



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装设计专业核心系列教材

主编 刘晓刚

FASHION BUSINESS RUNNING

创办小型服装企业

刘晓刚 李峻 曹霄洁 著

上海市重点学科建设项目资助
项目编号8601

东华大学出版社



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材
东华大学服装设计专业核心系列教材

主编 刘晓刚

创办小型服装企业

刘晓刚 李 峻 曹霄洁 著

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创办小型服装企业/刘晓刚,李峻,曹霄洁著. —上海:东华大学出版社,2008.11

ISBN 978-7-81111-482-9

I. 创… II. ①刘…②李…③曹… III. 服装工业—小型企业—工业企业管理 IV. F407.866

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 159038 号

责任编辑 徐建红
封面设计 李 峻
版式设计 高秀静

东华大学服装设计专业核心系列教材

创办小型服装企业

刘晓刚 李 峻 曹霄洁 著

东华大学出版社出版

(上海市延安西路1882号 邮政编码:200051)

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:350千字

2008年11月第1版 2008年11月第1次印刷

印数:0001—4000

ISBN 978-7-81111-482-9/TS·098

定价:39.00元

序 一

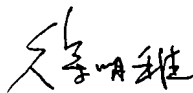
服装产业素来是我国重要的支柱产业。今天的中国不再是世界服装的初级加工厂,已从“中国制造”走向了“中国创造”。中国的服装设计师、中国的服装品牌、中国的服装教育纷纷登上世界舞台,崭露头角。在服装产业繁荣发展的今天,无论是本土的还是世界的服装设计教育格局都出现了很多变革性的因子。产业环境对我国的服装教育提出了全新的要求,既要符合全球化、国际化的趋势,又要坚持本土化的中国特色。

服装设计学科是东华大学的特色学科。作为中国最早设立服装设计学科的高等学府之一,学校以“崇德博学、砺志尚实”为校训,自觉承担起培养我国优秀服装设计专业人才、引导我国服装设计学科发展的重任。中国的服装设计教育从20多年前的借鉴与摸索期发展到如今的成熟与创新期,离不开我校几代服装设计学科专业教师的耕耘与奉献。

立足中国、面向世界,上海繁荣的都市产业与时尚产业成为我校服装设计学科成长的沃土。秉承“海纳百川、追求卓越”的精神,我校服装设计学科带头人刘晓刚教授领衔,服装学院专家教授共同参与,在全国率先推出了大型的服装设计专业系列教材。此套教材涵盖服装设计的方法、思维、技术、品牌、审美、营销、流行等各个方面,理论与实践并举,内容全面,时代性强。可以说,此套教材凝结并展示了我校服装设计教育精英的集体智慧、敢为人先的创新精神,以及严谨求实的学术风范。

一份耕耘,一份收获。衷心希望此套教材的出版能够对我国服装教育与服装产业的发展有所促进。

东华大学校长



2007年6月

序 二

我国高等服装教育从上个世纪 80 年代初起始,屈指数来已有 20 余年历史,作一个形象的比喻,她已经进入一个朝气蓬勃、活力四射的青春时代。细分起来,服装学科有许多分支,在我国大多数设有服装专业的高等院校中,研究生层面有服装人体科学研究、服装工程数字化研究、服装舒适性与功能服装研究、服装产业经济研究、服装设计理论与应用、服装史论研究等研究方向,本科生层面有服装设计与工程、服装艺术设计、服装表演与设计等专业之分。为了表述的方便,我们姑且统称为服装专业。

与一些拥有百年历史的欧美老牌服装院校相比,目前我国的服装专业还只能算是一个新生专业,尽管我们在教学的许多方面是在摸索中成长,在前进道路上遇到不少问题,但是,我国服装教育也因此而有了自己的特色,虽然我们应该学习国际先进的教育理念,然而,教育本身必须注重创新的规律告诉我们:不必事事效仿伦敦纽约,更毋须言必称巴黎米兰,在全国服装教育同行们的辛勤努力下,从零起步的我国高等服装教育已经卓有成效地为服装产业输送了大量专业技术和经营管理人才,为我国服装产业的腾飞做出了不可磨灭的贡献。

当然,我们也应该看到,与突飞猛进的我国服装企业所取得的成绩相比,后者在发展速度和品质提升方面以自己辉煌出色的成果交出了似乎比服装教育更为显著的答卷。在服装进入品牌化时代的今天,服装企业的进一步发展需要更高水平的服装教育等相关领域的支持,为服装教育提出了新的深化课题,因此,我们不能以已经取得的成绩而自喜,更不能以此为由而裹足,必须进一步理顺教学体系,更新教学内容,深化教学内涵,为我国服装产业尽快出现国际有影响的品牌和建立自主知识产权的设计创新体系而培养高级设计人才。

教育也是品牌,特色是品牌的内涵,每个学校办学都应该有其自己的特色,东华大学(原中国纺织大学)是一所以纺织服装为特色的综合性大学,服装专业倚靠得天独厚的国际大都市——上海的服装产业背景,在学校致力于建设“国内一流、国际有影响、有特色的高水平大学”的办学思想指导下,以“海纳百川、追求卓越”之勇气,重视服装学科规律,关注服装产业变革,倾听服装企业建议,广泛开展国际交流,以“根植产业土壤,服务社会需求”为专业教学理念,

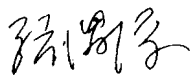
取得了颇有特色的学科建设成效和经验。为此,作为教育部“服装设计与工程”唯一的国家级重点学科所在院校——东华大学服装学院,深感自身在我国服装产业转型期所肩负的责任,从建设《服装设计专业核心系列教材》着手,进行一系列顺应时代需求的教学改革。

本系列教材集东华大学服装学院全体教师 20 余年专业教学之经验,涉及 30 余门服装设计专业核心课程,由我的学生、也是我国服装设计领域首位博士刘晓刚教授担纲主编,整个系列涵盖本科生和研究生的服装设计专业课程,以专业通识类、专业基础类、专业设计类、专业延伸类和专业提高类五大板块构成立体框架,注重每个板块之间的衔接关系,突出理论与实践、模块与案例、现实与前瞻的结合,改变常见的插图画家式的设计师培养结果,重点在于培养学生的创新思维、表现技能和企划操作之完成能力,其中部分教材为首次面世的课程而撰写,目的在于缩短应届毕业生与企业磨合的时间,使他们能够“快、准、实”地成为品牌企划和产品设计的生力军,也能够为毕业生自主创业提供必须掌握的知识结构。

我相信,凭借东华大学服装学院为本系列教材提供的鼓励和保障措施,以及全体编写教师的集体智慧和辛勤努力,也凭借刘晓刚教授多年来一贯严谨的教风、与服装企业合作的成功经验和已经出版 10 余本教材的业绩,这套系列教材应该非常出色的。

据此,我很高兴为本系列教材作序,并期待其发出耀眼的光芒。

东华大学服装学院 学术委员会主任
教授 博士生导师



2007 年 6 月于东华园

前 言

自主创业,一条可以让许多充满梦幻的人拥有自己的事业的途径,正在我国当前经济飞速发展的环境下,在政府以前所未有的支持力度和宽松和谐的氛围中延伸,业界带有神话色彩的创业佳话让执著创业的人们义无反顾地踏上充满快乐与艰辛的创业征途,其中不乏应届大学毕业生们的匆忙身影。

创业是有条件的,也是有原则的,更是有方法的。在创业的条件、原则和方法都不具备的情况下,轰轰烈烈的创业行为最终归于沉寂当属预料之中。创业成功是有付出的,也是有风险的,更是有思维的,虽然创业行为的本身有时候超过创业成功的结果,但是,市场总是以成败论英雄的,为了接受人们献给成功者的鲜花和掌声,必须做好一切创业准备,这是因为机遇总是属于那些为机遇的到来而早已作好准备的人们,而绝大多数恢宏的事业大厦往往是从做好微不足道的小小企业开始,因此,从小做起,成为带有普遍意义的、寻找创业始点的最现实的做法。

创业的本质在于创新。创新是指在原有事物的基础和形式上,或者在从未有过的领域中,进行一个开创性的尝试,产生新的发现、新的举措、新的结果和新的趋势。在此,从物质与精神层面拆解,“业”是家业、事业,属于物质形态;“新”是模式、内涵,属于精神形态,创业与创新同冠一个“创”字,具有开辟、设立之意,表现为一种事物的状态,两者融为一体,才是基于新经济时代的创业本质。旧的创业观念更多地着重于解决生存和就业问题,新的创业观念还应该赋予实现人生价值等社会学意义。新的物质形态配合新的精神形态固然最为完美,用新的精神形态去充实旧的物质形态,同样可以促使该物质形态的升华。本课程之所以冠以“创办”之名而不是“开办”,就是要鼓励学生立足于创造性地建立自己的一份事业,而不是沿袭前人足迹,重复开设一个没有创意的企业。虽然“创”与“开”仅为一字之差,但是其核心思维以及随之而来的行为却相差甚远,也必定会影响到结果。就此角度而言,创业是在寻找具有创新意义的事业载体,开业则是在开办一个应循旧规的谋生商号。

本课程中的所有小型企业类型都围绕着服装行业展开,选择了适合创业的服装设计工作室、小型服装公司、服装定制店和服装零售店这4个服装行业里面最细小的单位类别,每一个类

别的企业里面又都存在着主营业务各异的企业类型。这些企业类型有一个共同的特点,就是机动灵活、彰显个性。选择这四种以服装为经营对象的企业类型,目的是为了兼顾本专业创业者的兴趣爱好和专业特长,可以在条件允许的时候非常熟悉地择行而入。小型服装企业难以计数,无论是遍布街头巷尾的服装零售店还是现身商业街区的服装定制店,无论是藏身写字楼或创意园区的设计工作室,还是坐落在工业园区的服装公司,都可以以幼细的身型,成为有志于服装以及相关事业的人们创业的首选,甚至可以打破经营范围,延伸主营业务,比如,在服装小铺里同样可以承接特殊客户的量身定制,服装设计工作室也能进驻商场开展零售等等。

本课程针对学完了大部分专业课程的服装专业高年级学生开设,要求选课的学生不仅热爱创业活动,同时具有综合各类与创业相关课程内容的能力。本课程既能作为了解创业过程的平台,也能成为接触服装业态的途径。



2008 年 9 月

目录

第一章	小型服装企业概述	1
第一节	关于产业	2
第二节	关于行业	5
第三节	关于企业	8
第四节	关于小型服装企业	11
第五节	小型服装企业之间的关系	16
第六节	小型服装企业的存在	18
第七节	小型服装企业的成长	20
第八节	适合创办小型服装企业的人群	26
	本章小结	29
	思考与练习	29
第二章	小型服装企业的创业准备	31
第一节	创业的心理准备	32
第二节	创业的资金准备	36
第三节	创业的场地准备	41
第四节	创业的人员准备	46
第五节	创业的时机准备	50
第六节	创业的计划准备	51
	本章小结	53
	思考与练习	53
第三章	创业的基本法律知识	56
第一节	工商行政管理知识	56
第二节	税务登记知识	61
第三节	银行开户知识	63
第四节	财务管理知识	64
第五节	劳动法规知识	70
	本章小结	74
	思考与练习	74
第四章	小型服装企业的经营方法	75
第一节	运作的方法	76

目录

第二节	谈判的方法	85
第三节	服务的方法	93
第四节	提升的方法	96
第五节	领导的方法	102
	本章小结	110
	思考与练习	110
第五章	小型服装企业的经营管理	111
第一节	人员管理	112
第二节	营销管理	120
第三节	业务管理	127
第四节	客户管理	132
第五节	资金管理	136
	本章小结	141
	思考与练习	141
第六章	小型服装企业的风险规避	143
第一节	创业风险的类型	144
第二节	认识风险的实质	146
第三节	避免风险的基础工作	148
第四节	规避风险的方法	154
第五节	处理风险的方法	159
	本章小结	161
	思考与练习	162
第七章	小型服装企业的分类运作模式	163
第一节	设计工作室的运作模式	164
第二节	服装公司的运作模式	171
第三节	服装定制店的运作模式	176
第四节	服装零售店	183
	本章小结	194
	思考与练习	195

目录

第八章 小型服装企业的分类运作	
比较	197
第一节 选择场所	198
第二节 聘用人员	200
第三节 工作时间	203
第四节 业务开展	205
第五节 货款结算	213
本章小结	215
思考与练习	216
 附 录	
附录一:统计上大中小型企业划分 办法(暂行)	217
附录二:部分非工企业大中小型划分 补充标准(草案)	218
 参考文献	219

小型服装企业概述 | 第一章

企业是组成人类社会经济体系的细胞,是一个从事各种经营行为的契约性组织。在此,创业是指从无到有地开办和经营一份事业,作为个人创业者来说,一般总是从创办一个小型企业开始,小型服装企业是小型企业中的一分子。

为了弄清本课程需要讨论的问题,首先应该弄清与创业有关的几个重要概念。



第一节 关于产业

近年来,我国经济建设取得突飞猛进的发展,对于产业的研究也受到了人们极大的关注。在经济发达地区,产业一词经常出现于媒体,也是常挂在人们嘴边谈论的一个热门词汇。

一、定义

“产业”一词最早由重农学派提出,特指农业。1760年以来,在人类迈入以英国第一次产业革命为标志的资本主义大生产时代后,产业主要是指生产物质产品的工业集合体,当时并不包括商业。在中英文翻译中,“产业”与“工业”的对应词都是“industry”,如产业革命往往指的是工业革命。早期人们曾将产业表述为从事物质性产品生产的行业,长期以来这一定义被人们长期普遍而唯一地接受。20世纪50年代以后,随着服务业和各种非生产性行业的迅速发展,产业的内涵发生了深刻变化,产业的范畴不再专属物质产品生产部门,而波及到了生产同类产品(包括物质产品与精神产品)或提供同类服务及其可替代品或可替代服务的企业群,有时泛指一切生产物质产品和提供劳务活动的集合体,包括农业、工业、交通运输业、邮电通讯业、商业饮食服务业、文教卫生业等部门。

按照现代经济学观点,产业可以从广义和狭义的角度分为两层定义。产业的广义定义是指具有同一属性的微观经济和作为国民经济框架的宏观经济之间的集合,是全部经济细胞相互关系之和。产业的狭义定义是指围绕同一属性的产品或服务的关联行业或企业的集合体,是相关行业的聚集。从产品生产价值和生产过程来看,产业之间的关联是由产业链完成的。

产业链是指建立在产业内部分工和供需关系基础上,以行业为主干、以企业为环节、以产品为节点,串联交织而成的网络系统。它包含四层含义:一是产业链是产业层次的表达。由于产业和客户是捆绑在一起的,多层次开发有利于抓住单个层次中的核心客户,有力地扩大市场份额;二是产业链是产业关联程度的表达。开发产品务必需要很强的关联性,产业关联性越强,链条越紧密,资源的配置效率也越高,资源有效利用其实就等于在降低成本,扩大盈利;三是产业链是资源加工深度的表达。产业深度与产业链长度成正比,延长产业链就是加深产品开发,产业链越长,表明加工可以达到的深度越深,附加价值随之增加;四是产业链是满足需求程度的表达。产业链始于自然资源、止于消费市场,但起点和终点并非固定不变。比如,棉花作为第一产业种植业的产品之一,其产品完成生产的过程是撒籽、培土、施肥、养护、采摘、分级、打包,供给纺织等行业作为原料使用。面料作为第二产业的纺织业产品,其产品完成生产的过程是梳理、纺纱、织布、染色、后整理,供给服装等行业作为原料使用。用面料制成的服装进入作为第三产业的流通渠道,需要经过品牌策划、市场推广、终端服务等过程。由此可见,随着产业链的拉长,产品的加工深度也在延伸,产品附加价值同步增加。为了获得更多的资源配置效益,有些企业有意涉足其他产业,形成更长更完整的产业链。比如,国内一家著名毛线企业改变以前仅单一生产毛线的状况,原料的源头由采购生羊毛变成自己圈地养羊开始,产品则延伸到自行生产丰富多彩的羊毛衫。还有一家生产羽绒服的企业在鸭绒紧俏的形势下,干脆养起了鸭子,不仅解决了鸭绒的来源,还附带开办了肉食品加工厂。这也说明了产业链的起点和终点并非固定不变。

二、特征

（一）结构性

产业结构是指各产业的构成特征及各产业之间的联系和比例关系。在一定的历史时期,产业的存在以社会需求和经济基础为条件,构成一个相对合理、稳定而完整的体系。一旦现有产业结构不符合国家或地区的发展要求,产业将发生全国性或区域性的结构性调整。目前我国的经济建设正处于三个产业之间的比例重新布局的产业结构调整阶段,目标是着重加大第三产业的份额。

（二）集成性

在同一个经济体系中,一个产业集成了多个行业,这些行业之间的关系是互补关系,形成合力,共同为产品达到某种高度而协力作战,从而进一步满足这一体系中人们对物质和精神产品的需要。比如,对于汽车产业来说,需要制造油漆的化工行业、制造钢材的冶金行业、制造轮胎的橡胶行业、制造仪表的电器行业等通力合作,才能制造出符合设计理念的优秀汽车产品。

（三）细分性

在经济发展过程中,由于人的需求无止境地增加和细化,产业与产业之间在分解或交叉,各种新型技术的问世也在不断地推波助澜,造成产业的分工越来越细,因而产生了越来越多的生产部门和产品品类。

三、地位

产业是国民经济的支柱和经济建设的抓手,构成了国家和社会的经济基础,承担着促进社会精神和物质文明的重任,具有不可替代的地位。在一个以国家和地区为单位的经济实体当中,尽管在每个具体的经济发展阶段,组成国民经济的产业部门类别和数量是大不一样的,但是,其经济总量必须是健康上升的,才能为社会提供各种产品和服务保障。



◀图 1-1 我国作为世界第一的服装制造大国,目前正面临纺织服装产业升级机遇与挑战。图片由作者拍摄。



在产业内部结构上,不同的产业部门受到各种因素的影响和制约,在宏观上会由于占经济总量中的比重、促进就业和对经济增长的推动作用等方面的贡献不同而产生产业地位的变动,微观上由于资源分配、增长速度或产品更新等方面的差异而影响产业地位的排名表现。由此可见,由于各产业部门的构成及相互之间的联系、比例关系不尽相同,对经济增长的贡献大小也不同,因此,各产业在社会地位的排名上有所区别。

四、分类

产业是人类社会活动的特有产物,在经济建设中,为了经济研究和经济管理的方便,人们普遍接受和采用三种产业分类方法,即三次产业分类法、资源密集度分类法和国际标准产业分类法。其中,最为通行的是三次产业分类法。

(一) 三次产业分类法

三次产业分类法是指根据社会生产活动发展的历史顺序和产品来源将产业结构划分为三个部门。其中,对直接取自自然界的产品进行粗加工的部门称为第一产业,对粗加工产品进行再加工的部门称为第二产业,为上述产品提供各种技术和消费服务的部门称为第三产业。根据这一分类方法,我国的三次产业划分依次是:第一产业是农业(包括种林业、植业、牧业、副业和渔业);第二产业是工业(包括采掘业、建筑业、制造业、能源业、水资源业);第三产业又叫服务业,是指除第一、第二产业以外的其他各业。

第三产业是拥有一定的物质技术设备,为生活和生产服务的各种行业的总称,是当前我国政府重点发展的产业。根据实际情况,我国的第三产业可分为两大部分:一是流通部门,二是服务部门。具体可分为四个层次:第一层次是流通部门,包括交通运输、仓储及邮电通信业、商业、餐饮业、物资供销、仓储业、批发和零售贸易;第二层次是生产和生活服务业,包括金融业、保险业、地质勘查业、水利管理业、房地产业、社会服务业、咨询服务业、综合技术服务业、农林牧渔服务业、交通运输辅助业和综合技术服务业等;第三层次是科学文化和居民素质服务部门,包括教育、体育、卫生、文化艺术、影视传媒、社会福利和科学研究业等;第四层次是国家安全和社会公共需要服务部门,包括国家机关、政党机关和社会团体、军队以及警察等。

(二) 资源密集度分类法

资源密集度分类法以占各产业主要地位的资源投入的不同为标准来划分。产业可以划分为劳动密集型、资本密集型和技术密集型产业三类,分别表示劳动力、资本和技术三种生产资源在各产业中的相对密集度。

(1) 劳动密集型产业是指对技术和设备的依赖程度低,主要依靠大量使用劳动力进行生产的产业,其重要标志是工资薪金与设备折旧相对研究开发支出所占的生产成本比重较大。目前,劳动密集型产业主要集中在建筑业、纺织、服装、皮革、玩具及家具等制造业。

(2) 资本密集型产业是指资本成本相对劳动成本所占比重较大,每个劳动者所占用的固定资本和流动资本在单位产品成本中金额较高的产业。当前,资本密集型产业主要集中在钢铁业、电子与通信设备制造业、运输设备制造业、石油化工业、重型机械工业、电力工业等。

(3) 技术密集型产业是指在生产过程中,对先进技术和智力要素的依赖大大超过对其他生

产要素依赖的产业。目前技术密集型产业主要集中在微电子与信息产品制造业、航空航天工业、原子能工业、现代制药工业、新材料工业和兵器工业等。



◀图 1-2 我国服装产业大部分属于劳动密集型,目前低成本地附加值的产业现状已不能满足社会经济发展的需求,服装产业正经历升级的过程。图片由作者拍摄。

(三) 国际标准产业分类法

在当前全球经济一体化进程步伐加快的背景下,为了使不同国家的统计口径趋近统一,便于反映统计数据的可比性,联合国颁布了《全部经济活动的国际标准产业分类》(ISIC)。1988年第三次修订本的“国际标准产业分类”通行本将全球产业从A-Q排列,共分为17个部门,其中包括99个行业类别。这17个部门为:A.农业、狩猎业和林业;B.渔业;C.采矿及采石;D.制造业;E.电、煤气和水的供应;F.建筑业;G.批发和零售、修理业;H.旅馆和餐馆;I.运输、仓储和通信;J.金融中介;K.房地产、租赁业;L.公共管理和国防;M.教育;N.保健和社会工作;O.社会和服务;P.家庭雇工;Q.境外组织和机构。

我国政府参照联合国的这一产业分类标准,于2002年颁布了《国民经济行业分类与代码》(GBT4754-2002),其中的产业划分与大多数国家基本一致。从企业经营的内容和方式来看,本课程涉及的四个类型的小型服装企业基本上属于第三产业。

第二节 关于行业

行业的概念与产业的概念有类似之处,在某些场合下,两者的概念甚至难以区分,不过,只要仔细辨别一下两者的特征,还是不难区分的。



一、定义

在《国民经济行业分类与代码》(GB/T4754-2002)中,对行业的定义是:“一个行业(或产业)是指从事相同性质的经济活动的所有单位的集合”。习惯上,行业的划分按照产品类别进行,因此,行业也即经营同类产品或类似产品的所有单位的集合。按照此定义,行业组织则是“一些为达到共同目标和利益而自愿组织起来的同业联合体或商人团体”,即行业协会、商会等组织。相同行业是同类产品或可替代产品的相互竞争的企业的集合,如汽车行业、医药行业、服装行业等。

在现实经济活动中,有时人们对于产业和行业并没有十分明确的区分,往往显得比较含糊。不过,有一个特点是产业不明显的:行业可以按照生产工艺或原材料的属性来划分,即虽然生产的产品不同,但是生产工艺或者原材料相同或者相似的企业可以划归同一个行业。比如,在皮革行业协会门下可以聚集生产皮装、皮包、皮鞋、沙发等企业。从总体上来说,行业的范畴比产业的范畴小,其提供的产品或服务更为相似,也显得更专业一些。在同一个行业内,企业经营经营方式和经营结果更为雷同,因此,竞争性也更强。从行业与产业的生成关系上来看,行业应该早于产业。首先有了新兴行业的出现,才会有相应的、涉及范围更广的新兴产业。

在某种程度上,职业被理解成行业。当某种职业的从业人数形成一定气候,并且拥有相当的社会影响力,就可能被社会上称之为行业,比如,服装设计本身是从属于服装企业的一个工种,随着社会分工的细化,服装设计可以从服装企业里面独立出来,成为一种可以单独开业的职业,由于服装企业对设计品质的重视和对设计需求的增加,独立开业的服装设计师人数剧增,成就了服装设计行业,并且有了类似行业协会的服装设计师协会。如今的新兴社会职业队伍中又增添了新丁,比如新闻线人、职业道歉人、职业游戏玩家、现场速录师、职业砍价人、色彩顾问、短信创作人等等,在条件成熟时,即有可能发展成为一个个新兴行业。



二、特征

(一) 行业内部分工细化

随着全球经济一体化进程的要求,行业分工越来越细,演变成一个个具体职能不同的细分行业。在服装领域,根据服装产业链的要求,可以分解成服装设计、服装生产、服装销售等行业。比如,作为服装生产的前期步骤,服装设计工作原先从属于服装企业内的一个部门,但是,随着“少批量多品种”的服装发展趋势的出现,原先的服装行业对服装设计的要求越来越高,促使了服装款式设计需求量的剧增。为了适应这一变化,行业内开始出现分工细化,出现了专门为服装生产企

◀图1-3 服装设计行业成为服装产业链上的一个环节,随之产生其社会需求与经济价值。图片由作者拍摄。