

服饰信息

第三期

(总第 117 期)

上海市服饰学会编

二〇一五年十月十五日

目 录

- 【学会简讯】 上海市服饰学会接洽东华大学纺织学院社会实践活动
服饰学会组织会员及社区街道参观上海市服饰体验基地
2015 年上海市服饰学会举办“全国科普日”活动
上海市服饰学会举办金色广场阳光老人“T 台秀”
- 【重要言论】 新常态下的纺织服装供应链优化与升级
——孙瑞哲在 2015“江南织造”主旨论坛上讲话
- 【专家观点】 传统产业+互联网=全新业态
专家纵论大数据革命
- 【行业动态】 八个值得关注的服装终端高科技手段
- 【流行资讯】 2015/2016 年春夏时装五个特色
2015/2016 年春夏男装流行趋势
- 【色彩世界】 2016 春夏女装流行色趋势预测
2015 春夏流行印花图案主题预测
- 【服饰瞭望】 “验伤套装”问世 可检测受伤部位
红外线无法透视的女性内衣在日本销售
- 【新颖纤维】 新型纳米纤维可阻隔埃博拉病毒
能抵御感冒的板蓝根纤维
- 【面料动向】 2015/2016 年秋冬女装面料流行趋势
2015 春夏羊毛面料流行七大灵感主题
2015 服装面料流行趋势

服饰学会接洽大学生进行暑期社会实践活动

2015年7月，服饰学会接洽东华大学纺织学院实践团10人一行，进行暑期社会实践活动。组织实践团参观访问学会资深会员、著名设计师一慧（-中国华服文化研究后现代原创设计大师、-中国2010上海世博会“世博新娘”、“世博礼品”等特许产品指定设计师、-联合国教科文组织授予“上海国际时尚设计之都”之“设计师领军人物”）；以及参观访问和学会旗袍高级定制企业上海龙凤服饰有限公司。上海龙凤服饰有限公司及徐永良是首席设计师（国家级非物质文化遗产代表性传承人）。开展“重走古道丝绸路，再续中华锦绣梦”暑期社会实践活动。

服饰学会组织人员参观上海市服饰体验基地

服饰学会与上海市服饰体验基地合作，先后多次组织学会会员和全市各个区县街道社区中老年朋友参观参与服饰体验基地。上海市服饰体验基地是集各类服饰为一体、再现我国悠久的服饰历史文化、展示先进的现代纺织技术及创新产品的场所。通过参观体验可以起到熏陶、提升人们对纺织、服饰的专业素养和人的整体素质的作用。这也是服饰学会的职责所在。

服饰学会举办“全国科普日”活动

8月27日，创意布艺点亮生活，2015年上海市服饰学会“全国科普日”活动在东华大学教学大楼举行。“布艺”深受现在年轻女性的喜欢，她们会花大价钱去购买自己喜欢的布艺，如手提袋、背包、钥匙包、水杯袋、各种装饰品等等。也有些朋友喜欢去网购一些高档面料，自己动手制作一些布艺。走在大街上时常会看到有人身上佩戴一些时尚创意小配饰，如胸



花、各种造型的手机袋，包上的小挂饰等等，这让许多追求时尚的老太太也蠢蠢欲动。我们

学会的一些上了年纪的会员，她们就喜欢这些既时尚又创意的作品。

这次“全国科普日”活动，我们邀请学会布艺专家专程指导会员用废旧的布料、衣物改造制作可爱的小手提袋。此袋制作简单方便又实用，会员们非常喜欢。

布艺专家们还展示了用废旧的领带、旧牛仔裤等制作的挎包，各种碎布头制作的挂饰等，会员们啧啧称赞，说自己家里也有一条旧的牛仔裤，回去都想自己动手制作一个。在布艺专家的眼里，在热爱生活、关注低碳环保人的眼里，没有废旧不能用的物品。经过精心的设计，他们将一件件过时、废旧物品变成一件件漂亮的“艺术珍品”与生活用品，也让大家感受到低碳环保，并不深奥，人人都可参与。会上，大家都兴趣盎然地进行学习和交流，大家希望我们今后多举行类似的活动。

服饰学会举办金色广场阳光老人“T台秀”



9月16日，上海市服饰学会与上海乐龄文化艺术中心共同举办的上海市2015年金色广场阳光老人“T台秀”大赛在东华大学逸夫楼秀场盛大举行。全市共有17个区、38个团队、38个节目，共700余人参赛。女性年龄均在50岁以上，男性年龄均在55

岁以上。所参赛的节目健康向上，仪态端庄大方，具有较强的艺术感染力，表现出老年服饰模特的成熟淡定和优雅美丽。据好多参赛的老年朋友说：获不获奖是次要的，关键能在T台上秀一秀就是很开心的事情。能为提高上海市老年朋友的精神文化生活出份力，我们学会感到是荣誉也是责任。

新常态下的纺织服装供应链优化与升级

——孙瑞哲在 2015 “江南织造” 主旨论坛上讲话

5 月 20 日，中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲先生在 2015 “江南织造” 主旨论坛上做题为《新常态下的纺织服装供应链优化与升级》的演讲。

每年的一次供应链大会，最重要的环节是确定主题，今年的主题是时尚产业与供应链的融合。为什么定这个主题，孙瑞哲先生认为我们现在到了应该把纺织产业作为时尚产业提出来的时候了。我们目前把消费作为中国经济发展的重要的推动力量，这个时候我们传统产业如何改造，应该是作为时尚产业提出来。

供应链有很多技术层面的问题，我们觉得应该把纺织工业在中国经济中的地位确立起来，现在我们首先要明确的纺织工业不仅仅是传统产业，而且是时尚产业，要把这个地位明确起来。

我们纺织工业发展，离不开宏观经济，我们对下一步的发展有一个描述，这也是习总书记提出来的叫新常态，这种新常态就是一个中低速，我们中国的发展进入到一个中低速的发展阶段，我认为新常态仅仅用中低速描述还不全面。

我们更应该把这种新常态描述为一种在经济发展趋缓的背景下，我们整个国家，整个经济的转型升级，新常态是缓中有快，不仅仅是经济增速放缓。我们在整个全球的经济里面仍然是一个耀眼的明星，不管怎么说我们现在进入到发展阶段，对我们企业对我们整个从事经济工作的人来说还是感觉到一种压力。

增长的放缓实际上更多的是带来一种对传统发展方式的思考，但是绝不是放缓这个词就能概括现在的发展。在转型过程中我们看到仍然有很多亮点，在高新技术产业方面，实际上整个发展仍然处在一种非常好的状态。

另外我说到时尚产业，最近在关注股市的发展，及几个企业做典型的代表，两家全是女装企业，一家是朗姿，一家是歌力思，固然我们有整个股市的火爆，但是这两家企业不仅仅是在服装产业里面是杰出代表，在整个股市里面表现也非常好。我们可以看到歌力思股票连续 8 个涨停，朗姿也是连续几个涨停。传统的产业也有不俗的表现，还有一个就是作为我们化纤行业的代表，三联虹普最高的时候接近 200 元钱。

宏观经济的低迷和放缓并不代表纺织行业的走低，还是有很多亮点，关键是在这种环境下如何找准我们的定位问题，整个纺织工业的发展一直处在一种快速的发展过程中，无论从加工总量，还是在全球纺织服装贸易的份额，纺织工业一直处在快速的发展过程当中，我们去年也在对下一步的发展做一个预判。

第一个预判就是关于我们纺织品和服装出口的结构问题，我们可以看到进入到 21 世纪，纺织品出口增长幅度已经保持一个比较好的状态，现在目前虽然服装的出口还大于纺织品的出口，但是我们可以看到纺织品出口在持续增长。我们甚至可以做预判，在未来 5 年时间里，很有可能纺织品的出口增速或者它整个的纺织品的出口的额度会达到现在服装的水平。

第二个是中国的纤维加工量的增长，仍然会高于世界的平均纤维加工量，我们预判是差不多接近 5% 的速度增长。

另外就是牵涉到纺织工业在中国国民经济中的地位，去年我们纤维加工总量 5000 万吨，大概是在全球占到了 56%—58% 这样一个份额，准确的数字还没有出来。另外一个就是我们在国民经济中的地位。跟我们进入 21 世纪的头一年 2000 年相比，一个是主营业务收入的占比，另外一个就是税收中的占比，实际上我们现在可以有一个大数字来说，我们在整个中国的 GDP 里面，纺织工业占百分之二点几的份额。

新常态趋缓，这里新常态实际上对我们有一个最明显的压力的体现，就是我们纺织工业的工业增加值是低于 GDP 的增长，对于纺织工业来说，去年工业增加值和第一季度的工业增加值低于 GDP，这才是我们感到压力所在的地方。

对于我们结构调整有两个关键的地方，第一个是化纤的增长，我们去年 5000 万吨里面，化纤占 82%。第二个产业用纺织品占 24.6%，而且占比会进一步提升，这是我们在产业结构调整方面要注意的两个方面。我们中国化纤加工占比，和全球比，全球 70% 是化纤，中国是 82%，我们远远高于全球的占比。

再有一个就是关于我们的内销市场，2014 年应该是非常关键的年份，第一我们受内需驱动，内需驱动居民增长幅度，去年居民的城镇和全国的居民的平均收入 20000 元，农村居民收入超过 10000 元。

按照目前的统计，在一线城市消费趋缓的情况下，反而在三四线城市，在广大农村市场消费还保持一种非常快速的增长，也客观的反映了农民增长超过了 GDP 的增长，也客观的反映在了消费上面。

另外一个方面就是关于网上消费，线上和线下消费并举已经成为消费的新常态，中国从 2012 年起变成了全球第一大的网上销售的市场，从 2012 年开始，去年我们纺织服装线上的销售收入 7000 亿，网上销售增长 40% 多，已经占到了全国网上销售的 26%。这个下一步还

会继续增长，下一步网上消费是否会替代线下的实体店，这个是大家关注的问题。实际上我们也看到了在一些经济发达地区，这种现象并没有出现替代效应，还是一种互补效应，我们可以看到包括 ZARE、HM 依然是在发展。在 2020 年整个的线下销售仍然会占有主导地位，纺织服装销售体验的形式，不会被线上的销售完全替代，线下占有非常主导地位，5 年后还会占到 80%。

孙先生刚去了法兰克福产业用纺织品的展览会，我们感觉到都是有技术行业的，这次产业用纺织品完全是最时尚的方式展示出来的。产业用纺织品在我们传统的产业领域里也得到了加强，和我们消费者直接相关的方式正在逐步渗透进来，我们说的智能手环可以和我们纺织品切合得到一些体现，所以这次专门有一个馆是智能纺织品。智能纺织品也将是纺织品的一个延伸，也会在我们日常消费中得到一个体现。

目前出口市场的结构也在调整，我们说传统的三大主导市场，欧盟、美国、日本，现在加上一个东盟，东盟 2013 年开始超过日本，成为我们第三大的目标市场，这 4 个主要市场已经占我们全部出口的 56%，我们中国整个纺织品服装的出口 56%是在这四个大的市场体现的。

在传统的三大市场欧盟、美国、日本，日本我们份额达到 67%，美国和欧盟基本上都在 37%、38%，虽然欧盟是第一位，但是可以看到后几位的包括越南、印度等等这些年在逐步的加大。从数量级来说和中国还是有一个很大的差距，这些年他们的进展非常快，像越南，从出口总量来说 200 多亿美元，在这里面有差不多 60%是外来投资创造的，我们去年出口破 3000 亿美元，虽然数量级有很大差距，但是这两年进展非常快，每年百分之十几到百分之二十的速度在增长，我们中国出口的增速，大家已经关注到了，前四个月我们出口和去年同期负增长了。今年出口能不能达到 5%的预设目标面临巨大压力。所以这种情况下出口市场我们要重点关注中国周边国家的发展。

我们整个的趋缓也体现在投资，投资其实还是持一种比较乐观的态度，投资还是保持两位数的增长。回溯 2000 年整个纺织工业投资，在全社会占比 0.94%，2014 年已经到 2.06%，所以纺织工业对国民经济发展具有重要的推动作用。

在整个外部环境里，我们首先要第一看国际上的消费市场的演变，4 个主要市场占我们中国纺织品服装出口的 56%，实际上在发展中国家地区的增长速度要更加快于这些传统的发达国家的市场，这是第一个趋势。第二个来说，我们现在关注整个国际贸易格局的变化，这里面我们看美国的大选，美国大选围绕着 TPP，做一个非常重要的话题，大家已经关注到了美国的民主党的候选人有两位，一位是希拉里，还有另外一位已经明确反对 TPP，奥巴马希望希拉里支持推动 TPP，希拉里没有明确的表态。不管怎么说现在日本对推动 TPP 态度有一个重要转变，美国和日本在 TPP 的问题上陷入一个停顿。安倍访美做出一个积极的表态，对

于我们纺织服装工业来讲，欧美是我们重要的市场。像越南是这几年新崛起的纺织品服装的出口国，原产地的界定对我们有重要的影响。对我们纺织来说也是非常大的份额，这个方面来说，围绕着原产地对我们整个产业有一个非常重要的影响。

另外一个就是我们关注的比较优势，一个国家一个产业的发展必须是机遇比较优势的，那么我们说的，我们传统的这种要素成本的比较优势，两个方面，一个是我们的劳动力的成本，还有一个其它我们包括土地等等方面的综合成本。

我们看到首先从能源成本来说，美国随着它页岩气？革命成功，美国工业用电成本远低于中国。另外我们说中国企业走出去，不仅仅是谋求一个生产要素成本的低廉，还有一个很重要的点工资成本低，我们中国变成了全世界资金使用成本比较高的国家之一，我们虽然经过几次贷款基准利率的下调，我们还远高于欧美地区，我们在工资成本、用电成本都比较高。我们长三角、珠三角综合成本来说，已经跟美国等等地区相比来说，我们没有什么优势，所以我们这里可以看到了，我们包括一些企业，包括像萧山的跑到美国投资，而且是投资什么，纺纱。们中国沿海这一代综合成本没有什么优势了，这是一方面。

另外一方面关于劳动用工，第一个新生代的劳动力，第二个随着产业向中高端发展，对技术需求越来越大，一方面劳动力短缺，第二个方面技术工人缺乏显得更为紧凑。

我们说了很多的走出去，走出去我们可以看到两个目的，第一个围绕着全球供应链的生产布局走出去，第二个是借助于国外的相关设计，市场渠道在这方面进行一个新的布局，一个是产能的布局，一个是能力的布局。

我们可以看到整个产业链有不同的企业走出去，到去年年底我们整个纺织工业差不多 2600 多家企业走出去，在下一步可能还会有更多的企业围绕着不同需求走出去。

那么对于我们整个的纺织工业的下一步，这也是我刚刚说的在十三五规划制定中考虑的问题，第一非常热的词就是李克强两会时间提出的互联网+也成为我们纺织工业的必须的选择，也成为纺织工业的新的主题。

这里面有一个非常重要的话题，我们叫做中国织造 2025，围绕着纺织的中国制造，或者纺织工业的这种智能制造怎么来定位。把复杂的话题简化可以分三个层面，第一个在整个的生产过程当中解决我们的智能制造的问题；第二在整个的组织和销售过程中，建立一种云工厂和电子商务概念的问题，第三个方面智能制造解决产品和消费者的问题。我们把复杂的问题，简化为三个层面，才是我们纺织的智能制造的核心的方面。

为推动纺织的智能制造，第一是材料，第二是机械，第三节能减排，另外还有服装的智能制造，供电管理，我们和中国工程院一起规划智能制造的路线图。

最后围绕纺织服装供应链转型升级，我想用 4 个字：柔软快感。管理要实现柔性化，

我们一定不仅仅是在传统的把自己本身企业做大，而是怎么实现一种柔性的发展。另外从组织来说，要变软，不是说自身的规模的放大，自身能力的放大，要提高这种快速反应，另外要面对消费市场的变化，去建立这种感性，建立和消费者的互动，所以是柔软快感。

专家观点

工业 4.0 给服装行业带来的机遇分析

全国工商业联合会副主席、红豆集团总裁周海江在一次会议上指出，我们无论如何评估互联网对人类生产生活的影响和改变，都不为过。虽然对传统产业和传统业态而言，互联网并不可能全面替代，但是，传统产业和传统业态如果不加入互联网，那一定是要被同行或市场所取代的。

目前智能化工业装备已经成为全球制造业升级转型的基础，发达国家不约而同地将制造业升级作为工业 4.0 的首要任务。美国的“再工业化”风潮、德国的“互联工厂”战略以及日韩等国制造业转型都不是简单的传统制造业回归，而是伴随着生产效率的提升、生产模式的创新以及新兴产业的发展。通过发达国家战略调整和工业智能化进程，我们看到了世界工业 4.0 的发展趋势。

美德日等发达国家的工业革命信号给中国制造业敲响了警钟。而中国经济产业结构调整、劳动力成本上升，助推了工业智能产业快速成长。中国提出的信息化、工业化融合与德国的工业 4.0 是世界上两个大制造业国家具有可比性的两大战略，有着异曲同工之处，其目标都是为了提升本国的制造业水平。“两化融合”是中国版的工业 4.0。我国纺织服装产业在国民经济中占重要位置，制衣行业如何实现工业 4.0 是个值得探讨的大课题。

一、制衣行业实现工业 4.0 迫在眉睫

两化融合首先要具备信息化和工业化条件，然后才有两化融合的可能。我国制衣行业实现工业 4.0，建立智能工厂、实现智能生产是非常必要的。这里拿制衣行业的生产过程作个分析----

1、信息化程度。信息技术是工业化的支柱。判断一个制衣企业的信息化程度如何，要看这个企业的生产过程、物料移动、办公流程、客户交互等业务过程是否实现数字化运作，是否将国内外市场信息、客户需求通过信息系统网络加工生成新的信息资源。

在制衣行业里，依然存在着一些落后的生产方式。比如：设计上没有使用服装 CAD 软件系统，无法实现电脑绘图、计算机传输等信息集成；生产上没有实现电脑控制吊挂流水作业，无法实现数字网络链接；销售上没有实现网络营销，无法与国际市场产生互动，实现迅速反应。在当今社会，如果不建立信息系统和网络化管理，是无法参与国际竞争的。因此，建立信息化体系和智能化工厂是落实两化融合实现工业 4.0 的前提。

2、工业化现状。坚持以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的新型工业化路子是今后发展的方向。

从劳动密集型的制衣行业来看，全国从事服装制衣的工人达到 6000 多万，手工业制衣厂依然大量存在，不具备大工业化生产的条件。比如：手工划线，没有使用喷墨绘图仪；人工裁剪，没有使用电脑裁床；人工拉布，没有使用全自动铺布机；手工缝制，没有使用第四代缝纫机；手工绣花，没有使用电脑绣花机。

工业 4.0 是信息技术与工业技术的高度融合，是网络、计算机技术、信息技术、软件技术与自动化设备的深度交织所产生新的生产模型。以上这些手工业制衣效果，无论是质量、速度，还是复杂度、同质化都无法与智能机器相比较。因此，必须对制衣企业落后的生存方式进行嫁接改造、转型升级，使之尽快适应工业 4.0 时代要求。

二、制衣行业实现工业 4.0 的途径

1、提高人力资源素质

人才匮乏是阻碍信息化与工业化融合的最大障碍。实现工业 4.0 首先需要人才。一是高层管理人员：没有现代理念和全球意识，不懂网络信息和管理知识，缺乏超前思维就无法带领团队在市场竞争中取胜。二是工程技术人员：要有创新能力，要有技术专利，企业拥有自主知识产权，创新才是企业发展不竭的动力，人的聪明才智仍是不可或缺的。三是操作工人：必须具备操作智能机器的技能。

培训是提高制衣行业人员素质的重要手段。要面向全国推广服装 CAD 软件知识，加强技能培训力度，开展职业教育。凡是服装类大学和中职院校都开设服装软件课程。

2、实行“机器换人”

工欲善其事，必先利其器。“机器换人”是制衣行业实现工业 4.0 的重要途径。从服装制造过程来分析：如果使用了服装 CAD 软件和数字化仪，就可以取缔人工划线和量体裁衣，实现绘图、放码、排料全电脑化。如果使用了平板切割机，就可以按照电脑设计自动裁剪，比手工精确快速。如果使用自动铺布机，一个组就可以省去 4 个人工。如果使用电脑裁床，一次切割 100 层布料，取缔电剪刀。如果使用了第四代缝纫机、全自动模板机，一台机器可

以替代 6 个人的工作，生产效率倍增，给服装企业带来革命性的飞跃。通过“机器换人”可以实现数字化制造、智能化生产、建立网络化的生产设施。但是，建立“智能工厂”只是制衣行业迈向工业 4.0 的第一步。

3、实现“智能生产”

“工业 4.0”分为两大主题，一是“智能工厂”，二是“智能生产”。“智能生产”，涉及整个企业的生产物流管理、人机互动以及 3D 技术在工业生产过程中的应用等。工业 4.0”并不是一味地追求自动化，排斥人参与生产的全过程。与之相反，我们希望的是智能科技将着眼于更高层次的人机交互领域，根据制衣行业工人的心理、生理和身体结构融洽处理人、机械和环境的关系，让高科技硬件装备为制衣行业工作人员提供更好的支持，并利用加上绿色智能的手段和智能系统等新兴技术，构建一个高效节能的、绿色环保的、环境舒适的人性化工厂，而不是象工蜂一样，叫制衣工人每天不停地忙碌。

三、工业 4.0 给缝制设备带来的机遇

机遇一：工业 4.0 迫使了中国制衣企业的缝制设备更新换代、转型升级，增加了对智能缝制设备的需求。淘汰手工作坊类小企业，给制衣企业生产力带来活力，给缝制设备企业产品带来了市场。

机遇二：工业 4.0 迫使中国缝制设备制造业提速，向国际化标准看齐，技术创新、设备研发显得尤为重要。给缝制机械制造企业带来生机，增强了产品竞争力。

机遇三：工业 4.0 迫使民族产业升级换代，淘汰落后产能，国产高精尖的缝制设备不断涌现，中国创造具备知识产权，逐步替代进口设备成为趋势。给民族产业带来转机和加速。

制衣行业实现工业 4.0 需要“机器换人”，“机器换人”无疑给缝制设备企业带来新机遇，促进机械设备制造的信息化、数字化、智能化发展，推动了技术红利替代人口红利的进程。第四代缝纫机之所以深受用户欢迎，就是因为这款计算机数字控制缝纫设备满足了制衣行业实现工业 4.0 需要。

从人工成本角度上讲：采用智能机器，可以给制衣企业降低生产成本，并且不受高技能工人的制约。目前的社会保障越来越完善，工人的福利逐渐增多，最低工人工资标准也在不断增长。所以劳动力成本不得不增加。尤其是技术工种、有经验的师傅，付给的工资可不低啊！使用第四代缝纫机可以大量节约的劳动力成本，而且操作者无需高技术和富有经验者，一般操作工即可上岗。

从产品品质角度上讲：用手工缝制的衣服活儿粗，图案简单，同质化程度低。如果使用第四代缝纫机，那么用户就可以轻松缝制花样复杂的图案，也可加工弧线、双线、打格线、曲线、折线以及图案组合设计，变换多端。电脑软件制版可以缝制出高难度的服装工艺，弥

补手工不足。从而提高产品同质化程度，使品质稳定性得到保障。

从网络信息角度上讲：用第四代缝纫机可以实现电脑联网、远程遥控。从服装市场信息采集，到服装加工生产下单，全程信息联网。快速实现市场信息传递、客户反馈和加工制作。市场最流行的服装款式，可以轻松快速地三维扫描、数字测量、仪器绘图、软件放码、电脑打版、智能机器制作。整个流程实现信息化管理、电脑操作、智能生产，将资源、信息、物品和人进行互联。

基于以上三个原因，“机器换人”将促使制衣企业通过利用先进自动化生产设备进行技术改造升级，进一步减少服装企业生产用工总量，优化工艺技术流程，提高劳动生产率和产品优质率，提升服装企业产品质量，催生智能工厂的建立，增强中国制衣在国际市场的竞争能力。工业 4.0 给缝制设备制造业带来的机遇，也带来了挑战。只有跟上时代前进的步伐，才不会被历史淘汰。只有技术领先，才会独占鳌头。

行业动态

新花样让服装业“潮”起来

近年来，消费者越来越注重消费体验，服装零售业随之由之前的“渠道为王”转变为“体验为王”。各大商家更是铆足了劲，数字模特、可购物橱窗、面部识别后即可付款、Ipad Touch 付款

试过足不出户即可试衣下单吗？你想过服装可通过众筹来获取吗？互联网大潮下，本是传统产业的服装业，也在创新突围，在原材料、劳动力成本上涨等压力下，仍玩出了一些新花样，寻求到新的增长点和突破口。

不久前，服装企业七匹狼在门店安装了一款“3D 试衣镜”，消费者站在“试衣镜”前，通过手的挥动可迅速换衣，即能告别穿脱繁琐程序，又尽可能多地尝试新款式。这款软件还能用大数据进行消费喜好挖掘，并集成财务、交易、生产管控、库存管理等系统。



新技术给服装业带来的变化何止3D试衣，在刚刚闭幕的中国服装服饰博览会（CHIC）上，不少企业更展示了智能O2O定制系统，只需在手机上下单，足不出户就可享受独一无二的服装定制。今年，服装业大步试水互联网，将服装制作和实际理念与新技术结合，更好地挖掘市场需求，拉近与消费者的距离。

不仅技术，新的商业模式和产业方向也让服装业变得“潮”起来。

一些服装企业为新产品开启了众筹模式，不仅提前筹到研发资金，还使产品更贴近消费者。比如，户外服装品牌探路者最近就在京东众筹平台上开启了对皮肤衣的众筹，消费者可凭借众筹以低价购买产品，或得到产品出售后一定比例的回报，上线1天时间即筹款逾30万元，兼具防晒、透气、时尚的皮肤衣系列也受到市场欢迎。

“众包也是服装业尝试方向之一。”工信部部长苗圩说，“一些电商企业已经把线上销售服装的数据、消费者喜好等反馈给服装企业，引导他们设计制作出更贴近市场的产品，提高生产效率。”

还有一些服装品牌启用店铺合伙人制度，极大调动门店经营者积极性，通过提升服务等，增加品牌附加值。

互联网推动产业发展新契机

在中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲看来，无论是基于互联网模式的定制、众筹，还是与互联网企业进行跨界合作，或店铺合伙这种新的激励机制，都是服装业尝试用新思维挖掘新增长点的缩影。

而服装业的这些新花样初衷只有一个，就是用互联网的手段倒逼产业转型，推动产业发展新契机。

“互联网加速推动服装业进入大众化、快速变化的消费时代。时尚性、功能性等个性化的需求正成为新的消费特征，这些都是服装业淘金蓝海。”孙瑞哲说。

此外，互联网也拉近产业与消费者的距离，让产品迅速得到市场反馈，让服装企业能够更好借助网络服务消费者，制作精良产品。

“比如说众筹，就让服装企业在短时间内筹集资金进行研发，同时把自己的新产品在网上晒一晒，看看市场是否‘买账’。”中国服装协会秘书长杨金纯认为，得益于新模式和新技术，服装企业可以更好做到以用户为中心，满足甚至引导每个人的需求。

“通过人体数据库，我们设计出更贴合东方女性身材的服装，也能更好把握当季甚至下一季流行颜色和款式等。”内衣品牌爱慕集团董事长张荣明说，爱慕早已利用大数据分析进行设计研发，事实证明，这些产品更受消费者欢迎。

“或许这些探索和变化对整个行业还未形成主流影响，但产业的希望恰恰源自于这些创新和尝试。”中国纺织工业联合会会长王天凯说，抓住新生业态，将会为服装业发展带来新的春天。

追求极致仍是核心竞争力

转变新思路，适应新变化是服装业短期内突围发展的路径。但归根结底，产业要走下去，还要解决长期制约发展的核心问题。对服装业而言，就是提升产品价值和品质，用专业态度做产品，有追求极致的工匠精神。

“新常态下，服装业值得坚守，更需要坚守。”刚刚在A股上市的中国牌歌力思董事长夏国新感慨道。许多创业超过20年的服装企业家认为，互联网带给产业很多新的机遇，但服装企业不能因此变成互联网企业，服装企业的核心是坚持做好的产品，从面料的选择、设计的攻坚、质量的把关等多方面完善每一件衣服。把最基础的工作做到最精，才会赋予产品长久的生命力。

业内专家认为，互联网时代，服装业更需要变“百米冲刺”为“马拉松”，接受行业压力短期不会改变的事实，坚持做产品本身，坚持对技术和品质的完美追求。

“这是时装与人的对话，市场对产品的本质要求，是无法改变的。”世界著名服装设计师山本耀司说。

流行资讯

2015年/2016年国际服装印花绣花流行趋势

在各大时装周紧锣密鼓进行之际，Premiere Vision 巴黎国际面料展根据时尚工业的发展趋势

势，公布了 2015 年春夏服装的 5 个特色。



从今年的意大利面料展所展出的花型来分析，2015-2016 国际趋势花型流行以干净统一风格转为抽象风格，天然手绘作品，以及童话森林主题中出现的猫头鹰、松鼠、狐狸等动物将成为新型花型，制作全世界名牌的服装、服饰的最新产品

手绘：印花图形每年都在流行，但是明年更多将会以手绘形式表现。



油彩、水彩画风格：2015 秋冬花型以油彩风格为主，而 2016 春夏则是水彩画的风格，



模糊视觉花型：模糊的设计理念给人一种灵感的表现，例如中间那个是豹纹花型，现在将其加入模糊梦幻的变化，这就是明年的一种流行风格。

入准备生产的过程中。



버터플라이

원단을 거둬 매운 날개짓하는 나비들이 FW 15 시즌 핵심 패턴 중 하나로 자리
컨버터블 면의 패턴으로 등장한 알록달록 나비 / 날개를 확대한 패턴, 대칭 배치로 수성적인 분위기를 연출 / 로고그래피, 수제파류의 등
장 / 생생한 컬러 팔레트로 겨울 디자인에 생동감을 부여

蝴蝶花型抽象几何变化：蝴蝶花型已经流行了很多年，但是每一年都会做小小的改变，2015年的蝴蝶花型将以几何花样性变化，如对称翅膀，或抽象效果来将多彩的颜色赋予生动感



几何形状相互重叠的花型：该花型在今年和明年都将会广泛使用。



民族风格花型手绘表现：民族风格的花型用手绘表现出其自然的特征，采用黑色和白色

的配合给人强烈的印象，受到美国、南美一带客户的追捧。



条纹、格子的不规则抽象化：条纹、格子花型从之前的黑白分明到将来的抽象、重叠，这都是一种变化趋势。

色彩世界

2015/2016 春夏男装周流行色彩趋势分析

现代男装在寻求突破的道路上，曾经在女装男穿方面引起过轩然大波，把女装元素直截了当放到男装款式上还是有点令人难以接受，于是设计师们收敛地把柔美气质逐渐融入男装里，除了细腻的细节或者裁剪以外，马卡龙般的粉嫩姿态开始入侵本季春夏男装色彩中，阳刚气息与甜心色调的极端分化糅合，呈现实用主义与浪漫主义的冲突美学。

粉红男孩

甜美的粉色调是用来编织甜腻的梦境，但直接用马卡龙粉来包装男装似乎有点太过于娘娘腔了，设计师则用工业城市里的雾霾烟熏来掩盖这股“骚味”，介乎于柔媚与阳刚之间的进化，迷离的灰度调试的恰到好处。Agnes B 将街头风融入同色调的随性搭配，俏皮的年轻

风格像可口冰淇淋般融化人心;Jonathan Saunders 的复古公子哥形象通过灰粉色的重新演绎, 浪荡不羁的形象被改写, 乖乖牌大男孩成为主打风格;Hackett 的细条纹西装搭配同色衬衫与 polo 衫, 休闲都市的造型表面看似随意的搭配, 隐藏不住刻意装扮的姿态;MSGM 的派克大衣以经典实用款式结合柔美色调的粉刷, 黑色块的点缀十分明显, 把单纯的粉红色增添成熟感。

原始裸色

曾在女装中风靡一时的裸色, 灵感来自女性肌肤光滑表面的妩媚魅力, 而本季男装的裸色则取决于原始荒芜的环境, 标榜着低调而淳朴的态度, 沙漠、泥土或枯木的大地色调披上迷蒙外衣, 贫瘠艺术结合极简主义雕琢出现代艺术的另类态度。Raf Simons 用超短长度的极简裸色背心, 将日式异域情调的风景画半遮掩起来, 是低调行事的现代主义艺术行为;Ermenegildo Zegna 浅粉裸背心搭配亮裸色裤装, 柔软色调与肌肉线条极端对比是另类美学的和谐表现;Costume National 褪色裸色的泛白做旧效果, 呈现哑光表面的陶瓷肌理感, 干脆利落的裁剪套装升华出沧桑感;Calvin Klein 蜜粉裸色带点光泽表面, 整套服装以同色调搭配似乎有点恐怖, 大胆的柠檬黄腰带更增添中性“娘炮”韵味, 但干净裸粉色与肌肤相互衬托是崇尚原生态的意识标志。

轻柔蓝调

蓝色在本季经过漂白的洗礼, 不再是大喇喇的粗犷工装风格, 暴晒之后的表面更加干燥, 激发出粉末般质感, 散发出轻盈的浪漫氛围, 现代都市的刻板与骑士风格的强悍态度虽然被弱化, 但依旧保留着绅士温柔, 这是新好男士的必杀技。Hardy Amies 复古简约双排扣西装以短款长度更新经典款, 灰色调抹去了油腔滑调, 粉蓝色保留了摩登的精致度;Fendi 极简休闲的小领子短袖衬衫与宽松西裤搭配出整洁大方的干净书生型;蓝天白云下的 sunshine boy 基本款无需过多装饰足以清爽迷人;Andrea Pompilio 刺将绣镂空的衬衫与腰褶长裤组合, 加上本季最热门拖鞋鞋款, 混搭着中性柔美的蓝调乡村风带点花骚情调;Costume National 硬朗线条的机车夹克被婴儿蓝包裹着, 不和谐的搭配形成冷式幽默的趣味性。

湿地绿色

从森山树林中汲取有机混合的草绿色, 大自然里蕴藏着无法估计的能量, 被坚固的植“封锁”着, 温热潮湿的热带气候形成大型温室培育基地, 以茂盛的树丛与即将腐烂的植物来打造春夏男装新户外造型。Krisvanassche 光泽面料令草绿色更加湿润, 套装搭配强调魄力气势;Berluti 本季度钟爱浓郁感, 三件套基本款以不同绿调搭配增加层次感;Hermes 宽松粗针织开襟毛衫上的暗绿色, 像经历过风吹雨打之后的浑浊, 沉稳而富有韵味;Topman Design 的短

版夹克带有泛白感的蛋绿色搭配清新的草绿色，糅合低调的个性打造新式复古型男。

度假湖蓝

闷聩炎热的季节让人恨不得 24 小时都泡在水里度过，波光粼粼水面与蓝天白云形成天然的镜面照射，调配出完美色调组合，游泳池戏水、海洋冲浪以及各种挥洒汗水的运动拥有无法抵抗的诱惑力，透澈清新的湖蓝色营造一个悠闲假期。Burberry Prorsum 将湖蓝色漂白，涂鸦街头与旅行风格结合出粉嫩多汁的可爱青年；Gucci 的西装套装是垮落肩线与九分裤组合，水手服标志的条纹将碧油湖色更加突显出水质感；Prada 蓝绿色以暗沉色调覆盖，成熟商务男士也需要年轻化细节来点缀活力；Maharishi 以碧蓝色针织套衫搭配纯白色百慕达短裤，高亮度配色组合呼应阳光明媚的季节。

服饰瞭望

红寻找中国男装高级定制的风口

舞蹈家 Fred Astaire 在硬木地板上跳舞。如果跳跃的时候，西装的领子还在脖子上，就说明衣服完全合适了——这是流传在国外的经典的试衣故事，也正是高级定制的真实写照。一直以来，高级定制被认为是女士的专利，其实对时尚并不是特别在意的男士们来说，给他们低调、彰显品位、不同社交场合不同着装的“唯一的服装”，更加迫切。

中国市场整装待发

在普通消费者眼里，“定制”也许是一个高端而奢侈的话题，“定制是根据消费者的需求进行个性化的设计及手工缝制，它有别于大工业生产出来的产品。”在中国十佳服装设计师端木文看来，“定制是生产商与客户直接沟通，通过面对面的交流，为客户设计独一无二的个性服装，以满足消费者的个性化需求。”包括服装面料和辅料、配饰、甚至纽扣、线等。

在意大利，高级私人定制已经深入人心，并且非常成熟，拥有很多传承的品牌。在美国市场，男装高级定制已成为高端消费主要方式，每年有近 10 亿美金增长。实际上，英国、法国、日本、中东、俄罗斯、新加坡等，都在演绎同样的趋势。

在中国，随着社交的不断增加，人们意识到，不同的场合需要搭配不同的衣服，而每一件都应该是“合体”的，即符合自己的身份、地位、气质、身材、谈吐等，在外人看来，他们是整个场所的主角，而这些又是在不经意间让人们感受到的。

一个真正懂着装和自我形象塑造的人，有着透澈的心灵和自我的肯定，他懂得自己的身材、气质和风采，在扬长避短中凸显自我，他知道“衣服于人”，不跟风 and 盲目追求奢侈，而是在个人特质和服装特色中寻找“唯一的最好的我”的效果，同时更是一种个人品位和身份的象征，这也许唯有高级定制才能给找到这种感觉。意大利高级定制品牌 Kiton 中国区总监贺斌也是持此观点，“高级定制不是一个概念而是一种生活方式，需要很长一段时间去培养。”在中国，这块业务才刚刚起步。

据尚普咨询《2013-2017 年中国服装市场分析调研报告》显示，随着消费者对定制的认识逐渐提高，消费升级以及消费者需求变化推动服装产业升级，定制将成为品牌服装发展的必然趋势。实际上，中国的服装定制历史非常悠久，最早的体现就是裁缝的量体裁衣，为高级定制行业和市场真正发展奠定了基础。

如何迎接男装高定风口

高端定制，这个名词就决定了这项战略不只是一把尺子、一把剪刀、一根针，而是服务、设计、技术、品质等综合实力的比拼，没有自己的人才队伍和核心技术优势，根本无法为顾客提供高定服务。因为高级定制从建议、构思、设计、制作到最终的成品，每一个步骤都是在一对一甚至是多对一的互动中进行，满足消费者更为多元化的需求，为顾客提供与众不同的个性化产品，必须拥有一个全球化视野，尊重文化之间的差异，尊重不同的人，通过人才资源的储备，建立自己的创意研发设计团队和营销团队。

这要求从业者至少 10 年以上从业经验，要对消费者进行科学的量体和其他方面全面的了解，而且不同需求要搭配不同专长设计师。但在国内，“全能品牌”、“全能设计师”屡见不鲜，很多不具备高级定制设计师资质和水准，不能真正满足消费者的个性化体验需求。

“国外的高级定制是一个高标准贵族式体验。而国内目前提供的定制服务却大部分仍停留在高级裁缝的阶段。我们希望为这个方兴未艾的市场定一个较高的标准。”希努尔男装股份有限公司总经理赵雪峰这样介绍说。其实，高定设计师更是一个形象大师，除了服装本身还应该给客户提出衬衫、领带、鞋、发型、礼仪、言谈举止等的整体形象解决方案，帮助客户成为真正绅士。在专业人士眼里，“高定”从业者提供的服务和内容远比人们想象中的多，这需要深厚的积淀。

据了解，早在十几年前，希努尔男装就推出了个人化定制业务，积累了海量的顾客、数

据信息和技术经验，在顾客服务、量体技术、版型工程、制作工艺等方面，奠定了高级定制方面的坚实基础。2013年，与意大利 MIDA 公司联合创立并推出了高端定制品牌“普兰尼奥”和婚礼服专业定制品牌“皇家新郎”，立体化全面进军高定市场。

据悉，6月30日普兰尼奥将举办盛大的高级定制业务发布会，宣布其高级定制业务全面铺开，并解读加盟政策，计划在北京、上海、青岛、济南等城市开设高级定制体验店，正式进入中国男装高定市场。

新颖纤维

武汉纺织大学成功研发可永久防紫外线棉织物

武汉纺织大学纺材实验室研究开发出一种具有永久抗紫外线功能的棉纤维，日前已申请获国家技术专利，并将用于织物生产，有望实现衣物的永久性防紫外线。

传统的防晒织物是采用表面添加特殊涂层的方法，这些二氧化钛在洗涤或穿着过程中极易脱落，防晒周期短暂。这些物质脱落后在彩色衣物上还会形成斑点，影响外观，且只能进行单色染制，花色单一，还有一定的环境污染。这项研发采用的是中空植入技术，将防紫外线的关键物质二氧化钛植入棉纤维中空。纱线经过特殊工艺处理后，紫外线防护系数能高达85，外观与平常织物并无区别。

这一新技术有效克服了传统紫外线防护服手感差、透气性不佳、色彩单一、使用期短暂等弱点，织物可以用水洗，洗后既不会影响织物外观，更不会影响其防晒性能，同时也适应了市场上对花色和环保的要求。

由于这一技术产品的原料是棉纤维经过处理而来的，成本也比较低，价格相对平民化。除了应用于运动服和休闲服这两大服装产品外，还将满足各大户外作业需求，诸如户外作业服、帐篷，广告布等。

新型纤维“幻彩丝”研发成功

经过了两年多上百次试验,新乡化纤股份有限公司终于研制出了一种随光线不同变换出不同色彩的纤维。它有一个雅致的名字——“幻彩丝”。

“幻彩丝”是在生物质纤维基础上,经过改性而成的一种新型功能性纤维。它不但可以由白色转变为各种艳丽色彩,也可以在一种带有底色的基础上,由一种颜色基调瞬间转变为另一种颜色。利用该纤维在不同光线下变换色彩的特点,设计师可以用它来设计出许多出彩的高档时装。

用该纤维可以制作高档绣花线,制作的花色图案随光线不同而不同:在室内穿着的服饰上所绣的牡丹花而到室外阳光下可变为玫瑰,儿童服装上绣的可爱小狗在阳光下可能又变成了一只小熊。品牌服装可以用该纤维制作防伪 LOGO。

“幻彩丝”也可以制作高档窗帘,会随着白天和夜晚光线的强弱自动调整透光率。将该纤维元素引入高档衬衣、T恤所选用的花格面料,衣服外观会随着不同场所光线的变化而变化,新颖别致,夺人眼球。该纤维也适合做为军队以及户外等特种防护隐身服装的材料。

经过国际查新显示,目前,世界纺织领域上尚未有该类产品,因此,该产品及其生产技术处于国际领先水平。目前,该产品已经申报国家发明专利,根据国家知识产权法相关规定,其他企业无论是生产、销售以及应用该产品须得到新乡化纤股份有限公司授权,否则将受到法律的严厉制裁。

面料动向

2015/2016 年秋冬女装面料流行趋势

星云:采用淡淡的扎染效果以及喷绘漂白技术,为简单的针织品以及平纹织品打造出朦胧的图案以及色调。

渐变地貌:采用简单的横向浸染技术,打造出渐变双色效果,使用柔和的同系色调来模拟朦胧神秘的风光。

彩虹之光:充满活力的彩色光环打造神秘感效果。其中最流行使用朦胧的粉彩色打造出柔和的有大理石纹的印象主义效果。

烧炭:明亮的红色和橙色条纹搭配深度漂白表面,应用于平纹织品及针织品。通过深度漂白打造出灰烬和烧炭效果,还可以通过熏黑灰烬处理结合彩色。

油彩涂抹:以艺术感的涂料喷溅和印花为灵感,形成了彩色印花和染色流行趋势。其中

覆盖染色效果最为重要，而绘画风多层印花则打造青春叛逆的感觉。

空灵的大理石花纹：空灵的大理石纹理为针织和平纹针织品带来丰富的纹理感形象。日式绞染、漂白以及印花效果打造出柔美的变形迷彩纹理，让人联想到抽象的风景画。

浓郁的植物染色效果：浓烈、饱和的植物染色条纹具有强劲的流行潜力。这些植物染色效果同时还搭配日式绞染及扎染效果，或单独使用醒目的套染条纹。

无瑕金属感：完美无瑕的金属感表面效果应用于奢华的纤维，以及合成平纹针织面料，搭配采用金箔安插图案以及满底印花。

2015 春夏羊毛面料流行七大灵感主题

国际羊毛局推出 The Wool Lab——2015 春夏羊毛流行趋势，囊括了时下最引人瞩目的潮流趋势和最优质的羊毛面料及纱线，囊括了七大灵感主题：

一、香港

灵感：灵感取之于 20 世纪 40 年代香港的时代背景，当时为英国殖民统治，与传统中国服饰相比，多带了几分精致和鲜明线条的时髦感。休闲不减优雅的套装，因袭剪裁传统的复杂面料，古典与新潮融于一身，服装基调真实再现了殖民生活方式的慵懒。传统印花在女装面料上的使用则充分体现了东方元素。主色调采用了具有新古典色彩的浅灰与浅褐。

面料：100%超细美丽诺羊毛；适宜炎热天气穿着的凉爽羊毛，融合了贵重纤维真丝、马海毛和亚麻。新古典织法与图案、细条纹、斜纹、小方格纹以及威尔士亲王格。超细精纺羊毛毛纱；令人耳目一新的混色毛纱。

二、精品酒店

灵感：用色彩创造风格，灵感来源于 20 世纪 60 年代威尼斯丽都岛奢华而久负盛名的 Excelsior 酒店。男女款彩色格子花纹茄克，透露着精致和卓尔不凡的优雅。其中既有精工细作的印花女式衬衫、长裙，也有经久不衰的男士茄克，优雅感穿越了时间，即便在闲暇时间亦令人心动。选用较为明亮的色彩，如亮绿、淡粉、淡黄和橙色。

面料：百分百羊毛、羊毛/棉、羊毛/亚麻、羊毛/真丝、羊毛/麻。结构图案精巧：方平组织、斜纹、巴拿马纹、人字纹、明显的砂砾纹、套格和用于女式衬衣和裙装的雅致印花。混色毛纱、两股纱、绒头和绉纱；提花圆机面料和精细针织。

三、博客

灵感：全球日渐壮大的博主群体是这一主题灵感来源。充分彰显了原创性和多彩风格，运用新风格标新立异是唯一法则。当今的年轻一代乐于搭配原创图案、高饱和色、方格图案及亮色提花反差元素，是这种风格的绝佳代表。

面料：100%超细美丽诺羊毛或与亚麻或棉混纺。原创结构图案，如马德拉斯格纹、放大维希格、明显花型或各式图形。可用于花式针梭织面料的平纱。

四、露天舞场

灵感：战后的意大利，balera（典型而流行的舞厅）逐渐风靡。极具代表性的舞厅饱受欢迎，人们欢聚一堂，纵情舞蹈，抚平战争带来的创伤，重新发现平淡生活的无限乐趣。主题似乎在重温追求美与优雅的过程中，愉悦之情亦可以通过简单易得的方式获得。男款服饰的古典色调和别致条纹；还有极富女性色彩的印花长裙。

面料：羊毛中加入了棉、尼龙和粘胶纤维，经过了耐洗处理。别致图案结构，如条纹、维希格、泡泡纱、条纹或格子花布和细微格。所用的纱线包括木里纱、夹花纱和绉组织。

五、元素

灵感：主题完美融合了时装与建筑。长裙的剪裁与廓型都受到了建筑几何线条的启发。对洁净线性元素的探寻，彰显了日式的极简主义，色彩则借用了建筑材料石灰和水泥。蓝与绿简笔勾勒出了天空下楼宇的清晰轮廓，楼基却稳稳地扎根地下。织物结构无丝毫沉闷感。

面料：100%超细美丽诺羊毛或与棉、真丝、亚麻或粘胶纤维混纺。呼应了主题基调的结构图案：薄纱、横凸条、蜂巢、镂空结构和图绘提花。羊毛平针织物扮演了重要角色，亦运用了图案设计。

六、自由港

灵感：主题灵感来源于扬帆远航的生活，主打高性能运动型服装。功能性服装演绎出动态感和乐享风，让人联想到海天畅游的生活。注入了灯塔与航标的色彩以及老旧磨损处理，让这份出海远航的情怀淋漓尽致。

面料：100%超细美丽诺羊毛，羊毛/棉或羊毛/尼龙混纺，亦选用了工艺织物。结构图案利用了磨损与水洗效果、彩色涂层和复合法，打造一种兼具运动感和生命活力的风格。

七、澳大利亚

灵感：灵感源于澳大利亚内陆环境下的淳朴乡村生活。男女款简约实用风格的长裤、衬衫和上衣，色彩则选用了日落时分大地变幻莫测的暖色系。都市服装系列充分发挥了羊毛纤

维的优点，亮点是温度调节特性，适于在炎热的夏季穿着。经过创新耐久处理的面料，磨损和水洗效果始终如一。

面料：羊毛与棉和植物纤维（麻、亚麻或真丝）混纺。女式衬衫采用小印花针织。面料选用条纹和格子花布、斜纹、巴拿马、华夫格、柔软双面薄纱。衣料上色效果和耐久处理，磨损和水洗外形为主。

2015 服装面料流行趋势

高雅质朴：引人注目的多臂提花结构十分多元，包括斜纹布、篮子状编织纹理和竹节花色纱，为现代感换季混纺羊绒外套、茄克和结构式连衣裙增添了纹理效果。

密实平纹布：平面棉布和夏季感精纺羊毛为彩色西装、茄克、半身裙和裤子的设计带来巨大的空间。该款面料是打造学院风造型的理想选择，也可与色块相结合，进而打造出潮流感造型。

柔软金属色西装料：金属色合成面料、混纺卢勒克斯金属纤维丝绸和金银线织物为正装单品增添了光泽感纹理效果——从哑光到液态效果都有出现，可将造型从日装自然过渡到晚装。

奢华多臂提花织物：高度光泽感纤维如人造纤维、粘胶纤维和丝绸为结构式西装茄克营造出装饰效果和高雅的粗花呢效果。

数码有机面料：像素化风格的粗花呢带有干爽的结构手感，被用来打造西装、茄克和裤子。中性色彩是重点，其中柔和的绿色和粉色让前几季出现的明亮色彩粗花呢得到新的演绎。

细腻的维度：精美别致的单色人字纹呢料和条纹纹理面料，十分适合打造富有成熟魅力的西装和茄克。精致复杂的结构和细腻的浮雕效果，与 2015 春夏“历史 2.0”宏观趋势相呼应。