

## 应对挑战：批色流程如何降低上市速度

转载自 Textile Industries Media Group, LLC © TEXTILE WORLD, 2018 年 8 月 16 日, 乔治亚州玛丽埃塔。保留所有权利。

“我们生活在亚马逊时代。消费者知道他们想要什么，什么时候需要（现在），并且他们只需点击一下按钮就能得到。”

亚马逊掌控了上市速度，并且让人们能够比以往任何时候都更加方便地买到包括服装、办公用品、药物甚至食品杂货在内的所有东西。这一点具有深远的意义，并几乎影响到所有行业，其中包括医疗保健、科技，尤其是零售业。对于品牌商和制造商来说，这种情况所传达的信息非常明确：一定要加快上市速度，否则就可能被竞争对手击败。

毫无疑问，纺织和服装行业面临着加快上市速度的压力，这在很大程度上要归因于快速流行的发展趋势。在麦肯锡公司的报告“2018 年度时尚业态”中，强调了“速度需求”和“供应链优化”，同时承认缩短的时间表“需要对传统商业模式和供应链环境进行重大变革”。

事实上，上市速度也正是由 Datacolor 主办的“2018 年纺织峰会”的核心主题。在本次为期三天的峰会上，纺织行业的领导者齐聚一堂，共同商讨如何应对零售和服装行业色彩



管理所带来的挑战。与会者听取了纺织行业一些精英人士的意见。来自 Marks & Spencer、Americas Apparel Producers' Network、Color Solutions International 和其他组织的色彩专家通过富有洞察力的演讲和圆桌讨论分享了他们对行业现状的看法。几乎每个人都提到了速度与市场的相关性。

当与会者讨论挑战和潜在解决方案时，可以很明显地看到，大大小小的服装品牌商都面临着同样的问题，而在如何实现更快、更有效的运转方面也有类似的问题——尤其是在批色流程中。一位峰会发言人大胆地对此进行了量化：在过去 30 年中，这个行业在批色领域进展不大。

“速度需求”始于工作流程的最初阶段。正如全球色彩产品和服务供应商 Color Solutions International 销售副总裁 John Darsey 所解释的那样，上市速度始于正确的色彩选择，但在通常情况下，供应链的脱节会导致速度变慢和出错。对“无法测量”的纺织品进行人工审查正在延长从色彩概念到消费者的时间。是否有可能将整个显色过程数字化，以避免由于多轮实物色样和视觉不一致而导致的延迟？

在 Datacolor，我们认为这是可行的。我们希望彻底改变工作流程，并支持量化这些“不可测量的材料”。这就是我们最近推出 SpectraVision 解决

方案的原因。这种解决方案通过就以前无法测量的纺织品（包括印花、饰边、纱线、蕾丝和拉链）色彩进行客观测量并进行数字方式的沟通，最终节省成本并缩短从概念到消费者的时间。

对于希望加速批色流程的品牌商而言，这个解决方案是一大进步。但实际情况是，上市速度不仅仅是数字化。整个供应链中都有棘手的问题，尤其是在品牌商与其工厂和染厂之间。这些棘手的问题包括：

透明度差；供应商之间缺乏问责制；缺乏实时数据来为决策提供信息。这些只是未来众多改进机会中的一部分。那些能够展望未来的品牌商和预测到这些挑战的公司不仅能够生存下去，而且还会蓬勃发展。“速度需求”心态不会很快消失，但在创新技术的引领下，该行业可以通过在问题发生之前解决问题并找出有效的长期解决方案，朝着正确的方向迈进。

