

新闻热线

12月6日,2019厦门国际时尚周盛大启幕,为期4天的本届时尚周由产业对接、时尚发布、时尚潮购、时尚之城等四大板块组成,打造全民时尚盛宴的同时,突出“以节促产”,将厦门时尚元素串珠成链,充分展现这座高素质高颜值之城的时尚魅力。

作为国内首个四维一体的新时尚周,厦门国际时尚周突破传统时装周模式,将只能“看”的时尚周,升级为“可观赏、可体验、可讨论、可消费”的新时尚周,并创新性地提出“对话9000岁”的主题,聚焦90后、00后新青年,打造泛时尚的赋能聚新平台,传递泛时尚生活方式。



激发潮流能量对话“9000岁”

当前,90后、00后正在飞速成长为消费市场的主力军,正在重塑中国消费市场的格局。谁抓住了他们,就等于抓住了新市场发展机会。而这一代的年轻人,成长于互联网时代,他们获取信息更加快速,他们会用最快的速度去消费他们觉得合理的东西。个性化的消费特征在其身上展现得淋漓尽致,喜欢个性化、主题化和场景化的消费形态,注重体验,追求时尚,消费行为和习惯更加多元,推崇及时享乐和感官刺激。伴随着新生代消费力量的崛起,既给品牌商带来了新的发展机遇,也带来挑战。

2019厦门国际时尚周精准对接“9000岁”们的时尚消费需求,持续挖掘时尚和泛时尚领域的新势力,与新浪时尚首度联合发布“2019青年泛时尚新势力”榜单——#9000岁的选择#,为时尚品牌定位与年轻人群营销提供参考,打造全网参与的年度时尚盛典。

借助时尚周权威的平台效应,青年时尚榜单发布聚集产业力量,不断发掘时尚新势力,通过

热度指数、微博大数据、大众投票等指标决出各维度TOP1的时尚新势力,表达品牌强势新主张。

在“大脑乐园”里体验街头滑板,观看酷炫的机甲大战;在“趣造流光”里调动感官,玩转各种IP跨界,体验国潮新魅力……连日来,MIXPARK时尚观念实验展人头攒动。

本届时尚周的MIXPARK时尚观念实验展,直击年轻消费群体需求,引入包括故宫宫廷文化、红纺文化、大疆机甲大师、paul frank、pancoat、the Simpsons、愤怒的小鸟、猫王、百戏局在内的一百多家国内外泛时尚优质品牌参展,通过氛围包装与沉浸式体验,集中展示年轻人群体泛时尚的生活方式。

“在厦门国际时尚周这个平台,我们看到了‘时尚+’的无限可能。”厦门理工学院时尚学院院长郭肖华在逛展后发出如是感慨,他表示,厦门国际时尚周不仅汇聚鞋服品牌,更结合消费升级新趋势,拓展时尚外延,使参展者得以窥见时尚产业新动向。

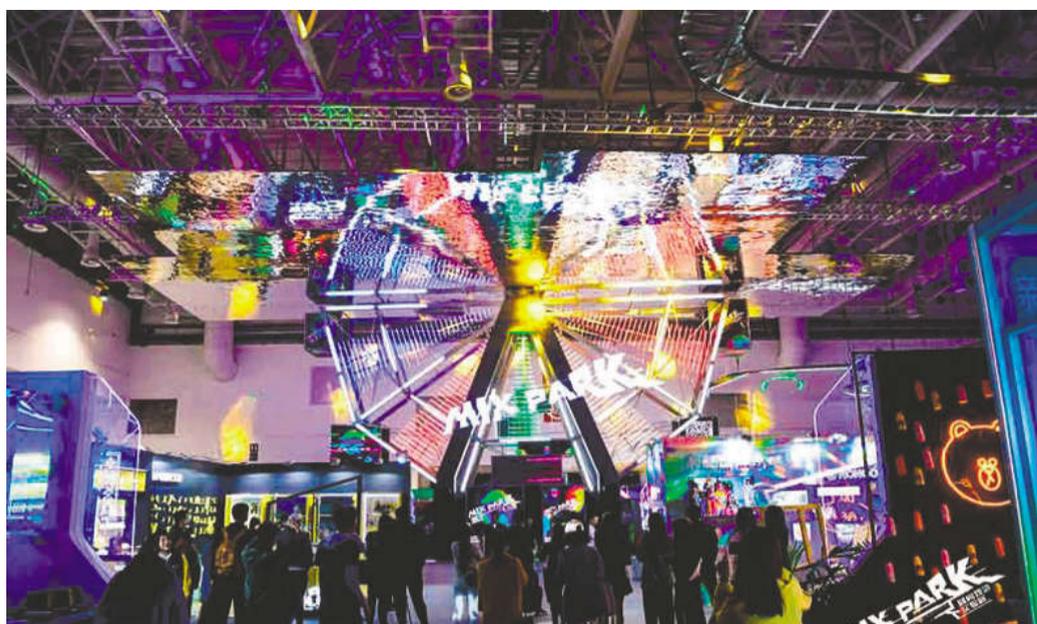
推动品牌升级

在时尚周的TRENDY UP时尚秀活动上,各时尚品牌轮番演绎摩登大秀。不仅有本土知名品牌JORYA weekend、antakids、匹克,还有新锐设计师潮牌“街瘾”、本土知名设计师品牌JIWENBO也相继亮相。可以说,时尚周为业界开启了了解厦门时尚产业的窗口。

此外,时尚周更为本土设计

师、原创品牌搭台,举办思明、湖里专场设计师品牌发布会,王玉涛、曾凤飞等厦门走出的知名设计师以及新锐设计师的作品逐一亮相,让厦门设计力量精彩绽放。

今年是厦门国际时尚周举办的第五个年头,参展的品牌阵容更加庞大,引入超过100家国内外泛时尚优质品牌参展,品牌总数相比去年提升近40个,整体展



2019 厦门国际时尚周启幕 传递时尚生活方式

览面积超过8000平方米,相比去年增加一倍。不少品牌商试图通过厦门国际时尚这场盛宴挖掘新的发展机会。

对品牌商而言,参展厦门国际时尚周或有望成为品牌发展

的一次新起点。“我们这次的参展主题是‘生而不凡’,即强调运动跟时尚结合。我们希望通过此次的时尚周,将我们年轻化的品牌形象传递出去,同时吸引到新的消费群体。为适应

消费市场的变化,我们的产品也逐步在调整,往年轻化方向调整。此次的时尚周相当于我们产品形象的一个展示窗口。”匹克体育用品有限公司服装产品总监刘文勇说道。

聚焦文化传承创新

“原来宋朝人的小日子充满了时尚,他们点外卖、做美容、追美妆品牌……”12月7日下午举行的时尚观念FED SHOW活动上,知名演员刘敏涛与宋史研究者吴钩、作家秋微、中国十佳服装设计师楚艳一道,带领大家穿越回宋朝,探讨“宋朝人的时尚”。

刘敏涛表示,老祖宗留下的很多东西是我们无法用语言去表达的、去意会,但你心里能接触,能接收到的东西,那就是国潮,每个人的感受是不相同的。古人各种各样的生活小情趣,里面传达的不仅仅是衣食住行,更是一种情感的传递,也希望我们的下一代一直去传承和重视、学习和感兴趣古代的东西。

传统文化本来就很潮。这是时尚周针对消费者打造的论坛,在呈现宋代生活美学的同

时,引导大家弘扬传统文化,增强文化自信。时尚周紧扣国潮主题,针对时尚从业者举办“国货崛起·电商新零售”论坛,探讨如何借力直播、移动电商等新载体,助力国潮品牌发展。

不仅在消费端、供给端双线发力,时尚周更为创业者、投资人搭建融资对接平台。在12月6日举行的2019厦门国际时

尚周时尚产业投资论坛上,红杉时尚科技产业股权投资基金正式启动。该基金将以厦门为起点,面向全国乃至全球,主要投向鞋服、美妆、配饰等时尚相关领域以及服务时尚行业的科技公司等,在挖掘厦门本土优质投资标的的同时,带动更多优质企业、设计师落地厦门,助力厦门时尚产业发展。



提升厦门城市形象

厦门国际时尚周自2015年成功运营以来,不仅为众多品牌赋能青年泛时尚,同时也成为了提升厦门城市形象的重要IP。可以说,厦门国际时尚周是厦门寻求城市产业转型而进行的一个试验场。

作为国家首批创新型试点城市,早在2010年,厦门市把文化创意产业列为“战略性新兴产业”和“十大千亿”产业链之一进行重点培育扶持。为打造千亿产业链,厦门着重实施两个“531”文化发展战略。第一个“531”着眼于宏观层面,厦门重点发展5个产业门类,包括文化创意和设计服务、数字内容与新媒体、艺术展示交易、演艺娱乐和文化旅游;重点建设3大产业平台,即文化保税平台、艺术展示交易平台和数字内容集成平台;努力建成1个示范基地,即国家级文化和科技

融合示范基地。另外一个“531”着眼于微观层面,重点培育50家市重点文化企业、30个重点项目、10个重点园区或聚集区。

为了打造千亿文化创意产业,厦门不断出台配套支持政策。今年11月份,厦门市政府在出台的《厦门市进一步激发文化和旅游消费潜力实施意见》中表示,围绕加快建成“高素质高颜值现代化国际化城市”和着力打造区域消费中心城市的目标,顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势,深入挖掘全市文化和旅游消费潜力,推动全市文化和旅游产品、服务供给更加丰富,文化和旅游消费设施更加完善,消费结构更加合理,消费环境更加优化,加快推进全市创建国家文化和旅游消费示范城市。到2022年,力争文化产业营收达到1800亿元,年均增长15%左

右;旅游收入达到2500亿元,年均增长15%左右。全市文化和旅游消费对经济增长的带动作用明显增强。

举办厦门国际时尚周,亦是厦门拥抱新经济的一种体现,本身就是新产业、新模式,也是互联网+的新零售。近日,在厦门新经济发展大会上,福建省委常委、厦门市委书记胡昌升表示,新经济是开启未来发展的金钥匙,拥抱新经济已成为厦门加快高质量发展的内在逻辑。厦门将抓住新经济发展的重要机遇,以发展新产业、培育新业态、探索新模式为路径,以“互联网+”为抓手,加快构建高能级的新经济产业生态,力争到2025年,引进和培育独角兽、瞪羚企业超过200家,使厦门成为中国新经济发展的聚集地、示范区。(综合厦门日报、第一财经网等报道)