

中国时尚产业蓝皮书

2014~2015

详实的数据报告 权威的政策研判 可靠的趋势分析

中欧国际商学院《中国时尚产业蓝皮书》课题组◎著

BLUE BOOK OF
FASHION INDUSTRY IN CHINA
2014-2015



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

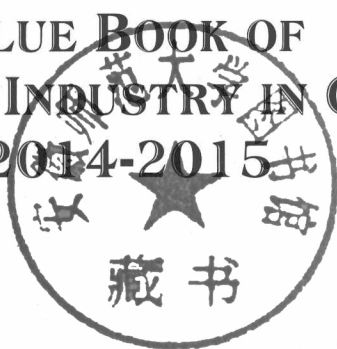
中国时尚产业蓝皮书

2014~2015

详实的数据报告 权威的政策研判 可靠的趋势分析

中欧国际商学院《中国时尚产业蓝皮书》课题组◎著

BLUE BOOK OF
FASHION INDUSTRY IN CHINA
2014-2015



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国时尚产业蓝皮书 2014~2015/中欧国际商学院《中国时尚产业蓝皮书》课题组著. —北京: 经济管理出版社, 2015.5

ISBN 978-7-5096-3746-3

I. ①中… II. ①中… III. ①产业发展—白皮书—中国—2014~2015 IV. ①F127

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 088780 号

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 申桂萍 梁植睿 侯春霞 高 娅

责任印制: 黄章平

责任校对: 超 凡

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京晨旭印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 17.25

字 数: 264 千字

版 次: 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3746-3

定 价: 78.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

编委会与编写组

编委会成员

- 朱晓明 原中欧国际工商学院院长（中方），中天集团管理学教席教授
- 李铭俊 中欧国际工商学院院长（中方）
- 王子先 商务部政策研究室巡视员
- 佩德罗·雷诺（Pedro Nueno） 中欧国际工商学院院长（外方），成为资本创业学教席教授
- 尚玉英 上海市商务委员会主任
- 潘 敏 上海市静安区区委副书记、区长
- 刘 敏 上海市商务委员会副主任
- 孙 萍 上海市静安区区委常委、副区长
- 周 岚 上海市商务委员会市场体系建设处处长
- 周雪林 中欧国际工商学院院长助理
- 诸 旂 上海市静安区商务委员会主任
- 米歇尔·古泽兹（Michel Gutsatz） 中欧国际工商学院兼职教授、马赛商学院 MBA 和 DBA 项目主任
- 卢 晓 复旦大学管理学院营销系助理教授
- 王正翊 《中欧商业评论》主编

编写组成员

- 王子先 (组 长) 商务部政策研究室巡视员
王晓红 (副组长) 中国国际经济交流中心信息部副部长、教授
张士明 (副组长) 中国海外控股集团公司总裁
张 斌 商务部副处长
姜荣春 对外经济贸易大学副教授
李 蕊 中国国际经济交流中心编辑
高小康 南京大学教授
方 虹 北京航空航天大学教授
盛宝富 上海市商委发展研究中心研究员
黄春燕 同济大学副教授
程 申 中欧·静安国际时尚产业研究中心研究员
高 宁 中国海外政经研究中心副主任
任晓英 石家庄市文化广电新闻出版局处长
马博飞 北京航空航天大学教授
杜 萌 北京航空航天大学教授
潘鑫磊 《中欧商业评论》编辑
徐静雯 中欧·静安国际时尚产业研究中心助理经理

课题协调

- 费喃喃 中欧国际工商学院市场公关部副主任
马颖慧 上海市静安区商务委员会副主任
支维埔 《中欧商业评论》总经理

关于《中国时尚产业蓝皮书》编写情况的说明

《中国时尚产业蓝皮书》是系统地反映我国时尚产业发展状况以及全球时尚产业发展趋势的一部年度研究报告。该蓝皮书旨在总结过去、展望未来，兼具详实的数据报告、权威的政策研判和可靠的趋势分析，为时尚产业在华发展提供政策依据和数据支持。本报告主要点评了自2008年以来国内外时尚产业发展的主要趋势、地域发展情况和不同领域时尚企业的经营状况，展示丰富的案例，由中欧国际工商学院和上海市静安区人民政府牵头组织，由来自商务部、中国国际经济交流中心、对外经济贸易大学等单位的专家参与本蓝皮书研究起草并负责具体编写工作，通过中欧·静安国际时尚产业研究中心的平台向全球发布，是时尚产业研究的学术标杆和重要文献。

中欧·静安国际时尚产业研究中心由中欧国际工商学院和上海市静安区人民政府共同创建，致力于国际时尚产业的研究，进一步推进时尚产业和时尚要素在静安区乃至上海市的集聚，促进时尚产业与品牌经济的繁荣发展，为蓬勃发展的国内外各类时尚品牌、时尚企业与机构搭建交流与合作的综合性平台。中欧·静安国际时尚中心有其独到的优势：中欧国际商学院是亚洲唯一一所MBA、EMBA和高层经理培训三大课程全面进入世界25强的亚太地区极负盛名的商学院，而上海市静安区人民政府致力于推进静安区现代化国际城区建设，欲将静安区打造成为“国际时尚中心核心承载区”，成为经济实力雄厚、产业优势明显、城区功能健全、基础设施完善、生态环境友好、国际交往频繁、文化氛围浓郁、人民生活比较富裕的现代化国际城区。双方集合了中欧的学术资源与静安区的商贸流通、文化创意产业的综合优势，共同创建中国最具影响力的国际时尚产业研究中心。

《中国时尚产业蓝皮书》的编写组由十多位业内知名专家教授组成，经过



历时近一年的时间，得到商务部有关方面与上海市商务委员会的大力支持，在编委会以及编写组组长王子先司长、副组长王晓红教授的带领下，在中欧国际工商学院、上海市静安区人民政府的大力支持配合下，顺利完成了全书写作工作。在蓝皮书编写过程中，编写组对全书框架进行了反复讨论修订，力求系统全面，反映时代特色，编写组专家查阅了大量文献资料，进行了多次反复修改，形成了目前的最终版本。

全书共对八个专题进行了系统研究：专题一，时尚产业的概念、内涵及新元素；专题二，2008年国际金融危机以来中国时尚产业的突围之路回顾；专题三，世界时尚产业的发展趋势及启示；专题四，国际时尚之都崛起及其启示；专题五，中国时尚产业和时尚品牌的发展现状；专题六，“十三五”期间中国时尚产业发展趋势与前景分析；专题七，“十三五”中国时尚产业转型升级战略目标及建议；专题八，关于上海时尚产业优化升级的对策建议。同时，在写作过程中，编写组还对河北、上海等地时尚产业发展情况进行了深入调研，并形成了案例研究和调研报告。

《中国时尚产业蓝皮书》涉及了包括时尚、设计、管理、商业等在内的不同领域，若书中有漏误及不妥之处，还请读者见谅并不吝指正，以期及时更正。

中欧·静安国际时尚产业研究中心

前 言

本报告认为，时尚产品是指代表当今风尚、具有较高附加值和文化内涵并符合现实需求的产品，既包括衣着、服饰等时尚商品，也包括外出旅行、体育健身、美容美发等生活方式和时尚服务，时尚产业则由两类扩展为三类，即时尚产品制造业、时尚服务业及辅助性时尚业。

本报告对 2008 年国际金融危机以来中国时尚产业的突围之路进行了全面回顾。典型行业方面，我国服装行业从世界工厂、中国制造，逐渐在向中国设计转变。珠宝行业正由快速成长期步入成熟发展阶段，产业链日益完善，行业发展逐步规范，出口快速增长，成为影响世界珠宝市场走向的重要力量。消费类电子产品进入发展转型期，细分市场分化明显，创新多元化特征显著。动漫产业被提升至国家战略层面，产业体系初步形成，行业集中化逐步提升，国际竞争力仍有待提高。化妆品行业规模快速扩张，前景广阔。在区域发展方面，上海独领风骚，首次进入全球最时尚城市前十，成为亚洲最时尚城市。

本报告系统梳理了世界时尚产业的主要趋势和最新动态。国际金融危机压力下，时尚品牌加快分化，坚持走高端路线的时尚宠儿和打造平价奢华的快时尚品牌同台共舞；价值链、产业链、供应链深度整合以最大化利用全球资源，成为时尚企业实施多元化创新战略的重要举措；在资本推动下，产业加速洗牌重组，新兴市场开始冲击传统上欧美对时尚行业的垄断地位；作为全球时尚消费重要新兴力量的中国时尚消费开始理性转型。从未来趋势看，全球时尚文化有望从快时尚向慢时尚回归，绿色环保消费理念长盛不衰；新兴市场和网络时尚将在推动产业发展方面继续扮演重要角色；服务和体验式消费成为时尚产业竞争新高地；消费者忠诚度下降，理性、品位型和个性化消费比重提升，中小品牌将迎来重要发展机遇。



本报告全面总结了世界时尚之都崛起的重要经验和发展趋势。现代时尚文化的轴心性和都市性特征决定了时尚产业的空间集聚性。巴黎在几个世纪中都成为时尚产业集聚和辐射的中心，当代的国际时尚产业集聚中心已形成多头态势，人们习惯于把巴黎、伦敦、纽约、米兰和东京并称“世界五大时尚之都”。金融危机为国际时尚产业集聚形态和发展趋势演变提供了新的重要动力，米兰、东京等传统时尚中心地位下滑，而上海则首次进入世界时尚之都前十名。总体看，与法国、英国、意大利等欧洲传统时尚产业大国相比，中国的时尚产业发展历史短，时尚品牌影响力不足，总体产业水平有待提高；然而，鉴于中国时尚消费能力极为可观，稳居全球占有率最大的奢侈品消费国家，强劲的消费成为推动产业和品牌发展的内在动力，前景值得期待。

本报告深入剖析了中国时尚产业和时尚品牌发展现状。从最新发展看，相较于过去几年，2013~2014年在时尚消费升级和产业转型的大背景下，受政治、经济、文化领域诸因素的综合影响，中国时尚产业布局和品牌更替呈现出新的特点。例如，消费文化转型为本土品牌带来发展机遇。2013年十大最具吸引力服饰品牌榜和化妆品/香水品牌榜均一改国外大牌垄断的局面，服饰品牌榜中有了“七匹狼”的位置，化妆品/香水品牌榜中出现了“相宜本草”。珠宝品牌吸引力排行榜前十个席位中，中国品牌占据了五席。腕表和汽车品牌吸引力排行榜前十名中依然难觅中国品牌的踪影。

“全面建成小康社会”是今后十年中国政治经济社会发展的重大目标和中国时尚产业的时代背景，意味着中国时尚消费市场潜力巨大。本报告对中国时尚产业的未来发展趋势和前景进行了展望，预计未来中国时尚消费规模将持续扩大，时尚产业结构将进一步优化升级，时尚产业上下游产业链环境将不断改善，作为一种新的经济形态，时尚产业具有高附加值特性，提高创意、文化、新技术等在时尚产业的含量，促进产业价值链向高端攀升将成为中国时尚产业发展的方向。

本报告认为，时尚产业有可能成为中国产业率先实现向全球价值链中高端升级的领军行业，对我国总体产业升级发挥示范带动和辐射引领作用，报告明确提出了未来十年中国时尚产业转型升级的总体战略目标和若干政策建议。具体包括：提出最终目标为全面提高我国时尚产业在全球价值链、产业

链、创新链上的竞争力、影响力和话语权，在总体产业升级和价值链攀升中发挥重要引领和先导作用；结合国家“十三五”规划和全面建设小康社会的总体战略目标，具体划分为中期目标（2016~2020年）和远期目标（2020~2025年），并制定了具体实施步骤。在实现产业升级的战略途径方面，提出应以服装行业、时尚产业园区建设等为重要突破口，引领时尚产业升级、树立正确的全球价值链升级思维和发展理念等是核心节点，时尚产业价值链升级的四大关键内容为工艺升级、产品升级、功能升级和链条升级。在对策建议方面，建议将时尚产业发展纳入国家中长期规划，加强行业协调服务体系建设；主张坚持区域差异化发展路径，打造一批时尚产业示范都市；推动时尚企业主体的重组升级，打造一大批国际一流的时尚领军企业等。

本报告针对上海时尚产业转型升级进行了具体研究，并提出了有针对性的若干建议。时尚消费日益成为上海新的消费热点之一，由于认识到时尚产业的广泛渗透性和辐射性对于推动上海产业结构升级、加快“四个中心”建设具有重要意义，上海市政府结合自身特点，研究制定了时尚产业发展规划和重点指南，正在建设一批具有开创意义的时尚创意园区，为时尚产业升级提供了重要动力。从发展趋势看，上海纺织服装、家化等传统消费品行业加快向时尚产业转型升级，“WOO 妩”、佰草集等部分本土原创品牌已破茧而出，初步具备与跨国品牌同台竞争的资质和能力；时尚产业集聚区如雨后春笋般蓬勃兴起。据不完全统计，上海已形成 89 个创意产业集聚区，30 个设计创新示范企业，在培育时尚文化、人才等方面发挥着重要作用。另外，上海时尚产业发展也存在一些问题，如促进产业持续发展的内在机制尚未形成、时尚产业链发育不成熟、有影响的品牌和原创能力不足、专业人才短缺等。报告认为，上海应充分利用有利机遇，以打造上海时尚品牌，逐步建成新兴国际时尚之都为目标，形成由政府、主管机构、企业和社会中介组织“四位一体”，促进上海时尚产业生长的良好发展环境。

如何建设时尚产业集聚区，加快我国传统文化与时尚元素融合，推动时尚产业创新，已经成为推动时尚产业发展的重点任务。本报告针对上海静安区与河北省时尚产业做出案例分析和调查研究。上海静安区有着深厚的历史底蕴、浓郁的时尚氛围和坚实的产业基础，完全有条件、有能力在上海打造



国际时尚中心的过程中发挥更大作用，成为世界第六大国际时尚中心核心区。河北省具有悠久历史和传统文化底蕴，已经形成了邢窑、曲阳石雕、定瓷、武强年画、周窝音乐小镇、衡水内画等特色文化创意产业。近年来，通过加快传统文化与时尚元素融合，形成了具有规模效应、全产业链发展、科技支撑引领创新、产业集聚发展、就业效应显著的态势，促进了传统文化产业向现代时尚产业的转型发展。同时，针对存在的产业规模小、缺乏知名品牌、缺乏创意人才以及税负过高、资金短缺等问题，提出了加强规划引导、加大政策支持、提高设计创新能力、增强园区集聚效应等对策建议。

目 录

专题一 时尚产业的概念、内涵及新元素	001
一、时尚与时尚产品	002
二、时尚产业与时尚经济	007
三、当前时尚经济中流行的新元素、新趋势	022
专题二 2008 年国际金融危机以来中国时尚产业的突围之路回顾	034
一、中国时尚产业主要行业的特点	034
二、中国时尚产业主要区域特点	045
三、中国时尚产业的发展环境变化	051
四、中国时尚产业的改革与发展	055
五、中国时尚产业的突围之路	057
专题三 世界时尚产业的发展趋势及启示	059
一、世界时尚产业和品牌发展的现状	059
二、国际金融危机以来世界时尚产业发展的新特点、新趋势	065
三、未来国际时尚产业的发展趋势	070
四、世界时尚产业发展的启示	081
专题四 国际时尚之都崛起及其启示	088
一、国际时尚产业呈现空间集聚的趋势	088
二、五大时尚之都的崛起	096



三、近年来伦敦为何成为新霸主	103
四、启示	108
专题五 中国时尚产业和时尚品牌的发展现状	117
一、2013~2014 年中国城市时尚消费水平分析	117
二、2013~2014 年中国时尚品牌发展的总体状况	119
三、2013~2014 年度中国时尚产业主要行业的特点	129
四、2013~2014 年度中国时尚产业及品牌集中度分析	137
五、2013~2014 年度中国时尚产业发展竞争力对比分析	141
六、移动互联网浪潮对时尚产业带来的影响和变革	144
专题六 “十三五”期间中国时尚产业发展趋势与前景分析	147
一、中国时尚产业相关部门、行业监管主要法律法规及政策	147
二、全球经济环境发展趋势评估及中国宏观经济环境预测分析	150
三、中国时尚产业发展整体环境	151
四、中国时尚产业发展趋势	155
五、中国时尚产业消费者购买影响因素预测分析	159
六、中国时尚企业提升竞争力的策略分析	162
七、中国时尚产业盈利指标及能力分析	164
专题七 “十三五”中国时尚产业转型升级战略目标及建议	168
一、“十三五”时期我国整体产业结构升级的战略定位	169
二、新形势下推动时尚产业率先升级的重要意义	173
三、时尚产业升级战略目标：率先向全球价值链高端跃升	185
四、中国时尚产业向全球价值链高端升级的战略途径	193
五、对策建议	204
专题八 关于上海时尚产业优化升级的对策建议	214
一、时尚产业界定及其发展的重要意义	214

二、上海时尚消费市场及产业整体发展情况	217
三、上海打造世界时尚产业之都的机遇与目标	226
四、上海加快时尚产业发展与升级的对策建议	229
五、关于上海市静安区成为上海时尚中心的对策建议	232
附录 1 上海静安区成为上海时尚中心案例分析	236
一、静安区时尚产业发展现状	236
二、近五年来静安区时尚产业面临的挑战	239
三、未来五年静安区大力发展时尚产业的机遇与有利条件	243
四、静安区成为上海时尚中心的对策建议	247
附录 2 注重传统文化与时尚融合，推动时尚产业创新	252
一、传统文化为时尚产业发展奠定基础	252
二、时尚产业发展的主要特点	254
三、时尚产业发展面临的主要问题	259
四、推动时尚产业的发展思路及对策建议	260

时尚产业的概念、内涵及新元素

姜荣春

随着经济全球化的深入，时尚已经成为一个全球化现象，潜移默化地改变着我们的日常生活方式，影响着我们的服装、发型、艺术、食物、化妆品、汽车、音乐、玩具、家具等行业，涵盖几乎从婴儿玩具到商业实践和管理理论、流行杂志到建筑风格和城市景观设计的所有社会经济领域，以及从北美大陆到东亚地区、濒临北冰洋的俄罗斯到南半球的阿根廷和南非的所有地理区域的人类行为，与之相关的产品和服务已成长为价值数百亿乃至上千亿美元的产业，在全球范围内拥有数百万名员工。从学术研究看，时尚一直是一个难以精确界定的词汇，学术界对其实质和内涵的争论由来已久。有观点认为，时尚就是服饰；也有观点认为，时尚是一种作用于众多领域的总体性机制、逻辑或意识形态，而服饰只是其中之一（拉斯，2010）。在现代商品社会，时尚概念不仅是一种生活方式、一种精神风貌、一种文化表达，而且是人们对时尚的追求，不断塑造和改变大众生活模式与行为方式，进而不断创造出新需求，催生新产品带动新产业。当前我国已进入中高等收入阶段，面临结构升级和可持续发展压力，富裕人口快速增加，消费能力和消费需求日益提升，特别是“80后”、“90后”年轻人口日益成为消费主体，带动消费文化和消费模式急剧转型。在上述背景下，促进时尚产业大发展既是提升产业结构、促进可持续增长的有效途径，也是适应主流消费文化演进从而在新阶段塑造健康理性成熟消费文化的必经之路。从其经济属性看，与时尚有关的产品不仅符合所有商业产品所具备的特点，且由于其附加值较高、易传播和受众广的特性，有助于形成时尚产业链，催生巨大的经济效益，进而催生拓



展了时尚商品、时尚产业、时尚经济等一系列相关概念及元素。本部分将从时尚的基本内涵出发,依次介绍时尚产品、时尚产业与时尚经济的概念,并紧密结合最新流行趋势,全面阐述时尚经济新元素、新特点。

一、时尚与时尚产品

时尚是指在一定时期和特定社会文化背景下,流传较广的一种生活习惯、行为模式及文化理念,体现在衣着、服饰、消费习惯或生活方式等个人或社会生活的多个领域,它往往由思想意识起步,以各种物质形式来表达,是一种与现实生活紧密联系的社会文化,并与时代大众的精神诉求息息相关,成为一段时期内流行的人生态度和生活方式。

时尚产品是指代表当今风尚、具有较高附加值和文化内涵并符合现实需求的产品,反映了特定时期主流消费者的消费倾向,既包括衣着、服饰等时尚商品,也包括外出旅行、体育健身、美容美发等生活方式和时尚服务。

(一) 时尚的本质与内涵

“时尚”一词的用法,汉语中古已有之。从字面意义看,“时”指现在的、当前的、当时、时下,引申为“时下习俗”。“尚”,尊崇、注重,引申为社会上共同遵从的风俗、习惯、行为模式等,如唐朝韩愈《师说》中,“李氏子蟠,年十七,好古文,六艺经传皆通习之,不拘于时,学于余”。又如明朝刘基《〈苏平仲文集〉序》中,提及“移风易尚之机,实肇于此”。“时”、“尚”并用,专指当时的风尚,一时的习尚。当上述含义应用于消费领域和日常生活时,就指某种消费观念、习惯和生活方式得到推崇并在特定人群甚至全社会流行。史料记载,大体以开元、天宝为界,由于社会财富日益丰裕,唐代消费理念和消费文化经历了由俭入奢的变革和转型,此前以“尚俭”为主流,而之后逐渐转向“崇奢”。特别是上层社会崇尚奢侈靡丽,或“侈于游宴”,或“侈于书法、图画,侈于博弈,或侈于卜祝,或侈于服食,各有所蔽也”。奢靡之风不仅广泛体现在日常生活中,还延伸到更广泛的领域,比如在居室建筑方

面，不仅崇尚高檐重瓦、雕栏玉砌，取材装饰华贵，且求大、求新、求绮丽。上行下效，由官僚贵族到平民百姓，从物质到精神，享受型消费乃至奢侈型消费成为一时风尚（张雁南，2009）。这种奢靡之风并非唐代独有，明清时期的福建地区因商品经济发达，也曾出现普遍性讲求服饰饮食、热衷排场铺张的奢侈型消费风尚（赵建群，2006）。时尚的初始含义一直延续至今。根据《中华在线字典》的解释，在现代汉语中，时尚是指外在行为模式很快流传于社会的现象，如衣着、发型、语言等方面的一种异乎寻常的亚文化及其行为模式，往往很快吸引许多人竞相模仿，广为流传。

在西方社会，时尚是自文艺复兴以来西方文明中影响最深远的现象之一，曾引发某些社会科学家的关注。艺术史家安妮·霍兰德将“时尚”定义为：任一给定时间内，所有吸引人的漂亮服装款式，包括“高级时装，所有形式的反时尚及非时尚，以及那些声称对时尚不感兴趣的人的衣服和首饰”。文化史学家伊丽莎白·威尔森的观点与此类似，“时尚即服装，其主要特征是迅速而且持续的款式变迁”。道德哲学家和经济学之父亚当·斯密在人类学研究中也曾给予时尚重要地位。他认为，时尚最先和最重要的应用是那些品位概念占据中心位置的领域。尤其适用于服饰和家具，但也同样适用于音乐、诗歌和建筑，并且，时尚对于道德也有一定影响。西美尔在《时尚的哲学》一书中，对时尚和服装作了区分，认为时尚是一种更广泛的社会现象，服饰占据了重要位置，但语言的使用、礼仪等也属于时尚范畴。拉斯·史文德森也持这种观点，他认为并非所有时装都能被涵盖于“时尚”之下，还有很多可以被描述为“时尚”的现象并非服装，时尚很自然地存在于学术圈与知识界之中，它也影响着艺术和科学（拉斯，2010）。现代英文中与时尚相关的词汇有“fashion”、“style”、“mode”、“vogue”、“trend”、“fad”等，这些名词指“衣服、装饰、行为或生活方式在特定时间里流行或为众人喜爱的方式”，最常用、最接近的为“fashion”一词，最初译为“流行”，现多译为“时尚”。

时尚同时具有集体和个人主义的双重含义。一方面，时尚是特定社会历史、文化、传统的现代化和商业化的集体表达。例如“波希米亚风潮”、“复古风潮”是和社会节奏快、人们精神紧张相关的，那种充满艺术气息的流浪风格以及浪漫的古典气质必然会让忙碌的心灵得到慰藉；“未来风格”、“金属风