



尴尬的孕妇装

2013年5月24日

原著: Julie Earle-Levine
Financial Times

毫无疑问，孕妇时装如今成了欧美各大媒体争相报道的焦点。随着凯特王妃、黑眼豆豆女主唱等一大批时尚名流几乎在同一时刻的怀孕新闻，这些名人如何着装成了当前最流行的时尚话题。今年2月，预产期为今年7月的凯特王妃在怀孕后首次公开外出，当时她身穿一款灰色的Max Mara裹裙。就在前一阵子，她喜欢上了套装裙。法国前第一夫人布吕尼在怀孕期间经常身穿常规时装，比如白色Chanel高档花呢连衣裙与黑色短上衣。

据孕装品牌Séraphine统计，每年英国约有80万婴儿出生，平均每位孕妇花在孕装上的费用为130英镑（全国总计1.08亿英镑）；而在美国，尽管每年的新生儿不到400万人，但总花费约为8亿美元（每个孕妇平均花费200美元）。然而，孕妇装却堪称是时装界最后一座有待开发的“富矿”。显然，许多孕妇不愿轻易放弃时装，但孕妇装却成了时尚品牌一个尴尬的话题。

比方，许多人觉得Diane von Furstenberg的裹裙当孕装穿再合适不过了，但是不少品牌都委婉地拒绝踏足这个领域。“我们觉得这个领域不太适合我们，我们不开发任何孕装”，Temperley London就曾经说。

纽约时装技术学院(the Fashion Institute of Technology)博物馆的馆长Valerie Steele认为，女性怀孕后会涉及形象问题，“怀孕后，女性形体必然发生巨大变化，外表感觉犹如患了肥胖症。所

以设计师感觉力不从心。”

Susan Lazar是来自纽约的时装设计师，从业已有20年，如今创立了自己的知名品牌——Egg Baby，她偶尔也会设计孕装，比如简约型针织连衣裙及相应配饰。她认为，设计师不愿设计孕装的原因是它实际穿的时间太短。“生完孩子后，就没有女人再想穿孕装，”她说，此外还有式样的实际问题，“孕装式样与平常衣服不一样，原因是怀孕后肚子会变大变突，必然要系更长的腰带，”Lazar说。她还指出，推出孕装需要很大投入，当长款T恤、裹腿、叠层装依然也能像孕装一样受人欢迎时，投资孕装就很不划算。她说，事实上，许多女性几乎一直穿着常规服装，直至最后三个月才换上孕装。“实在没必要去大量添置孕装，所以设计师不愿为此劳神费心，”她说。

洛杉矶时装设计师Nicole Chavez曾经与当时身怀六甲的影星Kristen Bell合作，为她设计了参加今年金球奖颁奖典礼的礼服。

把常规裙装当孕装穿，品牌Issa也是理想的选择，因为标志性的V字领让本已丰满的胸部显得更为傲人，裙服在腰部打褶，让身怀六甲者的腹部显得更加楚楚动人。

希望这些身怀六甲的时尚名人能带动时尚界对孕装的关注，产生市场营销效应；毕竟，它能催生时装界一个全新的细分创意行业。



eBay在纽约推出“购物橱窗”

2013年6月5日

原著: Alistair Barr
Reuters

美国最大的电子商务交易平台eBay在6月开通了“可购物橱窗”，此举旨在帮助零售商通过现有的实体店网络实现更多的销售。

从6月8日到7月7日，eBay和美国时尚品牌Kate Spade在纽约的Soho和下东区首先开设四个新的“可购物橱窗”，主要用来销售Kate Spade旗下针对年轻人新推出的品牌Kate Spade Saturday的新产品，新产品数量约为30件。

其实，早在2011年，eBay就曾做过类似的尝试，但当时推出的橱窗还需要扫描二维码，顾客还不能直接在橱窗显示屏上进行购物。这款新的橱窗显示屏宽为2.7米，高0.6米，安装在建筑物外立面的展示橱窗上，顾客通过可触摸屏幕下订单，商品将在一小时内由快递送达客户指定的地址。所购商品将实行货到付款的方式，由快递员使用eBay公司开发的PayPal Here移动支付技术进行收款。

eBay公司最近还与Target、梅西百货等大型零售商合作，开展了一系列创新服务以吸引互联网和移动购物人群。“可购物橱窗”的应用延伸了实体商店的外延，而通过互联网技术，这些传统店面焕发出新的生命力。

而对于品牌商Kate Spade来说，“可购物橱窗”可以帮助新品牌在没有实体店的情况下也能吸引线下的目标人群。Kate Spade Saturday所属集团Fifth & Pacific Companies Ltd.首席执行官William McComb认为，该技术将帮助这个新品牌不需开设实体商店就能推向市场。他表示集团正考虑在旗下其他品牌门店引进这项技术，在有限的零售空间内尽可能展示更多商品，例如在较小型的Juicy Couture门店设置“购物橱窗”，这样可以额外提供200个款式供顾客选购。集团也计划通过“购物橱窗”在Kate Spade New York实体门店销售床上用品和家居产品。“如果以传统的方式，我们永远不可能把所有产品放在商店里销售”，William McComb说，eBay的新技术可以使2000平方英尺的店面空间实现以往10000平方英尺才能达到的销售额。☐