

时尚脉搏跃动，趋势商贸聚焦

品锐至尚巴黎展 (2020 春夏) 再展全球时尚风采

本刊记者_董笑妍 通讯员_周一晗

2月12~14日，在法国巴黎北郊维勒班特展览城，为期三天的品锐至尚巴黎展 (2020 春夏) (Premiere Vision Paris 2020SS) 以其汇集全球趋势面料的盛大场景，凸显了在全球时尚创意产业中的强劲影响力及领导地位。据统计，三天内展会共接待了来自127个国家的5.3万名专业观众。

潮流科技、全面权威，这就是品锐至尚巴黎展

历届品锐至尚巴黎展作为商家、设计师、专业观众贸易、灵感和体验的集合地，都发挥着其作为时尚创意界催化剂的作用，而本届展会更是精挑细选了1782家参展商 (相比去年同期上涨了3.3%)，并由品锐至尚时尚团队策划了时尚论坛和时尚趋势研讨会等活动，活动现场人潮涌动，气氛非常活跃。

展会现场，70%以上是国际观众，其身份也十分多样化，从奢侈品品牌、中高端品牌到大众零售商；采购品类从服装、皮革、鞋履到配饰等，还有很大比例的独立设计师也穿梭在展会当中，交流场面专业而热烈。

品锐至尚巴黎展不仅是商贸对接的重要场所，还是全球面料流行趋势的策源地之一，商家、设计师、专业人士纷纷通过品锐至尚巴黎展，探索着纱线、纤维、面料、皮革、纺织品图案设计、配饰材料等方面的创新方向，并提出为2020春夏系列量身定制的制造解决方案。据悉，本届展会上提供的2020年春夏时尚资讯解读再次广受好评。

除了潮流趋势，科技也成为时尚领域备受瞩目的主流话题之一，本届展会上第三次举办的“科技穿戴实验室”成为了现场当之无愧的焦点，络绎不绝的观众印证了其成功。科技穿戴实验室中与时尚科技相关的初创企业、创新材料、嵌入式技术、前瞻性展览等正在蓬勃展现，进一步明确了技术创新在纺织行

业的重要地位。

此外，品锐至尚在线平台 Marketplace 也反响热烈，已被全球业内人士广泛采用，作为其信息流通、拓展贸易的有力补充工具，在展会上展示的实际操作平台也取得了巨大反响和成功，很多国际品牌买家及参展商明确表达了对该平台的期待。

据悉，Marketplace 平台于去年9月完成了针织系列面料信息的收录，于今年2月又添加了皮革展商信息板块，另外，牛仔布制造板块也将于5月上线，随后9月还会纳入配饰和辅料制造板块。

七成国际观众，凸显展会全球地位

国际观众数量占比70%，彰显了品锐至尚巴黎展在行业内无可比拟的广泛号召力。品锐至尚巴黎展历来以高质量著称，在全球政治和经济环境不稳定性加剧的状况下，继续保持了其参与度与稳定性。

一组数据显示，与去年同期相比，本届展会观众数量排名前5名的国家保持不变。

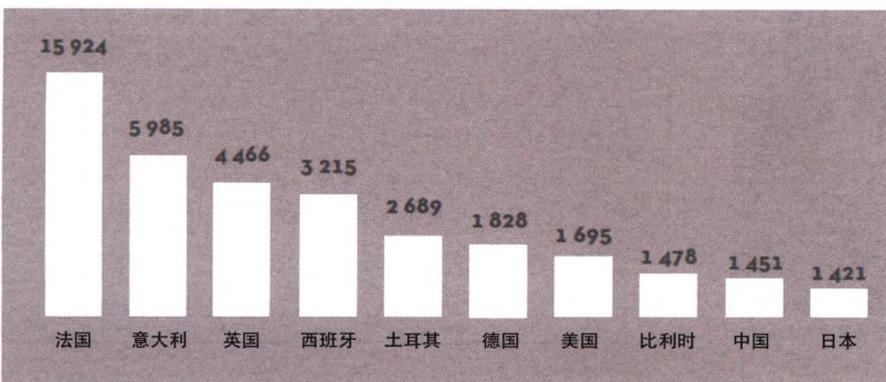
法国以近1.6万名观众的总人数 (占总参观人数的30%) 领先于其他国家。尽管法国国内经济环境仍然较为脆弱，但法国观众数量与去年相比保持稳定且略有增加。品锐至尚巴黎展对于法国品牌的重要性由此可见。

意大利以近6000名观众 (占总参观人数的11%) 排在第2位，其次是英国，虽然由于英国脱欧的不确定性导致观众人数明显下降，但仍占参观总人数的8%，保持第3位，随后是西班牙和土耳其。

值得一提的是，本届展会上中国参观人数排名第9，比利时从第10上升至第8，而日本降至第10。本届共有9.5%的专业观众来自亚洲，观众数量有较明显提升，这主要得益于中国观众人数的增加，此外，日本与韩国作为充满创意的时尚市场也体现出了自身的重要地位。

尽管整体表现令人骄傲，但受英国脱欧的直接影响，观展人数方面却略有下降，与去年同期相比人数下降了2.3%。随着英国脱欧进程不断推进，加深了众多企业的恐惧情绪，并放慢了自身决策速度，如今，英国的时尚品牌和买家正在谨慎行事，这一点从英国观众数量下降可见一斑，英国观众下降人数占展会总观众下降人数的三分之二。

品锐至尚巴黎展 (2020春夏) 观众数量排名前十的国家



图说展会

2号馆

亚太服装制造采购展 (Manufacturing Overseas):
如今制造领域正在横向拓展，亚太服装制造采购展内展商无论是自有品牌或是贴牌企业，都由专业审核委员会进行审查，在质量、可靠性、创意度等方面均符合展会统一要求。



6号馆

纱线展 (Yams):
当下时尚设计已经充分延伸至整个行业的上下游，纱线展从原料、工艺、设计、应用等各方面向专业观众展示着技术与趋势。

品锐至尚巴黎展作为全球时尚人士的首选盛会，以展示精品纱线、面料、皮革、配饰辅料、图案设计和制造工艺著称，不仅能提前预测趋势，还可提供一站式、国际化采购战略，让我们通过精彩图片一览展会风采。



3号馆

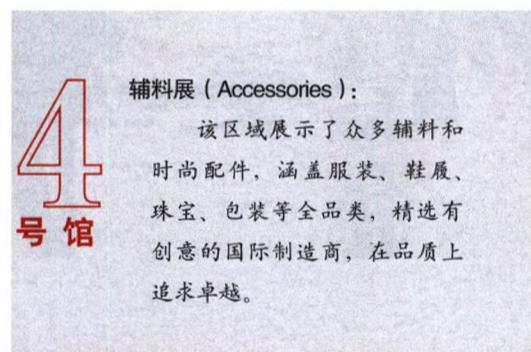
皮革展 (Leather):

皮革展内包含服饰、鞋履、皮革制品等各品类皮革品牌，满足全球时尚采购商对皮革产品的多样化需求。



特别区域 | 皮革制造展 (Manufacturing Leather):

皮革制造展作为3号馆的特别区域，自去年起有针对性地呈现各类皮革制造资源，为不擅长该领域的时尚品牌提供皮革和鞋履制造商、承包商等合作伙伴。



4号馆

辅料展 (Accessories):

该区域展示了众多辅料和时尚配件，涵盖服装、鞋履、珠宝、包装等全品类，精选有创意的国际制造商，在品质上追求卓越。



5号馆

面料展 (Fabrics):

作为品锐至尚巴黎展的主要展区之一，面料展跨越5号馆与6号馆，以全球时尚面料满足专业观众需求，并生动体现出2020年春夏的流行趋势。



花型图案设计展 (Designs):

如今品锐至尚花型图案设计展已经成为全球最大的纺织图案设计展，拥有来自世界各地的230个工作室，文化的多样性是花型图案设计展的真正优势之一。与其他区域不同，花型图案设计展的所有展位都是开放式的，观众可以沉浸其中。



欧洲地中海服装制造采购展 (Manufacturing Proximity)

欧洲地中海服装制造采购展具有极强的时尚产品导向性，展览方式以产品领域、生活方式为主导，协助国际时尚品牌节省采购调研过程中花费的时间。



特别区域 | 针织制造展 (Manufacturing Knitwear)

别具一格的针织时尚是品锐至尚巴黎展的一个亮点，大量材料与技法上的潮流更迭为参观众提供了大量参考。

特别区域 | 智能穿戴实验室 (Wearable Lab)

这一季，时尚科技又成为展会亮点，以“延展人体”为主题，诠释衣服如何扩展人的能力领域。尽管仍处在试验和样品阶段，但某些创新科技已经预示着未来服饰在设计上的真正突破。TA

