈外，还有虚拟时装专场发布，营造出元宇宙中身临其境的数字化时尚体验。

美丽的外表、有趣的灵魂，越来越多的产品由此打动消费者。“注重美感与体验感是时尚消费的新趋势。让新颖的时尚表达更加精准地对接用户需求，打开时尚市场大有潜力。”北京广安商业管理有限责任公司总经理王文英说。



3月24日，2023秋冬中国国际时装周T台上，面料企业进行流行趋势发布。



聚焦可持续 引领新趋势

在时装周的秀场里、展会上、论坛中，业内人士不约而同地提到了一个关键词——可持续时尚。

浙江三德纺织服饰有限公司采用优质天然的可再生纤维，致力于产品全程可追溯和生产过程零排放；参展的秘鲁服装品牌带来无需染色的天然纤维羊驼毛，意在传递可持续发展理念；木宁品牌在展台边将废弃的牛仔布料融合树脂，回收利用成展览舞台和装饰花瓶……时装周期间，不少企业展示了自身在材料、设计、生产、销售、回收等环节所践行的绿色理念。

“时尚”一词里，有对流行趋势的解读，更有对生活方式的表达。

“今天，人们更加注重追寻健康、绿色的生活。我们希望通过低碳的面料、更具功能性的设计，呼吁更多消费者把环保‘穿’在身上，身体力行去体验和践行健康的生活方式。”中国时装设计“金顶奖”获得者王钰涛说。

用新时尚开拓新消费，关键是抓住新一代消费群体观念的变迁。更可持续、更环保，是消费升级的方向所在，是培植产业持久成长能力的关键。

“业界更多思考人与自然的关系，可持续时尚是设计师关注的热点。”陈大鹏认为，做有温度的企业，是越来越多品牌的选择。服装业正在实践中逐步形成绿色设计、绿色生产、绿色营销、绿色消费的产业生态。

业内认为，让产品更有故事，让品牌更有温度、让绿色发展理念更深入人心，时尚业将不断成长，在扩内需、优供给方面发挥更重要的作用。

新华社北京3月28日电
本版图片均据新华社



来自需求和供给不小的挑战，迫切需要增强“抱团取暖”的意识，形成生态圈合力。

将面料创新与服装设计更紧密结合，让产品进一步贴近需求、引领需求。时装周上流行趋势发布的新特色，就是业界努力开拓市场的真实写照。

不只是面料商。产业集群，同样成为本季时装周上的“嘉宾”。开幕当日，“丝韵东方”盛泽时尚发布会同期举行。以产业集群的名义向时尚企业和设计师发出邀请，共同创业，共同赋能。

中国服装设计师协会执行主席杨健表示，产业集群联合发布，通过设计师与集群地共享共创等形式，为设计师搭建完整产业链，为产业集群提升创意附加值。