

2020年上海服装展览会

产品名称	2020年上海服装展览会
公司名称	上海振增展览服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	中国国际展览中心
联系电话	400-775-9328 13701750828

产品详情

2020中国国际服装服饰博览会（CHIC2020春季上海服装展）展会时间：2020年03月11-13日

展会地点：国家会展中心[上海]

同期举办：2020中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会【Intertextile】

2020中国国际针织（春夏）博览会【PH value】

2020中国国际纺织纱线（春季）展览会【Yarnexpo】2020中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会

参展服务热线：400-775-9328联系人：曾斌先生，13601121568 [兼微信]2020年3月11-13日，2020中国国际

服装服饰博览会[CHIC2020春季]将继续在上海虹桥“国家会展中心(上海)”举办，所有专业展区将独立成展，届时，所有专业展区将独立成展，现场观众将看到蜕变之后的CHIC男装展，CHIC定制展，CHIC女装展，CHIC配饰、箱包及鞋履展，CHIC冬季时装展，CHIC童装展，CHIC供应链展，CHIC原创设计展，CHIC潮流品牌展，CHIC环球风尚展共十个独立展的强势规模，并联合PH value2020中国国际针织（春夏）博览会及韩国Preview in China两个展中展在内的强大阵容，雄踞国家会展中心（上海）的1.1馆、2.1馆、2.2馆、3馆、4.1馆及北馆，彰显CHIC在中国服装展会领军地位的波澜壮阔。基于此，CHIC2020（春季）将于3月11-13日为您呈现一个变革之后的行业盛会。

参展联系：2020中国国际服装服饰博览会【CHIC2020春季】时间：2020年3月11—13日

地点：国家会展中心[上海]参展服务热线：400-775-9328联系人：曾斌先生，13601121568 [兼微信]Q

Q：942190015 / 910822089邮箱：expo8621@163.com

1、科技感

ADAY在产品生产方面与全世界各地的工程师合作，精心筛选出高科技先进面料，使服装具有调节温度系统，以及防皱。据创始人透露，之所以这么做是因为，希望品牌在最初就奠定的调性，并且科学技术的应用会使你在竞争中脱颖而出，持续进步，并且在制衣过程中，很多次从细节中感受到自己是在创造未来服装。

2.单一供应链

ADAY品牌服装是直接面向消费者的单一供应链，节省中间成本。

3.无季节性

ADAY创始人在成立品牌的初衷就是为了简化人们的衣柜，以及有意识地使我们的生活方式也得到简化，就像她们的品牌标语那样：Do More With Less！

在这样的初心和灵感之下，ADAY的服装呈现出无季节性的特点，而且会成为顾客们衣橱中的必需品——即任何天气和场合，这些服装都可以派上用场。你也可以理解为它们是万年不过时的、经典的基础款单品。

ADAY主打三类基础款上衣，包括背心、t恤，和高领毛衣，可满足日常的基本需求，同时又不自觉使生活方式简单了起来，没错，她们就是想打造“胶囊衣橱”的理念。

4.可持续性

ADAY的品牌亮点除了产品设计和供应链以外，其实它还在默默地改变着人们的购物方式。首先，服装设计的多功能性意味着消费者可以买更少的东西；其次，ADAY推出了旧衣物回收业务，即消费者在购买ADAY品牌服装后，当衣服的使用寿命殆尽时，消费者若将其捐送出去，反馈给品牌后可兑换购买积分，同时品牌也鼓励消费者与她们一起回收，推动全球环保和可持续发展。

最近ADAY新推出的plant bae植物系列服装，由山毛榉木浆和冰岛海藻纤维混合而成，创造出品牌第一款植物纤维材料。该微模态植物纤维，从自然环境中获得灵感，充分利用了可再生资源。因为海滩林木的微型模式是一个闭环系统，这有利于循环和调节呼吸，且植物纤维如今已被证明是一个更可持续的棉花替代品。与此同时，海藻是一种用途广泛的植物，它是无碳的，世界上大约70%的氧气都来自于海藻，许多海藻还含有抗炎和抗微生物剂，最重要的是它对二氧化碳的吸附力是森林的20倍。

ADAY团队表示十分喜欢照亮可再生资源和循环利用的过程，之前使用的定制等级的Repreve纱线就是由水瓶制成，即可以理解为一款夹克是由41个瓶子为材料做成的。

当然根据2019针织展了解到，其实团队在找寻植物纤维材料的过程十分辛苦，因为品牌主打的环保和可持续调性会在选择时出现种种限制。比如说传统的基本款服装惯用棉花作为材料，在ADAY就会被否定，因为棉花不是可持续的，这违背了发展的初衷。创始人表示：“我们想要一种舒适、柔软、多功能的面料，同时兼具奢华感，并且符合可持续性的要求。”

ADAY的联合创始人Meg He和Nina表示：“每一次创新，对新资源的探索和使用，以及对可持续供应链的建立，都是对自己的挑战。大众从我们有意识进行的设计过程可以看出，产品将简单和实用融合，坚持经典的轮廓与简洁的线条设计，其中每一次在对细节调整时都会问自己：是否会一直将这样的理念持续下去。”

ADAY没有其他时装品牌那样的季节性趋势，在经营的过程中，更多的是花时间进行产品测试、学习客户反馈和不断的试验来完善品牌，从而能够不断改进，更新迭代，使每一款作品被更多人喜爱。我们最畅销的打底裤几乎每两个月就要经历一次更新换代。

Nina：“我十几岁时买了很多东西，我二十几岁时扔掉了很多东西，而在经历了这一切之后，我慢慢沉淀出一种简约的心态，在生活中更关乎体验感而不是拥有感。与此同时，我也开始更多地去思考伟大的产品设计，且希望实现极简主义的终极梦想。在创建ADAY的几个月后，我走进大自然，充分感受且进行了大量自我反省，期间还阅读了两本书Yves Chouinard的‘Let My People Go Surfing’和Michael Braungart与William McDonough联合创作的‘The Upcycle’，这让我真正地开阔了眼界，让我看到了商业的影响力。所以，如今我认为创造一个好的产品或公司，一定程度上意味着专注于创造一个更好的未来。”

Meg He: “在我每一天的生命中，我都有意识地选择自己所做的一切，因为我们对生活所做出的每一个选择，都是在选择自己会成为谁。今年，在创业之余，我和我的合伙人还决定买一辆旧的黄色校车，然后重新利用它，将其改造成一个198平方英尺的太阳能(3.820, -0.03, -0.78%)房。这种可持续性的重复利用，在其中自己设计和搭建，对我们的人生，来说比住在公寓中更有意义。”