



图 3-3 基于物流信息平台的航空货运供应链

更好地发挥物流的流通作用；同时，智慧物流也符合国家战略发展规划和当前社会发展的需要，向数字物流、数字经济迈进。

南沙自贸区拥有优越的地理位置和政策优势，同时也存在经济发展内生动力不足、产业基础薄弱等问题。因此，南沙自贸区发展智慧物流必须推动信息化建设，利用信息技术建立虚拟式电子网络和数据中心，充分利用大数据、物联网等信息化技术，对供应链系统进行集成与优化，提高物流效率；物流运营利用信息系统优化，整体协调、组织并执行物流解决方案，提供综合物流服务，实现共赢。

参考文献

- [1] 丛超. 南沙自贸区的SWOT分析[J]. 对外经贸, 2016(12): 17-18+60.
- [2] 中共中央国务院. 粤港澳大湾区发展规划纲要[N]. 人民日报, 2019-02-19(A01).
- [3] 耿旭静, 董业街. 南沙自贸区5年累计形成678项制度创新成果 创新“南沙样本”走向全国[N]. 广州日报, 2020-10-10(03).
- [4] 王美苏. 广州南沙综合保税区正式通过联合验收[N]. 南方都市报, 2020-09-17(01).
- [5] 张斌, 齐鹰飞. 去全球化冲击与中国产业结构调整[J]. 财经问题研究,

2017, 08: 15-22.

[6] 王景敏. 基于物联网的集成化港口供应链协同管理探析[J]. 物联网技术, 2014, 4(11): 53-55.

[7] 周红云. 利用好战略机遇期大力促进铁路集装箱多式联运发展《“十三五”铁路集装箱多式联运发展规划》解读[J]. 大陆桥视野, 2017, 06: 56-58.

[8] 连一席, 郭双桃. 数据中心: 新基建 抓住数字经济新机遇[J]. 发展研究, 2020(08): 37-49.

[9] 李洋. 云计算背景下数据中心网络架构设计[J]. 中国新通信, 2018, 20(14): 56.

基金项目: 2020年度广东省科技创新战略项目(“攀登计划”项目), 关于如何推动智慧物流发展研究分析——以广州南沙为例(pdjh2020b0672)

作者简介:

王术峰(1963-), 男, 山东文登人, 教授, 硕士生导师, 主要研究方向为物流经济、物流管理; 刘秋瑾、邓荣荣、陈创火、吴泽宏、黄思嘉、李荣明, 本科生, 主要研究方向为物流管理。

顾客式服装设计 ——服装行业的变革与发展

郑馨

(武汉学院会计学院 湖北 武汉 430000)

摘要 中高端市场, 缺乏自主的设计风格, 一模一样的服装款式贴着不同的标签在市场上出现已经司空见惯, 中低端市场, 没有严格的服装管控制度, 服装来源, 面料, 以及质量检测, 都没有合法的来源。而新型功能性店铺, 可以满足不同消费水平的女性, 应对不同场合的穿衣设计, 约会, 工作等, 提升穿衣舒适感及幸福感。

关键词 服装设计; 新型功能性店铺

DOI 10.12525/j.issn.2096-627X.2020.07.662

顾客式服装设计, 是一种功能性店铺, 受众群体为女性, 消费者能够自己选择服装素材的合成, 自己参与设计。现在中国的服装市场, 价格虚高, 质量参差不齐, 消费者很难买到一件, 心仪且性价比高的衣服。而采用这种方式可以, 解决全民的穿衣问题, 提升幸福感。

这种设计方式有3个功能板块, 分别是修改裁剪板块, 自我选择设计板块和二次服装设计板块。其中修改裁剪是其基础板块; 自我选择设计是核心板块, 能让顾客自己选择服装元素, 参与设计; 二次服装设计是高端板块, 对服装进行二次设计, 使其更符合顾客的个人特征及喜好。三个板块, 适合不同层次的消费群体。修改裁剪板块, 是针对顾客的身材以及需求, 对他们的二手衣服进行改造。这个板块可以取代传统的手工裁缝店, 普通裁缝店无明码标价, 手艺也不明好坏, 经常会有衣服改坏, 乱收费的情况。而修剪裁剪板块, 是这种设计方式的基础工作, 聘请手艺娴熟的技术人员, 并且明码标价, 保证成品。自我设计板块中, 有一本清单, 顾客可以在上面勾选你所喜欢的颜色, 版型, 样式, 然后设计师会根据其形象, 身材, 气质, 做出一件顾客心仪的衣服, 任何场合下穿的衣服, 都可以随意设计和选择, 有针对性。不需要跑断腿, 去店面选择, 不用被眼花缭乱的服装市场迷惑。二次服装设计板块, 是专为冲动的女性服务, 女性常常会, 一时冲动而买下一件衣服, 可回家后, 会发现这件衣服并不是很适合自己, 受版型, 颜色, 款式等各种因素的影响, 有时买了就丢在衣柜里, 不想去穿它, 这时, 可以到这种功能性店铺中, 进行二次设计, 让它成为独一无二, 具有个人特性的衣服。

王群山曾说过, “服装设计效果图是关于视觉传达的造型艺术, 既包含艺术成因, 又有科学技术含量。服装设计效果图是服装设计表现的重要组成部分, 是服装设计系列技能的专业基础能力。”所以在顾客式服装设计这种方式中, 给顾客画出适宜的效果图至关重要, 需要设计师具备良好的专业素养。

打破传统服装市场, 形成一个适合全民的, 提升穿衣舒适感和幸福感的店铺。顾客式服装设计, 能够真正意义上, 站在顾客的角度, 满足每个顾客的想法, 设计出她们所心仪的衣服。与已有店铺对比。商场等实体店, 普遍价格昂贵, 适合薪酬水平高的女性购买, 而其他的杂牌, 质量参差不齐, 价格虚高, 乱喊价的情况, 普遍存在。难以买到心仪且性价比高的衣服, 服装市场质量普遍较差, 衣服, 线头多, 容易掉色, 变形且版型不合身。这种市场现状, 难以让普通大众具有, 穿衣幸福感。而顾客式服装设计, 这种方式能够满足不同女性的穿衣需求, 在保证面料质量和舒适感的基础上, 有消费能力的顾客, 可以选择更优质的面料, 以应对不同场

合的穿衣需求。

服装材料充满着迷人的魅力, 发展历史悠久。张志春说过“想象、搜寻、研制与探索, 使之从无到有、从一到多, 从花草树木到葛麻丝毛皮棉纸等, 都成

为一个个历史难题的艰难确立与逐步解决。”服装材料在不断变革与发展。在当今社会, 各种新奇高科技面料层出不穷, 但不是所有消费者都有能力体验到这种服饰。生理感受而形成心理的和审美的感受, 这种经验性审美、心理感受反过来也会影响和规定服装材料的选用趋向。在服装材质肌理变化上所产生的多种视觉效果十分丰富, 不同的质地和肌理都会引起相应的视觉美感, 如粗糙意味着大气、粗犷, 细密意味着精致、细腻, 疏松意味着舒适、随意, 光滑意味着精美、华贵, 闪光意味着前卫、华丽, 轻薄意味着柔软、飘逸。除视觉外, 触觉在现代人类感性发达的体验中也占有重要位置。服装的材质美是指由服装材料而产生的美感。服装材料是服装美最基本的物质前提, 没有适当的服装材料也就产生不了服装美。服装材质美主要表现在材料的色彩、质感、肌理以及悬垂性、透气性、柔软性、挺括性、伸缩性等要素。服装设计是用衣料来表现的, 设计师的任何构思都需要选用恰当的材料来完成, 而且材质本身的美感也会给设计带来独特的风格。所以这种新型的功能性店铺的存在, 很有必要, 提供最具有性价比的面料, 对进购的每一款, 进行全面检测, 确保色泽, 舒适, 健康, 新潮。严格把控品牌质量, 让顾客不存在顾虑, 安心选购, 量身定制, 体验到服饰的新锐变革。综合性的, 功能性店铺, 满足不同消费层次的女性, 应对不同穿衣场合的需求。

中国在服装方面应该是一个非常大的使用市场, 而服装市场却显得不景气, 呈现总体疲软、混乱的局面。内地的批发市场主要有三类: 一是批发市场; 二是百货商场、专卖店、零售商店; 三是新兴的服装超市。这三个方面组成了国内服装市场的终端现状。

百货商店等专卖店, 价格普遍偏高但质量较好, 而批发市场和新兴的服装超市, 款式普遍抄袭大牌, 无创新, 大批量化生产, 质感差, 版型差, 且容易撞衫, 与原版差距大。

而顾客式服装设计, 这种新型功能性店铺中的每件衣服, 都是独一无二的, 纯手工制作, 保质保量, 售后有保障, 根据消费者的身材特征及需求, 量身定制。是一个综合性的功能店铺, 适合不同层次, 不同需求的女性。

项目: 武汉学院大学生创新创业训练计划项目资助项目