

中针会看台

“我们拒绝炒作概念”

——宜宾惠美纤维新材料股份有限公司董事长廖周荣谈蛹蛋白纤维推广

浩迪莎 诠释竹呼吸健康内裤



参观者详询竹呼吸健康内裤生产工艺。

在第93届中针会开幕当天举办的浩迪莎招商会上,其招商的火暴程度有些超出企业的意料。据该企业负责人介绍,现场观众亲自体验了竹纤维纺织品后,对其亲肤性及柔舒适度均极为赞赏。3月9日下午,由中国纺织品商业协会与青岛恒旭纺艺品有限公司主办的“竹呼吸,生活美”——世博品牌浩迪莎原生态竹纤维新品发布暨创富大会上,经销商反响热烈,不少客商当即表示出了合作意向。

浩迪莎如此引起公众关注已不是第一次了。2010年,浩迪莎成为青岛第一家签约上海世博会的民营企业。在全球众多一线品牌都盯上了世博商机的情况下,浩迪莎竹纤维制品凭借其环保特性和严格的质量体系,成为2010年上海世博会指定供应产品,合同总额达2000万元。

作为率先在业内组建了竹纤维产品设计和研发中心的浩迪莎竹纤维品牌,凭借其多年积累的研发经验,专门针对现代城市男性长时间久坐,使得生殖三角区时常处于潮湿、不透气、细菌滋生的尴尬现象进行了研究,并于2010年年底成功开发出“竹呼吸”男士健康内裤,该款产品具有抗菌、吸湿、除臭、透气等多重功能。“我们曾经做过一个市场调查,结果显示,大部分使用过浩迪莎竹呼吸内裤的城市男性都觉得竹呼吸内裤在吸湿、防异味、透气性和舒适性方面表现出色,会考虑重复购买和消费浩迪莎竹呼吸内裤。”浩迪莎公司董事长曹松朋说。

哇味 平价时尚魅力来袭



哇味站台以1:1实体店形式展出,让人耳目一新。

刘歌今对这次中针会的展出效果甚是满意,不过这一切也在他的意料之中,尽管这是“哇味”在中针会的首次亮相。

针对热火朝天的洽谈场面,刘歌今认为是因为哇味的市场定位跟别人不一样,产品新颖时尚,冲击力强,同时价廉物美。作为哇味(天津)服饰有限公司总经理,刘歌今在为期3天的展会上,除了向客商介绍品牌理念、了解市场需求及同行的动向外,还解决了一项纷争。“一开始我们是分区域洽谈加盟商的,后来商谈的人太多,公司负责招商加盟的工作人员就无法划分得那么清了。”谈起那个纷争,刘歌今露出一脸甜蜜的忧愁:“我们对哪个地区设几位加盟商有严格要求,但这次起了冲突,河南地区有两个加盟商争做一个商场,这让我们比较尴尬。”尽管对加盟商的热情心存感激,但刘歌今最后不得不选择实力更强的一位。

关于加盟的门槛,哇味品牌说高也高,说低也低。“只要有信息流、资金流,我们都可以考虑。在终端形象方面,我们可以进行系统对接,陈列、设计都是我们出方案,同时我们还进行系统管理,加盟商应该会比较省心的。但我们对店铺的选址、店面的规模有一条硬杠杠,地级以下的城市基本不考虑。”刘歌今说。其实,哇味加盟是从去年底才开始的,而且今年4月9日将截止。谈到此举背后的用意,刘歌今解释说:“不想太贪,以免超出自己的承受能力,目前还是想积累品牌形象,不乱开店,让大家都能赚钱。”

既然扛起时尚的大旗,价格自然是哇味的杀手锏。“我们保证是取利最低的一家,时时刻刻保证终端的价格实惠。”刘歌今对哇味的设计能力也比较自信:“时尚跟食物一样,是有保质期的,我们现在不断加快款式更新的速度。像朋克系列的这款内裤,我们设定了最低订货量,卖完以后就不再补货。让消费者永远保持新鲜度,永远追着时尚走。”要足够快,让竞争对手远远看着,这是刘歌今的追求和未来规划。

□ 本版文字采写 陈洪澜 李娟 韩竟
摄影 陈洪澜 许海波

在近日举办的第93届中针会上,记者再次见到了惠美纤维新材料股份有限公司董事长廖周荣。惠美新材料公司在本次展会上专门设置了展位,展示、推广公司自主研发的新型纺织原料——“圣桑”蚕蛹蛋白纤维及产品。这种新型纤维被一些人士形容为“柔软似羊绒、清爽如真丝”。

来展位参观洽谈的企业代表络绎不绝,廖周荣不时与他们交谈几句,谈得投机就坐下来详谈。瞅着个间隙,记者终于能与他对面地进行一番对话。

记者:不久前你们在中国针织工业协会理事会上进行产品推介,此次在中针会上设立展位,是否表明企业已开始大规模推广“圣桑”蚕蛹蛋白纤维?效果如何?

廖周荣:可以说,我们对蚕蛹蛋白纤维的推广,已经进入到一个新的阶段。我们希望下游更多的面料、服装企业了解这种新型纤维并敢于作出尝试,相信他们不会后悔。

从这几次的推广情况看,效果还不错。猫人、浪莎、帕兰朵等针织企业,旭

经相关权威机构检测,“圣桑”纤维蛋白质含量在8.6%~10%之间,其各项物理指标也达到可纺要求。纤维面料染色后耐洗色牢度达到4~5级,耐光照色牢度4级,抗起球3.5级,富含天门冬氨酸、谷氨酸、丝氨酸等18种氨基酸。蚕蛹蛋白纤维优异的可纺性与良好的服用性,也为其推广应用奠定了基础。

更重要的是,蚕蛹蛋白纤维这样的生物纤维,原料可再生、产品可降解,有利于改善化纤行业长期依赖石油资源的困境,符合环保、低碳的要求。

记者:很多企业都反映新纤维推广难度较大,你们有没有这种感受?下一步有什么新的推广策略?

廖周荣:新事物获得认可总要有个过程,也会存在这样那样的困难,蚕蛹蛋白纤维同样如此。我们真诚希望上下游协作开发,共同解决生产、推广过程中遇到的各种难题,及时进行沟通、反馈,让这种新型纤维早日得到规模化应用。就像现在为人们熟知的竹纤维,当时由于纤维组

织不强,在可纺性等方面也受到了一些限制,后来是通过企业间的合作才得以解决。

蚕蛹在我国具有1000多年的药用史,其营养蛋白目前被用在高档保健品、护肤品上。将蛹蛋白提取纺丝,做成服装穿在人们身上,能够最大限度发挥丝蛋白的效果,可谓返璞归真。与10万元/吨的绢丝、40万元/吨的真丝相比,蛹蛋白纤维既具有相似的性能、手感,价格还相对较低,目前约为7万元/吨,可弥补真丝产量的不足。

当然,和普通纺织原料相比,蛹蛋白纤维仍然属于数量较少、价值较高的产品,因此我们将其应用定位在高端服装领域。作为全国第一家推广蚕蛹蛋白纤维的企业,我们有责任营造良好的市场氛围。我们严格按照行业标准进行生产,并通过相关权威机构的检测。我们还将通过吊牌确保后道产品质量,同时提升品牌影响力。我们希望,相关产品的蛹蛋白纤维含量至少达到30%,最好在50%以上,以最大限度体现蛹蛋白纤维的优异特性,不让消费者失望。

舒工坊 广推“十五码”内衣抢先机



新,也取得了较大的突破。结合公益事业、联合更多业内强手共同打造终端门店,让消费者无偿体验15码内衣产品等一系列动作。同时舒工坊也致力于提高品牌的科技、文化及设计含量,避免无序竞争,打破了一味拼价格、搞促销的竞争格局。

3月9日下午,舒工坊品牌交流会也在上海新国际博览中心举行,200余位意向客户认真听取了舒工坊品牌团队对于品牌理念的全面解释和对于品牌未来的详细规划。大家认为“15码”的确找到了一个有效的市场切入点。数十家意向客户在现场就签订了意向合同。

帕兰朵 让内衣融入城市生活

本届中针会上,上海帕兰朵炫出“燃情十年”的红色资料袋,一时间很让参观者回味帕兰朵这10年的历程。有的品牌经销商也感慨道:“不知不觉,我们已经与帕兰朵合作近10年了。”

10周年纪念,是帕兰朵选择今年参加中针会的一个因由。不仅如此,帕兰朵此次参展还亮出倡导“城市生活内衣”理念的品牌新战略。

帕兰朵副总经理方国平告诉记者,城市生活内衣是一个大概念,也是当下一个新理念。去年的上海世博会打开了中国人认识世界的窗口。低碳、生态、健康、智能等解读词汇回应了世博“城市,让生活更美好”的主题,也让人们充满着对现代城市生活的强烈渴望和向往。

方国平的话讲,帕兰朵的新理念就是追求内衣的艺术化,提升内衣的城市品位,在满足人们穿着需求的同时,带给他们精神和心灵上的愉悦和享受,使内衣散发出诱人的现代城市生活气息。

帕兰朵不断运用科技的力量,通过新材料、新技术、新设备、新工艺,并勇于借鉴创新思维,开辟城市生活内衣的新思路。如目前公司开发的咖啡碳+玉石纤维系列、日本发热纤维+保暖纤维系列、山东海龙的麻塞尔纤维系列等就是运用最新科技成果进行开发的典型例子。

帕兰朵致力于探索不同织造方式的交叉连接,采用经编与纬编的结合、机织与针织的结合、不同支数不同组分的组合以及不同色彩不同光线深浅明暗的搭配,使内衣呈现出五彩斑斓的都市气氛。帕兰朵美体内衣、时尚健美裤、休闲家居服等均体现了上述特征。

展会影像

展会遍是天竹纤维



在刚刚结束的第93届中针会上,天竹纤维无疑是最抢眼的纺织材料。在天竹产业联盟特展台上,豪盛家纺、恒美家纺、深圳天竹服饰、晨光袜业等天竹联盟知名品牌纷纷参展;竹之锦、天源中被、青岛恒旭等企业都是特展展台主打天竹纤维纺织品参展。图为天竹产业联盟展台上随时发布的天竹纤维时装秀吸引了参观者的眼球。

猫人发力性感地带



在中针会的历史上,“猫人”大打性感牌已不止一次了。本次展会更是一举拿下360平方米的展厅,成为展出面积最大的内衣品牌。据其副总经理胡骏介绍,此次着重推出旗下品牌“猫人性感地带”,该品牌以“年轻、潮流、性感”为定位,主要目标顾客是16~26岁的年轻男女,主力产品为内裤、袜品、打底衫、打底裤,试图构建一个涵盖文胸、家居、暖衣、毛巾、手套、帽子、围巾等性感贴身服饰的一站式购物平台。

浪莎袜业发布袜业流行趋势



3月9日上午,在上海新国际博览中心E6馆,浙江浪莎袜业发布的2011~2013年度中国袜业流行趋势,成为展会的一大亮点。此次发布会以“曲调·风华”为主题贯穿上下半场,全面体现“优雅、性感”与“时尚、纯净”的完美组合,用新元素打破传统观念。主题延续既往的流行,同时又用颠覆传统的理念和颜色搭配观,揭开袜业新时尚。此次发布会区别于以往的表现方式,将袜子和衣服融为一体,给观众耳目一新的感觉。

怡安佳内衣追求实在



“这两天来咨询的客商很多,不少表现出了加盟的意愿,有些还找我们做贴牌。”江苏太平洋服饰有限公司董事长朱正芳对记者说。至于吸引客商的原因,朱正芳认为,是产品的品质比较实在,价格也很实惠。江苏太平洋服饰有限公司虽然是首次在中针会露面,公司实际上已有10年的发展历程,旗下核心品牌“怡安佳”在江浙一带已有较高的市场占有率。此次展会上的热烈反响,坚定了朱正芳以品牌占领市场的信心。