

# CÔNG NGHỆ THỜI TRANG: NÓ LÀ GÌ VÀ TẠI SAO NÓ QUAN TRỌNG



**BỞI: JESSICA HEMMER**  
GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO  
TẠI HEMMER DESIGN

Cụm từ “công nghệ thời trang” có vẻ to lớn và phức tạp. Trên thực tế, nó rất bình dị và dễ hiểu. Chúng ta trải nghiệm nó ở khắp mọi nơi, mọi lúc. Từ vài chúng ta chạm vào đến cửa hàng chúng ta mua sắm, công nghệ thời trang tiếp cận với chúng ta ở mọi khía cạnh cuộc sống. Jennifer Margolin, sáng lập Social Edge Summit, mô tả nó như một không gian, “nơi mà công nghệ và thời trang kết hợp với nhau để thiết kế, sáng tạo, kết nối, giáo dục, giới thiệu, mua sắm, và trải nghiệm ngành thời trang”. Các công ty đã chứng tỏ rằng nó có thể hiện diện ở mọi cấp độ: trải nghiệm khách hàng, phát triển sản phẩm, kể cả thiết kế nguyên liệu. Để hiểu rõ giá trị của việc đầu tư vào công nghệ thời trang, hãy nhìn vào một vài công ty đã dám đẩy mạnh cải tiến những hoạt động có sẵn và thành công.

## THƯƠNG MẠI THÂN THIỆN VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG

Hãy giơ tay lên nếu bạn biết [Warby Parker](#)? Bạn có thể đã mua sản phẩm của họ rồi. Tôi có mua. Hãy đi vào cửa hàng hoặc truy cập vào trang web của họ, bạn sẽ thấy sự khác biệt rất lớn về cách bố trí của họ so với bố trí truyền thống. Bằng cách kết hợp công nghệ mới như là Find Your Fit với các dịch vụ linh hoạt (thử tại nhà), Warby Parker đã làm cho quá trình mua sắm trở nên thoải mái hơn. Họ chuyển nhiều quyền lực hơn sang cho khách hàng, và nhờ làm như thế, họ đã tạo cảm hứng và giữ được lượng khách hàng thân thuộc đáng kể.

## CÔNG NGHỆ MANG ĐƯỢC

Một ý tưởng về trải nghiệm tối ưu hoàn toàn mới có tên là [Wearable X](#), một nhãn hiệu về hàng may mặc phối hợp với công nghệ. Hãy mang thử đồ Yoga Nadi X, chạy phần mềm, và chuẩn bị tập Yoga một cách hoàn toàn mới. 10 động cơ cảm biến và các cảm biến gia tốc được gắn trực tiếp vào vải để cung cấp những phản hồi và tư thế chính xác một cách tức thời. Khi bạn chuyển tư thế, một thuật toán có trí thông minh nhân tạo sẽ quan sát tư thế của bạn và từ đó gửi các xung động để điều chỉnh các vùng hông, gối và mắt cá chân. Giống như Warby Parker, Wearable X cung cấp dịch vụ “theo nhu cầu” bằng những suy nghĩ sáng tạo về cách sử dụng công nghệ.

## PHÁT TRIỂN VẬT LIỆU CAO CẤP

Nếu chúng ta nhìn xa hơn, chúng ta sẽ thấy công nghệ và thời trang có thể kết hợp ở cấp độ phân tử nữa. Bằng cách suy nghĩ lại về kết cấu của bông, các nhà thiết kế và nghiên cứu của chương trình What’s New in Cotton của CCI đang thay đổi cảm giác và chức năng của vải. Ví dụ như sợi nhẹ và rỗng của [Solucell](#) được thiết kế để điều phối nhiệt độ cơ thể và quản lý độ ẩm. Bông luôn được xem là nguyên liệu có tính thoải mái, nhưng công nghệ của Solucell giúp cải tiến hơn nữa. Bằng cách đó, bông mang đến nhiều lợi ích hơn cho người tiêu dùng.

Một ví dụ khác là [Celliant](#), công nghệ tích hợp khoáng chất vào lõi sợi. Trong lúc vận động, năng lượng hồng ngoại được cơ thể tạo ra sẽ được hấp thụ và phát lại để giúp tăng cường lưu lượng ô xy, tăng thể lực và khả năng phục hồi. Với trang phục sử dụng công nghệ của Celliant, người tiêu dùng có thể trải nghiệm lợi ích của công nghệ thời trang trong từng giây từng phút họ mang trang phục. Khi những công nghệ tiên tiến này trở nên phổ biến đối với các nhà thiết kế trên toàn thế giới, tác động của công nghệ thời trang sẽ càng rõ ràng và được mở rộng.

Tất cả những công ty đang cố gắng phá vỡ những giới hạn mà người tiêu dùng đang mong đợi. Họ

đang tái thiết kế từng giai đoạn trải nghiệm của khách hàng, từ lúc mua sắm đến lúc sử dụng và chia sẻ. Điều đó tạo hứng thú rất lớn cho một nhà thiết kế như tôi. Khi chúng ta kết hợp khoa học, hóa học hay dữ liệu lớn, thiết kế và thông tin người tiêu dùng, chúng ta sẽ đạt được cái mà tôi gọi là ma thuật thời trang. Đôi lúc chúng sẽ là một vài bộ khung, đôi lúc chúng sẽ là tương lai của vải. Tất cả đều là công nghệ thời trang. Và tất cả đều đang diễn ra ngay thời điểm này.

**Jessica Hemmer là nhà sáng lập và giám đốc sáng tạo của Hemmer Design. Với kinh nghiệm hơn một thập kỷ về quần áo thể thao, thời trang, và ngành công nghệ vật liệu mới, bà hiểu rõ về môi trường thiết kế và sản xuất từ góc nhìn của cả nhãn hàng và nhà cung ứng. Công ty của bà giúp nhiều công ty khác định vị bản thân trong tương lai và phối hợp phát triển các sản phẩm để mang họ đến đó.**