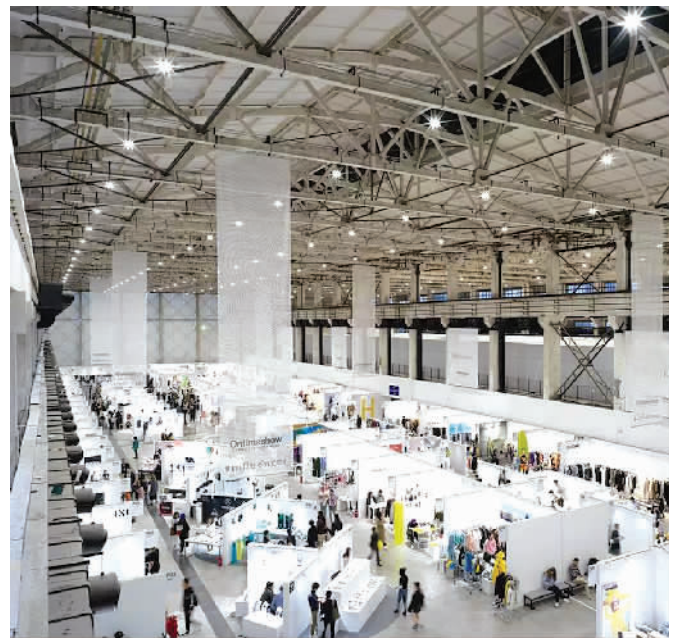

## 直击 Ontimeshow 火热现场

# 秒变时尚弄潮儿

在上海时装周丰沃土壤的培育之下，整个时装产业在上海这座时尚之都蓬勃发展，亦使得上海这座城市新兴崛起，占据了亚洲时尚产业的高地。Ontimeshow 立足上海西岸，集聚时尚设计力量，不断鼓励新设计、打造新品牌、培育新动能。在共同打造“亚洲最大订货”的过程中，不知不觉间也已经迎来了第十季。

依托于消费升级、第三产业、文化表达的三大产业红利，回首五年，从最早的 1000 平米，到今天的 25000 平米；从最早的 48 个品牌，到今天的超过 400 个品牌；从最早的数百位人次，到去年的 12085 人次，Ontimeshow 与上海西岸达成战略合作，并依托于西岸多元跨界的平台资源优势，充分调配与利用周边建筑师打造的设计场馆资源，为专业观众提供一个富有创造力的一体化路线体验。携创意时代之红利，奉品牌升级之趋势，Ontimeshow 在规模、品牌、人流这三个维度都获得了突飞猛进的增长。

Ontimeshow Westbund 已经发出信号，将全力拓展时尚咨询、商贸交易、时尚传播、流行趋势和指数发布等时尚服务业。上海西岸作为下一个常态化国际时尚平台核心，将集聚从 0–1 阶段的国际时尚品牌，构建从创意、品牌、零售等环节的现代时尚产业生态圈，通过群落效应打造上海时尚新地标。

创始人顾叶丽表示，“西岸成就了我们的飞速发展期，而我们也见证着时尚设计在西岸的慢慢生长，相信未来西岸商务空间开放，会有更多首发首秀的时尚活动在这里发生。”的确，在过去的几年，我们不断看到一系列的国际一线品牌首秀首发接连在西岸上演，包括：宝马和雷克萨斯全球新车首发、群星云集的迪奥蓝调之夜、爱马仕新品首秀、香奈儿年度品牌首展等，因此上海西岸于 2019 年 1 月正式被授牌成为“徐汇区全球新品首发地”。

Ontimeshow Westbund 在创立至今的五年历程中，不断鼓励新设计、打造新品牌、培育新动能，已经成为不容忽视的国际化时尚品牌孵化平台。未来，Ontimeshow Westbund 将利用上西岸多元跨界的平台资源优势，充分调配大有可为的空间载体，丰富多彩的艺术资源，积极探索时尚文化的全新商业模式，进一步树立中国品牌的时尚自信、品牌自信、文化自信，勇争国际时尚之都。

此次 Ontimeshow 不仅首次与超过 20 年历史、法国最大的巴黎时装商贸展 TRANOﾞ 达成战略合作，更与伦敦时装协会 BFC 携手深度合作。在 B3 馆，你将可以看到正在英国市场畅销的设计师品牌——由英国女设计师 Roksanda Ilincic 创立的同名品牌 Roksanda，因为一系列华美摩登的晚宴裙装而广受英国凯特王妃及美国前第一夫人米歇尔的追捧；毕业于安特卫普皇家学院的 Peter Pilotto，曾为 Vivienne Westwood 品牌工作，早在 2009 年就获得 Swarovski 最佳潜力新人奖。而首次以国家为单位进驻 Ontimeshow 的芬兰馆，也将带来 6 位卓越的芬兰设计师作品，让我们体味北欧风格的本来滋味。

Ontimeshow 除了成为设计师品牌的“摇篮”，做好在产业链承上启下的角色以外，也需要站在行业高度发出的声音——Ontimeshow 携手中国零售市场数据库平台 iziRetail 逸芮，针对中国设计师品牌在过去 5 年间的发展与变化发布白皮书，首次梳理了设计师品牌的市场规模与未来前景，也将在此次展会期间正式发布。

Ontimeshow本季还将在主会馆举办以“全球化的现在，数字化的未来”为主题的专业论坛，邀请到上海时装周组委会副秘书长吕晓磊、Ontimeshow 创始人顾叶丽、英国时装协会 CEO Caroline Rush、巴黎资深公关 Ritual Projects 创始人 Robin Meason、巴黎时装商贸展 TRANOﾞ CEO David Hadida、寺库名物总经理邢云、HCH Showroom 创始人胡春晖、合作媒体平台 iziRetail 创始人霍红等各个领域的嘉宾到场群策群力。

最后，Ontimeshow 自身也没落下数字化的进程。将首次对入场观众开放 Ontimeshow 小程序体验，不仅在小程序上完成入场一条龙服务，也可在整个观展过程中实时互动，满足买手在品牌资料采集、选货、下单等多元化需求，未来我们继续把服务做深、做广、做透。同时，去年与电商平台寺库合作推出的设计师品牌区战略合作也将全面升级。

伴随着中国零售市场进行消费升级的总体趋势，伴随着文化创意等第三产业的经济比重持续加大，伴随着中国的文化表达愈加自信。尽管全球宏观环境冷峻如霜，但中国设计师品牌正在迎来一波阳春。这个日益丰饶的市场，有待 Ontimeshow 以及参展品牌们并肩携手，共创成功。

（上海西岸）