



青岛时装周进化论 从时尚“顶流”到“云上”开花

2022 青岛时装周 8 月 19 日开幕 历经 22 年成就青岛时尚金字招牌

时装周几乎是所有国际化大都市的标配。放眼全球,纽约、伦敦、巴黎、米兰等城市举办的时装周已成为引领全球时尚产业的风向标。从全国范围来看,北京、上海、深圳等城市同样通过举办时装周展示着城市的时尚与活力。

8月19日晚7时,第22届青岛时装周在东方时尚中心拉开帷幕。自2001年首届青岛时装周举办以来,这场绚丽的时尚盛典在青岛已连续举办22届。22年来,伴随着经济的快速发展,伴随着青岛纺织服装业的几经沉浮,当同级城市时装周受疫情影响停办,青岛时装周依然如期举办,并成为了青岛时尚产业的金字招牌。青岛时装周也在不断探索着自身的定位,逐渐形成“贴近市场、贴近产业、贴近企业”特点,构建“一主多辅、多点联动、全城时尚”格局,时装周不再只是高大上的T台走秀,接地气的线上带货成为青岛时装周的显著标签。经过22年的打磨,青岛时装周找到了一条集聚国际化与本土化的发展路径,推动青岛纺织服装产业向前发展。



第22届青岛时装周开幕式走秀现场。



时尚顶流 挖掘优秀服装设计师

对于全世界任何一个时装周而言,发布当下最流行的时尚新趋势永远是不变的主题。青岛时装周同样不例外,每年时装周举办期间,绚丽缤纷的时装发布秀永远是令人瞩目的焦点。当舞台上的灯光亮起,模特们身着最新款的时装,迈着高冷的步伐款款而来,让人尽情感受着服装艺术的魅力。

一直以来,时装发布秀都是青岛时装周的重头戏。青岛时装周举办初期,就曾经以“新时代、新时尚、新时装”“融入国际、创新时尚”“构建国际品牌通路”等为主题。

2016年青岛时装周举办期间,数十位全球知名时装设计师进行31个场次的新款潮流服饰的时装发布。2019年青岛时装周举办期间,包括3位国际知名设计师、2位“金顶奖”设计师等举办40多场设计师及品牌发布秀。

本届青岛时装周举办期间,供应链品牌和设计师品牌将组织30场发布秀。

无论服装产业怎样风云变幻,时装发布一直是时装周永恒的主题。然而我们应该看到的是,对于巴黎、伦敦、纽约等国际时尚之都而言,时装周可以起到引领潮流发展的风向标作用,但对于青岛来说,受制于产业规模发展的因素,与伦敦、巴黎、纽约等城市时装周相比仍然存在较大差距。

尽管无法与国际一线时装周同台竞技,但青岛时装周却为一大批设计师提供了展示的舞台,一华正红、恩玛玛丹等服装品牌从青岛时装周走出来。22年来,青岛时装周推出了服装新品牌超过200个,诞生并沉淀了一批优秀青年设计师,为山东乃至全国的时尚企业输出了大量的新生设计力量。

对原创设计力量的培育仍然在延续,2022年青岛时装周继续聚焦“新锐力量”,举办2022年度青岛新锐十佳时装设计师评选大赛,聚力打造原创设计策源地。

贴近市场 助力纺织服装产业链振兴

青岛时装周的举办得益于青岛纺织服装产业的深厚积累。近年来,伴随着广东、浙江等地服装产业的快速发展,青岛纺织服装业的发展却并不尽如人意。当前,青岛纺织业除了在针织、童装领域有所突破,传统的梭织、棉纺业已所剩无几,截至2021年,纯纺织服装业产业规模仅剩322亿元。

面对纺织服装业的式微,青岛时装周也适时调整定位,在发布时尚潮流趋势的同时,开始更偏向于服务产业发展,“贴近市场、贴近产业、贴近企业”成为青岛时装周的显著标签。

这样的变化更体现在时装周的板块设计方面。在东方时尚中心举办原创设计——2022秋冬订货会,增强设计师、供应链、品牌商的交流与合作,精准匹配买手需求,提升组货能力,通过渠道实现销售转化。在纺织谷举办全国第一届编织展、第六届青岛谷里时尚买手节,联合“谷内网红寥寥”进行直播带货,推动采购洽谈、抢抓订单,产需对接和市场合作。

为了最大限度贴近市场,青岛时装周设置了多种促销活动,在云上海天、海信广场、万象城、丽达购物中心、金鼎广场、证大大拇指广场等会场组织原创品牌系列展销活动,推动原创设计产品和品牌发展。

青岛市工业和信息化局副局长冯伟介绍,今年青岛时装周举办期间,还组织了包括东方时尚季、青岛时装周抖音购物节、原创设计师秋冬订货会、第六届青岛谷里时尚买手节等大型活动,通过“即秀即买”的方式,通过线上线下结合起来,这种叠加效应发挥好,对于促进产业发展,推动企业扩大市场都是非常有利的。

尽管纺织服装业发展速度放慢,但青岛纺织机械产业仍然独具优势,针对这一特点,2022青岛时装周举办期间,“纺织智能制造进园区·青岛站”活动同期举办,组织供应商与部分企业进行专项对接,提出纺织智能装备设备互联互通、智能检测、信息化系统、物流仓储等方面细化落地方案,助力青岛纺织服装及纺机中小企业提质增效,转型升级。

云上开花 打造“发布秀+云交易+云论坛”新模式



以延续。以“云-Show”“云- Purchasing”“云-Talk”“云-Events”“云-Live Streaming”五大板块为核心,通过举办“东方时尚季·2022青岛时装周抖音购物节”,探索将“T台”风尚与大众消费相结合的新路径,带来“云上看秀、即秀即买”的多元时尚消费体验。通过“发布秀+云交易+云论坛”的独特形式,让品牌在云端集结亮相,将时装周搬上抖音直播,线上销售品牌服装,帮助原创设计师品牌方及供应链端展示销售最新产品,打通从展示到销售各个环节。

今年时装周将搭建“东方时尚季·抖音购物节”线上平台,为参与本次时装周的原原创设计师品牌打造火爆线上销售新场景,届时将有16家设计师和供应链品牌线上直播发布并实现全流程云上交易。此次合作汇聚双方资源,将加速原创设计品牌进行商业转化,实现时尚产业与电商平台的跨界碰撞,同时为观众带来“云上看秀、即秀即买”的多元时尚消费体验。

对于青岛时装周的“上云”,冯伟感触很深,他说:“此前我们做的规模最大的一届开幕式现场无非也就七八百人,整个时装周下来,线下订货交易也不过几千万元。时装周调整到线上后,开幕式搬到了线上,当天晚上的线上点击量达到了500万,三天的交易额就达到了5亿元,这也让我们看到了线上的力量。”

可以预见的是,青岛时装周的云上之路还将继续,并将助力青岛纺织服装产业高质量发展,打造青岛时尚创意策源地和纺织服装产业转型制高点。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛 于波