

### 纺织服装协同创新中心 政校企协作谋发展

本报讯 (通讯员 王国海) 近日, 宁波纺织服装协同创新中心在和丰创意广场揭幕, 作为宁波服装产业转型升级的重要平台, 该中心由宁波和丰创意广场牵头浙江纺织服装职业技术学院、浙江凤凰庄纺织品有限公司等共同组建, 集学科研究、设计研发、产业对接、人才培养、品牌营销、模特展示等于一体的产学研协同创新平台。

纺织服装协同创新中心究竟能为企业、为产业带来什么? 宁波市经信委相关人士表示, 筹建纺织服装协同创新中心主要是为了汇聚国内外纺织服装产业创新资源, 充分释放信息、人才、资本、技术等要素的活力, 实现企业之间的深度合作。

“协同创新是产学研走出发展困境的重要‘杠杆’。”浙江纺织服装职业技术学院院长王梅珍认为, 当前宁波纺织服装行业已经进入一个以协同创新为纽带, 高度协作、优势资源聚集、创新发展新阶段。

为此浙江纺织服装职业技术学院进一步深化了“立足行业、服务全省、校企联动、特色发展”的办学理念, 以协同创新为平台, 整合纺织服装领域优质资源, 共同开展人才培养和科学研究等工作。

作为纺织服装协同创新中心的筹建方之一, 浙江凤凰庄纺织品有限公司董事长何锡辉表示, 公司希望能够抓住机遇, 依托宁波的资源优势, 联合国内外 40 多家优秀设计院校, 推动宁波从“制造名城”向“设计名城”、“时尚之都”的转型。

按照计划, 今年纺织服装协同创新中心将开设服装品牌馆 24 个、面料馆 20 个, 建立纺织服装质量监督与评价检测中心、服装设计研发与设计孵化中心、自动化高清晰的数码印花机工作室、新型科技面料研发工作室、服装设计研发与设计孵化中心, 为宁波企业提供纺织品相关服务, 同时为本土企业培养专业人才、提供新产品。

# IBM 组合式服务驱动企业转型

本报讯(记者 王育楠)日前,以“MIX with Tech”为主题的 2014 IBM 技术峰会在成都启幕。自今年 8 月此峰会在北京举办以来,已有数千技术人员、商业精英以及行业专家参与活动,见证了 IBM 应对数字经济时代发展的全新“组合式业务”理念落地以及在大数据、云计算、互动参与体系方面的最新技术与成果。

可以预见,技术将逐渐成为推动企业成功的关键因素。作为全球 IT 和服务领军企业,IBM 将秉承“组合式业务”理念,助力企业实现将云作为业务的成长引擎,以移动重新定义与客户、伙伴、员工的接触方式,用大数据驱动企业与行业的转型。IBM 软件集团中国大西区总经理姜天豪先生表示:“数据、云和互动参与体系,正是 IBM ‘组合式业务’的核心。对于它们的联系和意义,我们可以用 Why(原因)、How(方式)和 What(内容)的概念来理解。互动体系是变革的原因,社交和移动计算使得 IT 消费趋势更加明显,也拉进了 IT 服务提供商以及消费者之间的距离。而云计算提供的持续不断的交付能力,可以使这种‘新型 IT’更经济划算,让应用程序的价格更容易负担,所以它将成为实现公司内外数据互联互通的最佳方式。最后,公司的互动参与体系将由大数据来丰富内容,完成变革,使企业通过整合企业内外部数据获得洞察,并使企业不再仅仅关注某些应用服务器的信息,而是获取洞察,更好地提供云和其他服务。”

依托江苏太湖云计算中心强大的云计算平台,IBM

帮助七匹狼服装营销有限公司开展业界首创“商务云平台”解决方案。该解决方案将帮助七匹狼集中管理消费者与分销商之间的电子商务活动,并为其销售与市场策略提供一个功能强大、更具智慧的客户端平台,从而在快速巩固现有的线上分销渠道的同时,为未来整合实体零售店做好准备。近年来,中国电子商务迎来了爆炸式增长,七匹狼也加大了进军网络渠道、拓展电子商务的步伐,希望藉由通过发展电子商务市场降低销售成本、拓展多元渠道并进一步扩大市场份额。七匹狼选用 IBM 中国研发实验室为其量身打造的定制化商务云平台,在软件服务的基础上使用 IBM 品牌旗下的电子商务套件,帮助集中后端系统并为管理电子商务活动提供强大的平台,从而改进销售流程并控制零售店铺的运营。董事长周少雄表示,“七匹狼希望通过与 IBM 的强强合作,引进国际化先进的管理技术和商业模式,提升和完善公司系统管理和运营形态。本次商务云平台的启动,标志着七匹狼向探索业务创新和拓展之路迈出了有力的一步。”

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司与 IBM 公司也共同启动打造拉夏贝尔的信息化主干系统,即 SAPRetail 和商务智能系统,全面拉开拉夏贝尔企业智慧商务信息化的帷幕,成为拉夏贝尔企业信息化助力发展的里程碑。如今,随着公司不断的快速良性发展,拉夏贝尔急需突破原有的管理模式和营销模式,利用现代的高效管理系统,规范并帮助企业制定决策,为开拓未来市场打下扎实的基

础。据悉,拉夏贝尔信息化项目,是女装服饰细分行业中规模最大的信息化项目之一,同时也是 IBM 和中国本土少女装龙头企业的第一个全方面合作,旨在业务管理层面,帮助拉夏贝尔全面规范企业内部流程,提升企业管理水平;在 IT 建设层面,奠定未来信息化道路的基础,帮助拉夏贝尔建立可持续发展的信息系统;在员工提升层面,帮助拉夏贝尔培养 IT 和业务的复合型人才,提升个人和企业价值。

时尚男装品牌 HOPERISE 也与 IBM 签订为期 3 年的服务合作协议。双方将在品牌管理、市场管理、研发管理、物流配送管理、供应链管理、零售分销渠道和财务管理等多个领域展开深入合作。HOPERISE 将借助 IBM 在时尚零售行业的先进理念和最佳业务实践,以及系统化的管理变革与精细化的管理方法论,助力其信息化建设和实施,全面提升业务的运营管理效率,推动其品牌在中国区的快速国际化发展。

另悉,IBM 商业智能软件 Cognos 成功地协助雅戈尔进行生产及公司决策,大大提升了决策的准确性和及时性。借助 Cognos 报表和 Cognos OLAP Server 等产品,雅戈尔能够及时抽取供应链系统中的重要数据并按需进行多维分析,辅助领导层制订公司策略及生产计划,随时响应千变万化的服装市场需求。系统上线后,公司对订单的反应能力大幅加快,生产周期缩短了 50%,节省了约 2.5 亿元的库存成本。

## 太平鸟:行走在艺术和时尚之间

行创意,把波普艺术与品牌特质巧妙的结合起来,充分表现出时装、艺术及空间的多变与兼容的可能性,体现品牌丰富的内在特质,营造品牌鲜明的个性态度。

同时,对于国际上大行其道的环保主题元素,太平鸟女装更是表明了自己的态度,在展厅中,进行过艺术处理的大象等动物的出现表达了品牌对生态及自然的关注,体现品牌的社会关怀。

不久前,太平鸟启用全新 LOGO。据品牌负责人介绍,新 LOGO 的灵感取自于古老传说,演绎在浴火中凤凰绽放的传奇,象征着神秘、永恒的衍变。

太平鸟从 1995 年成立至现在,创始人张江平先生与伙伴们一直以来对品牌价值和精神有着鲜明的坚持,企业文化就是这种坚持的力量源泉。今年 6 月,太平鸟“新文化·心传承”企业文化启动仪式举行,发布了经历近一年时间调研的全新企业文化,力求将太平鸟打造成一家卓越的时尚品牌零售公司。

倡导时尚态度,而非单纯贩卖产品,太平鸟贯彻企

业发展始终对于人们生活的解读。如今,以品牌分化市场,全国三线城市以上的高覆盖率,太平鸟正以惊人的速度实现扩张,各品牌在各市场领域的发展势头强劲。重品牌、强文化的太平鸟,正改变着这个传统产业的发展理念,也预示着全民时尚的大时代已经到来。



### 市场视线

## 防辐射品何以成为母婴市场抢手货

本报记者 沈静



图为青岛宝巢服装服饰有限公司总经理曲迪。

当前,中国母婴市场消费群体多以 80 后为主。不少 80 后父母育儿方式接近发达国家水平,这也使消费者需求也水涨船高。据一位 80 后准妈妈介绍说:“孕妇在购买母婴产品时比平时会更用心,更讲究。尤其是防辐射品成为怀孕期间必用产品。”

中国婴童产业研究中心的最新数据显示,目前中国已成为仅次于美国的第二大婴童产品消费大国,中国 0-12 岁的婴童人数高达 2 亿人。近几年婴童市场保持 15% 左右的高速增长,2011 年中国婴童市场总规模约 1.15 万亿元左右,2015 年婴童市场将达到 2 万亿元规模,如此大的母婴、幼儿市场谁能不为之心动?

### 防辐射品为何成为抢手货?

原来从事生物研发行业的曲迪通过多年对此市场的调研发现:随着科技的发展,越来越多的电子设备被广泛应用,这些电子设备除了给我们的生活带来巨大的便利之外,还给我们的健康带来巨大的隐患——电磁辐射。2011 年世界卫生组织将电磁辐射列为继大气污染、水污染和噪音污染之后的第四大环境污染。

科学资料表明:孕妈妈受到强电磁辐射伤害,可能会对胎儿的器官发育,智商等造成伤害,会出现先天不足,重大疾病,严重者甚至会导致流产。孕妇和胎儿尤其需要有力的措施来对抗电磁辐射的伤害。宝宝出生后,离开了妈妈的羊水和肚皮的保护,将生活在各类辐射的危险之中,而宝宝的各器官和身体机能尚未发育完善,因此,宝宝也非常需要对抗电磁辐射的保护措施!

### 母婴市场发展的巨大潜力

经过多年的调研,使曲迪清楚地认识到电磁辐射对孕妇的负影响及防辐射品市场潜力,果断辞去老本行的工作、与志同道合的朋友创建了 Nestobaby 宝巢品牌。

曲迪谈及创业感受时说:“能在有限的一生里做自己喜欢的事,追求自己的梦想,是一件非常有成就感的事情,但是代价太大,尤其在如今这样浮躁的社会里,去做一件几近理想状态的事业,那真的是难上加难,尽管如此,我没有什么悔意,如果把一件事当成一生的事业去做,就真应了那句话,‘既然选择了远方,便只顾风雨兼程’。”

团队的智慧赋予了发展的力量。Nestobaby 宝巢自成立起就将研发放在第一位,建立了宝巢品牌自己的实验室。自主研发的防辐射,抗菌,安全防护一体化的功能性高端纤维视为曲迪团队的经营理念。明确的目标,忘我地努力,曲迪团队推出的产品突破了防辐射领域的多个瓶颈,几乎每款宝巢面料都有与之匹配独家专利,终于在母婴市场吃到一块属于自己的蛋糕。

目前市面上几乎所有的防辐射服采用的都是镀银梭织面料,或者和化纤混织,坚硬,可洗涤性差,不能直接接触皮肤。而宝巢防辐射面料是将高档银纤维和高档长绒棉纱混织,与人体皮肤接触的不再是银,而是非常舒适的棉,这样,在外观,手感,使用寿命上大大领先传统防辐射面料。可以贴身穿,可以洗涤,柔软舒适,最主要的,能够屏蔽住 99% 的电磁辐射波。

宝巢是目前世界上能够生产出婴儿穿安全级别的防辐射服装品牌。尤其宝巢创造性地将银纤维包裹在棉纱里,不直接接触皮肤和大气,并对银纤维采取了高科技手段处理,所以完全解决了银暴露空气中变黑的顽疾,是防辐射面料领域的重大突破。除此之外,高质量银纤维的加入,让 Nestobaby (宝巢) 面料有非常好的抑菌性,几乎能抑制所有有害细菌,冬暖夏凉,亲肤舒适,免熨烫。

谈及 Nestobaby 宝巢未来发展,曲迪表示:“自己没有太大追求和梦想,就自己的能力而言,只有保证宝巢的安全、健康的原料采购,做出世界上最好的防辐射面料和成衣,才能为人类做点正能量的事情,最终实现自己梦想。”

中国纺织报  
ZHONGGUO FANGZHI BAO

关注纺织服装全产业链传播平台

请订阅

中国纺织报

邮发代号: 1-112 (全年定价198元)

中国纺织报官方微信平台

纺织中国在线手机版

新浪官方微博 官方微博 中国纺织报社

联系方式  
发行部: 010-87751892 广告部: 010-87751073 总编室: 010-87751901

网上订阅享受九折优惠:  
<http://116.213.201.170/pay/Default.php>