

基于大数据和网络的服装精准定制模式研究

魏倩文¹ 高鹏¹ 王婕妤²

1. 闽江学院, 中国·福建 福州 350108; 2. 桂林航天工业学院, 中国·广西 桂林 541004

【摘要】随着社会的发展, 互联网成为人们生产、生活不可或缺的工具。人们的消费也受到互联网的影响发生变化, 传统的服装制作、运输、销售、用户反馈的生产过程由于互联网的普及发生改变, 单向的服装生产活动转向个性化、流量化、多内容的多项生产。互联网大数据网络化背景下, 服装企业必须整合线上、线下的资源进行综合的营销, 本文针对目前服装定制行业的现状进行分析, 提出在大数据互联网技术支持下的服装精准定制新模式。

【关键词】大数据网络化; 服装定制; 精准定制

自从互联网的普及, 对人们的生活产生了非常大的影响。淘宝电商行业兴起, 对于服装行业来说, 线上的销售与线下的销售对比, 成本更低, 能够节省时间和空间。近些年来, 传统服装的市场呈现了基本饱和的状态, 由于大众的消费习惯和审美观念的改变, 促使消费者更加喜欢在互联网上购买物品。随着人们生活水平的提升, 人们对服装的要求更加个性化, 服装定制行业随之发展起来, 本文针对服装定制行业的问题进行分析, 探索新的服装定制模式, 以期促使服装定制行业得到更长远的发展。

1 精准互联网服装定制现状

1.1 精准互联网服装定制的特点

目前, 互联网服装定制的店铺中, 包括服装企业、一些个体服装定制商铺或者工作室。从具体的销售渠道来看, 淘宝等网络平台是比较普遍的。主要特点是: 第一, 线上线下结合的销售模式^[1]。在我国运营比较好的服装定制平台有魔幻工厂、穿针引线平台等, 他们一般使用网上预约上门进行服装的量体, 用户面料以及款式的选择, 或者利用互联网平台, 直接在平台上依据图片或者视频进行面料或者款式的选择。第二, 互联网服装定制目前款式相对比较单一。根据相关调查数据显示, 互联网定制的服装普遍是一些比较常见的款式, 比如西服、衬衫等。针对常见款式的定制往往对于服装的轮廓改动非常有限, 无法发挥创意, 按一般无法满足当今时代消费者个性化的需求^[2]。第三, 互联网定制的服装宣传不足导致其影响力比较小, 其在服装市场中所占份额也比较小, 无法实现对服装定制行业消费难点的系统性解决。而当今时代背景下, 人们越来越追求个性化, 他们对于服装定制的需求量很大, 但是由于服装定制的推广力度不足使得服装销售的渠道比较窄, 出现了受众群不知道互联网服装定制的存在现象。另一方面, 由于平台当前的营销模式无法满足消费者更高层次的需求, 使得其影响力微弱。

1.2 互联网服装定制的模式

1.2.1 用户目的型服装定制。一般消费者在定制服装时具有非常明确的目的, 他们在一些特殊用途、场合下需要定制服装。比如 Stantt 网站是美国的一类专制作男性衬衫的网站, 消费者可以依据自己的需求对衬衫的一些细节进行个性化的设置。这类目的型服装定制网站不仅足够专业细致, 而且能够满足消费者更加高端的消费需求, 这对于消费者来说, 购买欲望更强烈, 信服度更高。

2 精准互联网服装定制行业的问题

互联网服装定制最大的问题供给方的信息不对称, 因此, 将数据资源进行整合是迫切需要解决的。虽然由于互联网的普及, 人们能够获取信息的途径变多, 不过这背后还隐藏着诸多的虚假信息, 人们面对诸多信息, 想要筛选出自己所需要的准确信息变得异常困难。因此, 信息资源的整合对于服装定制行业来说非常重要。对于供给方定制商铺而言, 设计师虽然很多, 但是无法根据设计师的特点准确匹配到用户。还有服装生产企业在与一

些设计师进行合作时, 大宗类订单的选择需要依据消费者需求做出, 但是信息的不对称导致其风险性扩大, 整合资源平台对于他们来说至关重要。对于需求方来说, 一站式的服务平台, 一次性将全部资源提供, 这样是能够将需求最大化的利用起来的资源具体化, 从而获取的经济利益会更高。

3 模式研究

首先运用大数据建立一个云数据库, 一方面将客户信息数据掌握, 能够更好的作出用户需要的服装, 另一方面将各类服装定制平台的设计师数据整合, 将服装生产工厂的数据建立, 对于匹配设计师、生产厂家来说都是非常便捷高效的。服装定制平台可以为商铺、消费者、设计师、生产厂家提供信息交流的服务, 这样使得用户的需求能够得到满足, 用户购买力增强, 厂家、商铺的经济效益提升。等到平台发展成熟, 便可以进行 O2O 的模式进行业务运营。

3.1 大数据下互联网服装定制的过程

首先通过平台用户信息注册, 了解到用户的性别、年龄等, 然后让用户进行服装材质、种类以及颜色、价格等筛选, 根据用户的筛选数据与数据库中的设计师进行匹配, 择选出符合用户需求的最优组合。其次服装定制可以分为两个流程进行: 比如客户的需求为不需精确身体数据的基础款服饰, 便依据客户的要求进行成衣的图案、长度或者一些内在的调整, 用户进行颜色的选择后完成定制。另一种则需要先为用户完成身体数据测量, 再借助人工智能技术, 完成筛选匹配, 选择合适的设计师进行对接。

3.2 互联网精准服装定制模式的意义

首先, 互联网精准化服装定制, 这一举措能很好地满足不同消费者的需求, 不仅能够在最大程度上满足消费者个性化追求的需求, 而且还能促使服装定制跟随时代发展的脚步, 不断的创新进步。在借助互联网云端大数据的信息整合, 能够将消费者、设计师以及生产企业三者的信息不对称缓解, 形成活性的产业活动链, 在满足消费者的需求的同时提升消费者的满意度, 培养新的消费习惯。其次, 互联网精准服装定制模式能够降低服装定制企业的生产成本。最后, 人体数据库的建立能够对消费者需求进行准确把控, 并且还能挖掘消费者的潜在需求, 为设计师的设计开创新的思路打基础。

4 结束语

总之, 互联网技术的发展为服装定制提供一个良好的发展契机。与时俱进跟随时代潮流不断的创新进步, 精准服装定制模式能够促使服装定制行业得到更好的发展, 从而对我国服装行业的发展起到积极的作用。

参考文献:

- [1] 马瑜鸽. 互联网时代下的服装定制分析[J]. 西部皮革, 2016(16).
- [2] 夏弘睿, 何琪. 互联网时尚生活品牌服装特征和消费群特征研究[J]. 湖南科技学院学报, 2017, 38(6): 117-119.