



携手纽约高级定制品牌

成都开创时装周新模式

本刊记者 赖松

直击要害，以商业对接为目的；长期有效，时装周将永久落户，首届成都国际高级时装周为成都的服装业搭建了极富吸引力的平台。成都作为中国发展速度最快的城市之一，蕴含着巨大的时尚潜力，将成为新的中西方设计理念交汇地。

近日，首届成都国际高级时装周落下帷幕。与中国现有的时装周模式有所不同，成都国际高级时装周立足高端商贸，直接以商业对接为目的，首次将纽约时装周的品牌和资源引入中国。

商贸对接承载文化交流

据主办方介绍，成都国际高级时装周由成都优陆国际时尚文化有限公司、华西都市报联合主办，成都优陆国际时尚文化有限公司与成都市百年春熙建设投资有限公司共同承办。该时装周得到了成都市人民政府、四川省商务厅、成都市商务局、成都市博览局和锦江区人民政府等的大力支持。

值得一提的是，成都国际高级时装周特邀美国知名时尚人士 Jay Calderin 担任时装周的创意总监，并由数位国际名模和来自四川师范

学院的中国模特共同演绎国际设计师品牌的新作。据介绍，在首届成都国际高级时装周上汇聚了 10 个国际优秀的设计师品牌，包括知名的 Maggie Norris Couture、Ruffian、Nicholas K、Jamil Khansa 和 Tatyana Parfionova 等，其中部分设计师在此次时装周上举行了 2013 年春夏新品的全球首发。

Jay Calderin 表示，首届成都国际高级时装周的举办给他留下了深刻的印象。他说：“不论是从运动装、森林系还是到晚礼服，成都国际高级时装周上的每一位设计师都有自己的风格，尤其是在组委会专门设置的创意设计大赛环节上，8 名设计师用蜀锦和蜀绣设计的晚礼服让人眼前一亮。”

美国驻成都总领事馆商务领事马仕戈对《纺织服装周刊》记者说：“成都国际高级时装周把美国的知名品牌带来成都，不仅让中国西南地

区的人了解美国时装和文化，同时，也把中国本土的东西带出去，让美国了解中国的文化。”他表示，成都是中国发展得最快的城市之一，消费者对时尚和新的产品有很高的接受度，是一个很有潜力的市场。

在本次时装周上，设计师 Jamil Khansa 的作品充满了异域风情，他表示，此次时装周上的设计灵感就来源于成都的蜀绣。“当我们拿到本地人工纺织的面料时都很激动，这些有中国特色的织品，不仅质感好，而且融入了独特的四川文化。此次时装周将是成都本地时尚走上国际舞台的重要一步。”

来自 Nicholas K 设计公司的两兄妹是混血儿，妹妹有一半的中国血统。在接受媒体采访时他们表示，中国服装业很有发展前途，希望通过此次合作，能探索成都这块宝地。本次创意总监 Jay Calderin 也表示，预计明年的服装流

行趋势将会着重颜色的运用。“成都人穿着时尚，会运用颜色进行搭配，在街上走着，丰富多彩的颜色让我眼花缭乱。”

开创时装周新商务模式

时装周期间还举办了多项时尚与商贸活动，包括2012国际时尚业高峰论坛、时装周设计创意大赛的颁奖晚会。主办方表示，为了更好地体现商贸性，时装周期间还专门举行本地商场商家与国际品牌对接交流会、高级定制服装展销会等专项活动。

作为本届时装周的主办方之一，成都优陆国际时尚文化有限公司董事长高洁向《纺织服装周刊》记者透露，自今年9月与成都市锦江区签订举办成都国际高级时装周的合作协议后，让组委会特别兴奋的是，该时装周还将永久落户成都。

高洁透露，按照国际时装周的惯例，成都国际高级时装周每年将举办两届（春夏、秋冬）。据悉，成都国际高级时装周2013年秋冬系列发布会将在今年4月底举行。“在目前国内市场缺少买手机制的状况下，成都国际高级时装周旨在寻求向国际四大时装周商业模式靠拢、又切合中国国情的一种新商务模式”。

据成都国际高级时装周主办方介绍，该时

装周面向三类群体提供服务：一是面向媒体，发布下一季的流行风向；二是面向高端消费者，即那些既有很高经济实力也有时尚品位的消费者，满足他们的定制需求；三是面向经销商、加盟商和OEM厂商，为他们提供近距离选择和代理国际时装品牌的平台。

麦肯锡发布的研究报告显示，中国将于2015年超过日本成为世界最大的奢侈品消费国家。2011年成都的时尚消费程度在全国排名仅次于北京、上海，与杭州比肩。在业内人士看来，成都国际高级时装周的举办，将加快吸引更多的国际高端时尚品牌商进入中国（成都）市场，以打造高端主力商圈和西部重要的商贸中心之城，刺激消费，扩大内需；同时，有利于引进国际先进的设计理念和工业技术，改造和提升成都现有的皮鞋业、蜀绣蜀锦等传统工业，发展实体经济，扩大对外贸易。

助国际品牌落户成都

随着高端消费者的成长和发展，对高级定制时装的需求已经提到了中国消费者的日程上。近年来，成都快速兴起了圈层文化、高级会所及俱乐部，一些时尚聚会也在逐渐兴起，高档的婚庆礼服、酒会和晚会礼服等逐渐进入了高端消费者的购衣单。此次成都国际高级时装周

上，聚集了一批来自于银行的VIP嘉宾和高档购物中心的VIP会员，她们将是这些高级定制礼服的目标消费群。

成都国际高级时装周为中国市场带来国际优秀高级定制时装品牌和高级成衣品牌，也为中国的OEM厂商提供了一个与国际品牌商近距离接触商谈的机会。这一新兴的时装周职能，为在中国举办具有国际影响力的时装周，提供了一个全新的思路。

据悉，在成都国际高级时装周举行之前，组委会就全面展开商贸工作，以帮助国际品牌与中国的OEM厂商和代理商进行合作。四川上辰集团旗下成都鼎力人合科技有限公司、北京纳鑫商贸有限责任公司等企业已经初步与此次参加发布的国际品牌达成合作意向。

除了国内行业内人士的积极响应和参与，成都国际高级时装周的主办单位成都优陆国际时尚文化有限公司还与纽约国际时装周方面达成进一步合作的意向。纽约国际时装周的创建者Fern Mallis的机构在与成都优陆公司方面商谈成都国际时装周项目计划时，对该时装周的新商务模式表示了极大的兴趣和信心。据介绍，成都高级时装周在下一个发布季将与Fern Mallis的机构合作，吸引更多的国际知名设计师参加，为中国市场带来更多的品牌资源。TA

秀场直击

时间：2012年12月15日

设计师：Maggie Norris

Maggie Norris曾担任过Ralph Lauren的高级设计总监，以及Mondi的首席设计师。2000年，Maggie Norris在纽约推出Maggie Norris Couture品牌。之后，Maggie Norris的时装作品在美国赢得了广泛的声誉，并深受许多知名人士的喜爱，包括Nicole Kidman、Naomi Watts、Alicia Keys、Diane Keaton、Catherine Zeta-Jones、Beyonce和美国第一夫人Michelle Obama都是Maggie Norris Couture品牌的粉丝。

在本次时装周上，Maggie Norris Couture是关注度最高的品牌之一。此次发布的作品主打复古风格，其中部分作品的灵感取自20世纪早期流行的美式军旅风。Maggie Norris Couture品牌以精彩绝伦的工艺和廓形赢得了市场关注。其每季新品售价往往高达人民币十数万元，尽管价格不菲，但在本次时装周发布秀之后的静态展环节，仍有一位神秘的女士以高价购买了一套Maggie Norris的作品。

时间：2012年12月16日

设计师：王宝元

作为纽约国际高级时装周组委会在成都高校的教育合作单位，四川师范大学服装学院在本次成都国际高级时装周期间参与服装表演、前台管理、后台管理、设计师助理、影视制作等环节工作。

值得一提的是，中国十佳设计师、四川师范大学服装学院教师王宝元还专门以蜀锦蜀绣为元素创作了数十套作品参加了本次时装周。发布会当天，王宝元作品受到了Nicholas K、Jamil Khansa、Tatyana Parfionova等设计师的赞许。

