

传媒业者
书系



[英] 蒂姆·杰克逊

编著

[英] 戴维·肖

刘 津

译

21 世 纪 时 尚 人 生存手册

清华大学出版社

传媒业者书系

21 世纪 时尚人 生存手册

[英] 蒂姆·杰克逊 编著
[英] 戴维·肖 译
刘 津

清华大学出版社
北京

THE FASHION HANDBOOK, TIM JACKSON AND DAVID SHAW

All Rights Reserved.

Authorised translation from English language edition published by **Routledge**, a member of the Taylor & Francis Group.

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933
北京市版权局著作权合同登记号:01-2009-1164

图书在版编目(CIP)数据

21 世纪时尚人生存手册/(英)杰克逊(Jackson, J.), (英)肖(Shaw, D.) 编著; 刘津译. —北京:清华大学出版社, 2009. 5

(传媒业者书系)

书名原文: The Fashion Handbook

ISBN 978-7-302-19700-3

I. 2… II. ①杰… ②肖… ③刘… III. 传播媒介—手册 IV. G206.2-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 036689 号

特邀策划: 栾轶玫

责任编辑: 纪海虹

封面设计: 傅瑞学

责任校对: 王荣静

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京嘉实印刷有限公司

装 订 者: 三河市兴旺装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 155×230 印 张: 17 字 数: 278 千字

版 次: 2009 年 5 月第 1 版 印 次: 2009 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 36.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 029750-01

作者简介

托尼·海因斯博士

曼彻斯特城市大学(Manchester Metropolitan University)商学院营销学教授。负责整个学院的博士培养工作,研究兴趣涉及时装零售营销和供给策略。他是首屈一指的营销教育家,曾在斯里兰卡、南非、韩国、欧洲国家和美国授课、考察和研究。他是《供应链策略:客户驱动和客户中心》(*Supply Chain Strategies: Customer Driven and Customer Focused*)的作者和《时装营销:当代的问题》(*Fashion Marketing: Contemporary Issues*)的主编之一。

帕梅拉·丘奇·吉布森

伦敦时装学院历史和文化研究高级讲师。其著作广泛涉及时尚、电影、影剧迷、历史和传统等诸多领域。她参与编著的论文集包括与斯特尔·布鲁兹(Stella Bruzzi)合作的《时尚文化:理论、探索和分析》(*Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis*)。目前正在著书讨论消费、城市与电影的关系。

蒂姆·杰克逊

伦敦时装学院时装营销专业首席讲师(Principal Lecturer)和《时装营销和管理学报》(*Journal of Fashion Marketing and Management*)的编辑组成员。他是该校时尚营销和管理学院的研究协调员(Research Coordinator),同时还担任校际时尚管理研究组主席。由于曾在Dash、积家(Jaeger)和伯顿男装(Burton Menswear)等时装零售公司从事零售管理和采购销售,他与戴维·肖合作撰写了英国第一部有关时装采购和销售管理的教材。他的其他出版物还包括关于奢侈品牌和时尚趋势预测的论文和图书章节。蒂姆在媒体上评述时

尚和奢侈品的商业话题,监督博士生从事奢侈品与时装趋势的研究,并担任多所大学时尚管理课程的校外审查员。

卡门·海德

自2002年起受命担任法国奢侈品牌赛琳(Celine)在英国的传播主管。此前,她曾在伊夫圣·罗兰(Yves Saint Laurent)英国公司公关经理职位上供职4年。她还曾在《时尚》(Vogue)杂志英国版工作一个阶段,并在《新品开发和创新管理学报》(Journal of New Product Development and Innovation Management)上发表与蒂姆·杰克逊合写的关于古奇集团(Gucci Group)的论文。除全职工作之外,卡门自2000年以来还兼任半年刊的生活方式与摄影杂志《出口》(Exit)的营销顾问。

戴维·肖

伦敦时装学院高级讲师和《时装零售和市场营销》课程总监。在Top Shop、多萝西·帕金斯和伯顿男装等商业街(high street)^①零售品牌中担任采购和营销经理兼总监的履历,使其在解释和分析当今采购和销售问题方面获益良多。他在担任David公司顾问的同时,兼任Minds Matter公司义卖部的零售顾问和独立董事。他是《时装采购和销售管理技能》(Mastering Fashion Buying and Merchandising Management)一书的著者之一,曾在英国和澳大利亚的多所大学面向本科、研究生和教授水平的学人做有关营销和零售等商业主题的演讲。

比尔·韦布

伦敦时装学院高级讲师和课程总监。剑桥三一堂学堂(Trinity Hall College)奖学金的获得者,经济学硕士。他曾在积家、强生(Johnson and Johnson)、Storehouse公司负责营销管理,并与30多个国家的专业机构合作完成零售战略和理念开发工作。他在学术和专业期刊中发表大量有关零售管理的文章,并提交了40余篇会议论文,最近的这类会议是在北京和法兰克福召开的。比尔是伦敦荣誉市民,他也是营销学会及教育和商业布局欧洲研究协会(EAERCD)的成员。

布伦达·波兰

专门报道时装和设计的自由记者。曾为大多数英国报纸和重要杂志

^① high street一词,从11世纪起就用来专指“用筑路材料铺成大道”。中世纪,随着小城镇的发展,在这些“铺过的路面”附近开始出现商店、旅店、酒馆,high street逐渐演变为“城镇中繁华的商业区。”本文将high street翻译为“商业街”,这些商业街上一般出售大众化的时装。——译者注

工作。她是一位美术史家,早在她做《卫报》(*Guardian*)的助理编辑时,“妇女版”的主编便认为她天资聪颖,足以胜任时装编辑的空缺职位。6年后,她自己也成为“妇女版”主编,推动着关于潮流和设计更为广博、深邃的报道,同时还为报纸撰写建筑方面的文章。自20世纪90年代初离开《卫报》之后,她在许多报纸和杂志任职或担任自由撰稿人,这些媒体包括《每日邮报》(*Daily Mail*)、《星期日邮报》(*Mail on Sunday*)、《金融时报》(*The Financial Times*)、《泰晤士报》(*The Times*)、《每日电讯报》(*Daily Telegraph*)、《星期日独立报》(*Independent on Sunday*)、《艺术家》(*Tatler*)、《哈泼斯与皇后》(*Harpers & Queen*)和《好管家》(*Good Housekeeping*)。她还是哈维·尼克尔斯(Harvey Nichols)公司杂志的创始主编、英国设计协会(Design Council)成员、时装和新闻专业硕士和学士课程的顾问和外部审查员。目前在伦敦时装学院和萨里设计学院(Surrey Institute)给本科生讲授新闻课程。

马修·吉特

曾在全球首屈一指的时装预测和趋势研究咨询公司 Promostyl 的英国公司任董事十余年,负责推动该公司在英国和其他地区特别契约工作的进展。在法国巴黎的第一视觉博览会(Première Vision)和英国伦敦的维多利亚与艾伯特博物馆(Victoria & Albert Museum)举行的 Promostyl 公司“影响”和“色彩、印花、款式”季度展上,马修充当着常规的主题发言人。他亦在其他国家承担类似的专业工作。进入时装业之前,马修曾在音乐界工作多年,在那里,他对于青年人趋势的领悟和强烈兴趣开始萌生。这些早年的职业生涯,使其得以与形形色色的艺人们合作,这些艺人中包括格拉迪丝·奈特(Gladys Knight)、米特·洛夫(Meat Loaf)、吉妮西丝(Genesis)和杜兰·杜兰(Duran Duran)。近期,他被《金融时报》、《哈泼芭莎》(*Harpers Bazaar*)、Zest、Homes&Gardens 等报刊及其他各类出版物撰文,予以突出介绍。其他报道他的媒体包括 BBC 和 ITV 众多关于时装和未来潮流的评论节目。马修为全球商界的各种产品充任顾问,包括 BBC、博姿(Boots)、塞弗里奇(Selfridges)、Ellesse、科勒(Kohler)、莎莉(Sara Lee)、诺基亚(Nokia)、松下(Panasonic)、施华洛世奇(Swarovski)、联合利华(Unilever)等。他还在伦敦时装学院和中央圣马丁艺术与设计学院等高校展示和讲演时装与设计潮流。不论对于个人还是公司,他都深信“时尚的乐趣”和“自我表现”与日俱增的价值。

对很多人而言,时尚,是他们阅读和在商店中购买的东西。在这个意义上,时尚关乎变化与革新。人们对“时尚”一词的运用不拘一格,从最新潮的服装配饰,到极简主义室内设计品味的中期转变,时尚可以泛指诸如此类的任何事物。这意味着,不同的人对于变化的理解和时间尺度的把握,存在着巨大的差异。一时的狂热或许只在一季间往复,而潮流却可存续数年。同样暧昧不清的是革新者们关于“时髦”的主张,事实上,这个时代的大多数时尚是由大众的接受来定义的,而大众的接纳却恰恰是革新者们颠覆的出发点。因此,时尚与变化相关,却并不是以严谨定义或规定的方式表现的,特别是,当今的“时尚”几乎折衷主义地混杂着任何东西,并且是由那些比过去更少在意季节性或时尚规则的人们表达的。

不过,时尚的转变可以提供观察社会行动方式与信念的视角,因为时装给予我们一份历史的档案和一个用以记录、审视和解释社会、经济及文化变迁的途径。它是一面透镜,通过它,我们可以看到人们观念和价值的改变,因为衣着和饰品张扬着强烈的个性表达意图。当人们通过购物获得良好感觉,而研究者们分析和争论这种新行为的内涵时,对很多人来说,拜金主义和时尚消费已经变成了信仰的替代品。当高级女装进入工厂去追逐那些经全球时尚媒体传达的理念时,时尚还可以刺激人们卷入有关设计师作品的意义和目的的辩论。

时尚是所有这些,它是一个上百亿美元的全球性行业,包括一系列广泛的商业活动:从平淡无奇的大众化服装生产,到名人惠顾的时装秀以及时尚媒体的相关报道。花样繁多,不一而足。

本书旨在提供给读者们一种洞察力,去认识在时尚的研

究和实践中一系列至关重要的问题。每一个章节都能增益某一特定学术或职业领域的知识,这些知识或是基于现有研究之上,或是引介专业学科中承担的新型研究。要达到这个目标,有赖于诸多学者和时尚产业专家的贡献,这些学者在各自的研究领域内被公认为权威,而时尚产业专家则提供了独一无二的见解、知识和对问题的理解,而这些见解、知识和理解都未能在公共领域中被广泛记载。这里所说的公共领域,包括关于时尚潮流、公关、时尚新闻业、时尚采购和销售以及奢侈品的报道。

第1章引领读者纵览制衣和纺织工业,揭示全球服装生产资源的巨大变迁。第2章开拓了时尚的一个被经常记载的方面,省察如何从社会和文化角度理解该主题。第3章开掘时尚设计的历史层面,分析著名的商业市场和展会,从中了解时装设计的流程。第4章详尽解析全球奢侈品牌,提供在公共领域中鲜见的记录、讨论数据和业内观点。第5章提供对于服装生产程序的基础性认识,因为制衣是大多数时装系列的基本构件。第6章评述时装零售对于现代时尚工业的意义,并以图表的形式展示时装零售领域中重要的事件和变动。第7章关注采购和销售,这是一个被学术和商业文献反复论述的重要的时装专业领域。同时,本章还揭示现代采购和销售功能的本质和运作方式。第8章阐释时尚新闻业的职业课题如何影响更广泛的产业。第9章提供了关于时尚公关和造型作用的独到见解。时尚公关和造型的作用常常被误读,而本章的见解来自一位非常资深的业内撰稿人。第10章审视时尚零售业从业者的状况。研究中借助了“阿卡迪亚”集团和“零售人力资源”公司的重要信息,这两家公司提供了有关时尚工业内部一个重要的雇佣领域的专业而平衡的视角。最后一章以一个世界领先的时尚潮流研究顾问——Promostyl公司董事马修·吉特的眼光前瞻未来。在马修·吉特看来,

时尚在近年来急剧变革,并将长此下去。今天的消费者信息灵通,有时难以取悦。如今,我们可以看到,“机警的消费者”和“品牌布道者”都拥有难以置信的影响力,而这便是个人可以运用前所未有的技术和网络“虚拟世界”带来的直接结果。时尚和技术两者都必须跟上今日消费者欲望和需求的步履(肉体的和精神的)。二者都必须适应人们的身体和精神,而不是像过去那样,期待人们去适应它们。

将上述这些广泛的话题汇集在一起,目的是使这些令人着迷却迥然有异、支离破碎的主题彼此连贯,这些主题可以被引向更为宽广的阐释境界。

目 录

1 制衣和纺织工业的本质：结构、语境和进程	1
托尼·海因斯	
2 解析时尚	21
帕梅拉·丘奇·吉布森	
3 时装设计	33
蒂姆·杰克逊	
4 全球奢侈品牌	67
蒂姆·杰克逊、卡门·海德	
5 时装生产	97
戴维·肖	
6 时装零售	121
比尔·韦布	
7 时装采购和销售	154
戴维·肖	
8 时尚新闻业	179
布伦达·波兰	
9 时尚公关和造型	203
卡门·海德、蒂姆·杰克逊、戴维·肖	
10 时装零售业中的职位	224
蒂姆·杰克逊、戴维·肖	
11 时尚的未来	243
马修·吉特	
缩略语	247
品牌、人名译名表	249
参考文献	257



制衣和纺织工业的本质： 结构、语境和进程

托尼·海因斯

本章旨在让读者认识制衣和纺织工业的本质和结构。首先，在历史语境下从英国的视角提出制衣和纺织工业在漫长历史中的发展模式。其次，从当今英国国内的情况出发考察英国的制衣和纺织部门。最后，在国际性背景中（从欧洲视角转变到国际化语境）考察英国的制衣和纺织部门。全球性供应链，是一面可以观察工厂和民族经济互通性的透镜。文章的最后，讨论国内和国际语境下，未来制衣和纺织工业面临的挑战和机遇。

制衣和纺织工业的本质

要考察制衣和纺织工业的本质，论证两者间的关联和异同也许是必要的。研究这个问题，一个有益的框架是观察整个供应链从发端到最终消费的全过程。图 1.1 说明的是供应链的主要阶段。初级生产者同时处在天然纤维（如羊毛和棉花）农业和人造纤维（如尼龙和涤纶）化学工业的位置上。从本质上说，这两个初级生产部门（农业和化工业）的产品构成了纺织业投入的基础。正是在这个阶段，进入纺织品供应链的天然和化工产品才开始转化为纺织制成品（如布料）。这些纺织制成品随后作为原材料输送到制衣工业，在那里它们被转化为单件服装——成衣。从这里开始，服装产品从转化者（生产者）那里转移到了批发和零售分销公司，这些公司充当着供应商和客户之间的中介。客户可能是产品的最终消费者，也可能只是另一个中介，比如一个为自己的家庭成员买衣服的母亲，或者一个从批发商那里购货的零售商店。消费发生在供应链的末端。采用这个纺织服装供应链的线性模型，主要是为了清晰地描述纺织和制衣

工业流程。关键是要认识到,驱动这个供应链的往往是零售商,他们阐释客户的需求模式并引发对服装生产者、纺织厂和初级生产者的要求。供应网络的管理已经日益被大型的国内和国际零售机构或品牌服装供应商所控制。

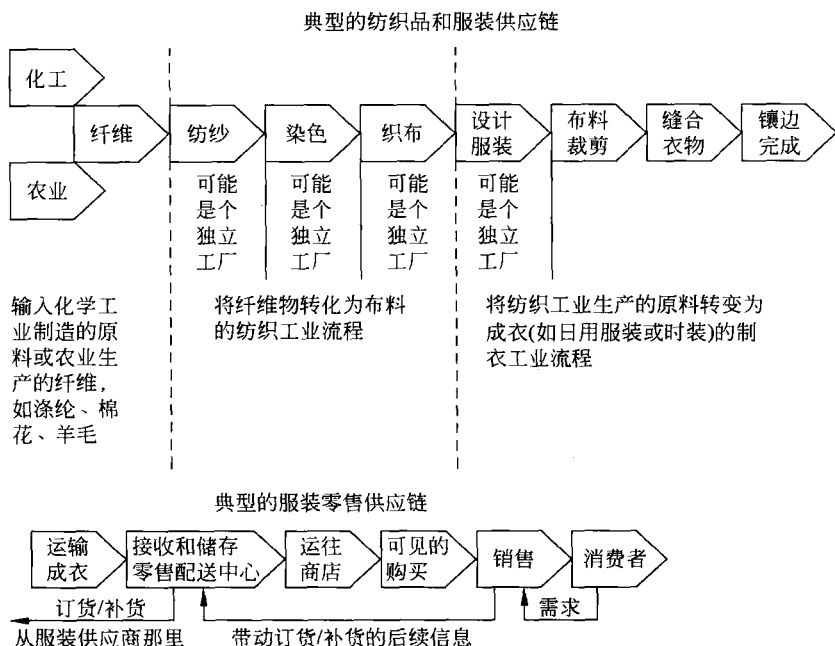


图 1.1 纺织品—服装供应链的主要阶段

时间是纺织服装供应链中的重要维度。我们可以将供应链中的重要阶段视为周期,每个周期都耗费一定的时间去运转。例如,农作物或羊毛生长需要半年的时间;在任何地方,从某个纺织厂发来特定数量、质量和颜色的纺织面料都需要 12~24 周的时间;在任何地方,来自服装厂商的成品库存都需要 2~16 周的时间;而如果你加上仓储、运输物流、采购路途、设计理念、布料检验、取样和选择等方面的效率低下和延误,整个链条就将消耗更多的时间。

纺织品和服装的异同

理解纺织品和服装在经济学意义上的差异是至关重要的。纺织工业是资本密集型的,需要大量的投入去启动哪怕是微小的纺织品工厂。一

3

个小规模、位于相对低成本地段的涤纶厂可能需要 1 000 万至 1 500 万美元的投入。纺织品生产的经济学是以效率为基础的，机构一旦向某项资产投资，就要求适当水平的投资收益率(ROCE/ROI)。其结果是，让工厂满负荷夜以继日地运转至关重要，这样才能确保从一定的资源投入中获得最大产出。更高的产量能降低单位成本，而在竞争性的市场中，降低单位成本是必要的。作为纺织品企业的代理商或供应网络的大型零售机构，常常提前数月预约工厂的生产数量，以保证服装制造商能够按时收到布料，准时为他们的商店生产服装。相比之下，服装生产是一个劳动密集型工业，与纺织企业相比，它只需要少量的资本投入。通常，一个能容纳缝纫机、裁剪桌、储藏设施的空间是最低的要求。在这个意义上，服装工业更加无拘无束，也就是说，轻巧的生产装备和设施可以在全球各地游走。而要移动一个已经投资的纺织厂可没那么简单了，它是重工业。服装生产已经成为一个需要将焦点放在响应客户需求(常常是零售商、采购处和代理商的要求)上的工业。服装制造商不仅要反应灵敏，而且，如果他的劳动力成本高于对手的话，就必须为提高效率而努力。

英国纺织品和服装简史

在以下的历史记叙中，有很多有益的教训可以汲取，因为我们仍在用不同的方式创造历史，只不过人们活动的背景已从英国转移到世界各地。保守的商人、对资本家掠夺的谴责、工人们对于那些削弱他们挣钱能力的技术革新的抵制以及从乡村来到城市的移民，这些形形色色的故事，可能是置身在世界上第一个工业产业之中的人们所熟知的。

18 世纪的英国——纺织工业的诞生

在 1700 年的英国，纺织工业最重要的组成部分是羊毛织物的生产。羊毛织物是英国最大宗的出口产品，绝大多数的生产集中于三个特别区域：东英吉利(East Anglia)、英格兰西南部各郡(the West Country)、约克郡西区(the West Riding of Yorkshire)。呢绒批发商主导着毛织物工业，他们通常拥有巨额财富和雄厚实力。原材料(羊毛)先是被清洗和染色，然后被梳理成分离的、长短不一的绉或可用的卷儿，之后被织成纱线，编成经过缩绒、洗涤、平展、漂白和装饰的织物。此时，工业革命的工厂系统还没有发展起来，大量这类工作是在“家庭手工业系统”(男人、女人和

孩子)内由兼职工人完成的。缩绒和装饰工序要求使用以水或马为动力的工厂,而染色和漂白则需使用村舍中无法容纳下的大型设备。不过,纺纱和编织这些关键工序却是在工人的家中完成的。“Spinster”一词最早就是用来指称完成这些工序的妇女(通常编织是由男人做的),手纺车和手织机在村舍中很容易安装。商人们控制了整个流程,他们从农民那里购买原材料,通过各种程序完成转化直到销售成品。这些商人是先支付原料和各类工资成本,而后从成品销售中赚取利润的资本家。这种通行的发展模式类似于丝绸贸易和其他纺织品,产业被少数富豪所控制。羊毛贸易对于当时的英国经济是如此重要,以至于富豪们在议会中都拥有自己的说客,以便使那些规范价格、质量、重量和干燥、染色方式的法案被通过。在查理二世统治下,每个英国土地上的逝者都必须穿上羊毛寿衣下葬。在威廉三世的时代,发展中的爱尔兰羊毛贸易被过于繁重的出口义务压得喘不过气来。在18世纪初叶,呢绒批发商禁止从亚洲进口印花布料,竭尽全力地扼杀发展中的棉花贸易。然而,即便如此,外贸禁令不过是充当了刺激英国棉纺业发展的催化剂而已,英国的棉纺业在随后的岁月中将与毛纺业竞争,并挑战与争夺至尊地位。

传统的呢绒生产制度使商人们获益甚丰。没有革新的动力,呢绒商人成了窒息技术革新的祸根。与此相反,新兴的棉纺和丝绸工业却对变革更为宽容。棉花不得不与羊毛争夺霸主地位,而丝绸贸易被强大的法国竞争所推动从而更富效率。在1718—1722年间,托马斯·洛姆(Thomas Lombe)建在德贝郡(Derbyshire)德文特河(River Derwent)一个岛上的工厂,是水力在丝绸生产中被越来越广泛运用的一个缩影。该工厂拥有数台走私到英格兰的意大利捻丝机。不过,虽然洛姆的成功给他带来了骑士头衔,丝绸在英国却依旧是个小产业,且主要集中于皮克区(Peak District)。对早期纺织业影响巨大的是18世纪30年代约翰·凯(John Kay)^①发明的飞梭,当时他在埃塞克斯郡(Essex)的科尔切斯特(Colchester)为一个呢绒商工作。凯是兰开夏郡(Lancashire)伯里(Bury)人,他是一位天才的机械师,之前已发明了比任何前辈工序都更有效率的梳理工艺,而现在,他又开发了一个在织布机上节省编织时间和劳力的小玩意儿——飞梭。工作时,

① 约翰·凯(1704—1764):英国机械师、工程师和发明家。出生于兰开夏郡,曾在国外受教育,年轻时就开始经营他父亲开办的一家毛纺织厂。他对纺织机械作了种种改革,例如用金属锯齿代替了传统织机上的竹锯齿。1730年研制成一种适于加工马海毛等原料的毛纺机械。1733年发明飞梭,随后被广泛采用。——译者注

织工用细绳控制着锤子来回敲击飞梭,就可以制造比过去更宽幅的布料,而在飞梭工艺发明前,布料的宽度被局限在织工手臂的长度之内。飞梭很不受织工的欢迎,因为他们觉得这个发明要夺走他们的生计。在不满情绪的驱逐下,凯被迫离开科尔切斯特前往利兹(Leeds)。在利兹,生产商采纳了凯的飞梭,但没有付给他专利费,于是凯又回到故乡伯里,在那里他历经浩劫,住所被劫掠一空,不得不再次离开。他最后终老法国,一文不名。

18 世纪上半叶,棉纺工业在南兰开夏郡(South Lancashire)确立了牢固的地位。棉纺业兴起于南兰开夏郡并非偶然,这里是利物浦(Liverpool)的重要港口,有着水力需要的急流,同时,气候潮湿、温度恒定、空气润泽,适宜棉线的生产。此时,国内和海外对于棉布(薄棉布和白棉布)的需求日益增长。棉纺品产量随需求扩大,棉花比羊毛更适合机器时代,因为它质地更细且容易经机器工序处理。由于不能及时提供充足的纱线,纺纱工必须拼命满足织工的需求。飞梭使织工生产布料的时间缩短了一半,因而加剧了纱线短缺的问题。1765 年左右,一个名叫詹姆士·哈格里夫斯(James Hargreaves)的布莱克本(Blackburn)织工发明了珍妮纺纱机(spinning jenny),这是一个可以同时纺 6 根纱线的机器。后来,它被改进到同时纺 80 根纱线的水平。最初的珍妮纺纱机是设计用来在家中手工操作的,后来它在兰开夏被广泛使用,在哈格里夫斯于 1778 年去世后 10 年,英格兰运转着 2 万台或者更多的珍妮纺纱机。第二个重要的进展发生在 1769 年,当时,来自普雷斯顿(Preston)的理查德·阿克赖特(Richard Arkwright)发明了水力纺纱机,这个装置类似于早先刘易斯·保罗(Lewis Paul)的发明,只是后者不如前者成功。水力纺纱机比珍妮纺纱机大得多,它利用滚筒牵动纱线,线的韧劲也远优于珍妮机,只是这种机器需要水力的驱动。就这样,随着大型厂房的建立,工厂时代(factory age)来临了。阿克赖特与其说是个发明人,不如说是个生意人,一些人认为他从前人那里抄袭了许多设想,因而怀疑他是否真的是水力纺纱机的发明者。尽管如此,阿克赖特确实非常卖力地将这个发明运用到了自己不断扩张的工厂帝国中,这个帝国的版图从德文特(1771 年开放)河畔德贝郡的克郎姆富德(Cromford)延伸开来,途经兰开夏(与戴维·戴尔^①联手),直至苏格兰克莱德(Clyde)河畔的新拉那克村(New

^① David Dale(1739—1806),苏格兰商人,因在新拉那克村建立纺织社区而声名远播。曾与棉纺实业家理查德·阿克赖特建立短暂的伙伴关系,共同开发阿克赖特的纺纱新技术。由于阿克赖特没能设法保证对纺纱机设计的完全所有权,双方关系破裂。之后,戴尔继续创立他自己的棉纺工厂。——译者注

Lanark)。

1779 年,又一个纺纱机发明诞生了,博尔顿(Bolton)织工塞缪尔·克朗普顿(Samuel Crompton)制造出一种综合珍妮纺纱机和水力纺纱机的机器,叫做“走锭纺纱机”(The Mule)。它将滚筒和走车(carriage)结合在一起生产出相当结实的纱线。不幸的是,克朗普顿没有像阿克赖特那样为发明申请专利,因而获利甚微。1827 年,他在贫困潦倒中去世,临终前,他因惧怕其他人再次从中渔利,将一个自己发明的梳理机(carding machine)销毁。走锭纺纱机最早是在 1700 年由新拉那克工厂的经理威廉·凯利(William Kelly)用水力驱动的,当英国厂家开始制造高质量的纱线与印度手艺人(上佳的平纹细布)一争高下时,这种设备便快速风行。棉纺工业的这个分支在克莱德河畔和博尔顿确立了地位。1785 年,蒸汽动力首次用于纺纱机并在 18 世纪 90 年代风靡。工厂不再为了水力而局限于在河岸附近选址,开始向城镇和都市迁徙。在 18 世纪的初期,织工常常在等待纱线到货用来纺织的时期被解雇,但现在,当 19 世纪即将来临之时却缺少足够的织工满足对布料的需求。工资水涨船高,博尔顿的织工每生产一码上好的薄棉布,就能赚到 3 先令 6 角钱(3s 6d),她们装腔作势、拿腔拿调,在帽圈上装饰上“£5”的符号,炫耀新发掘的财富。然而,这段黄金时代好景不长,为了满足日益增长的对织工的需求,大量生手涌入了工厂。这些生手之所以被吸引到这个行业,一方面是因为高收益率,另一方面则源于与法国之间的拿破仑战争(Napoleonic wars)升级造成的产业混乱。

纺织业接下来的重要进展发生在 1784 年,当时,牛津大学的教授和牧师埃德蒙·卡特赖特(Edmund Cartwright)在一次辩论会上,听到曼彻斯特的织工称,蒸汽驱动的织布机是不可能实现的,于是就研制了这样的一个织布机。卡特赖特建立了一个容纳 400 台蒸汽动力织布机的工厂,这招致了手动织布机工人的强烈反对,他们于 1792 年将工厂付之一炬,不过,在整个 19 世纪的棉纺和羊毛制品生产中,蒸汽动力织布机达到了广泛的使用。以上这些技术进步,标志着英国工业革命的肇始。

19 和 20 世纪的英国纺织品和服装工业

生产便宜服装的代价是高昂的。上述的经济发展带来了很多社会后果,18 和 19 世纪确立的纺织业的趋势,不仅如我们今天所知,为英国奠定了生活的基础和模式,而且在全世界不断重演。伴随着蒸汽成为最重



要的动力资源,利兹、布拉福德(Bradford)、哈德斯菲尔德(Huddersfield)和其他约克郡(Yorkshire)城镇成为大型呢绒工业中心,这正如以曼彻斯特为中心的兰开夏郡成为伟大的“金字棉”(King Cotton)中心(棉都)一样。几年时间,这些城镇的人口增长了10倍。贫民窟、人口过密、疾病、肮脏和许多人的不幸,是这些经济进步带来的显见后果。城镇规划不存在,几乎没有公众健康规定,照明、排污和干净水源的供应等事务也常常是临阵磨枪。正是在这个时期,绵延不绝的破旧建筑和参差不齐的房子搭建起来,为的是容纳那些被曼彻斯特这样的大工业中心吸引,而成群结队赶来的工人。人们每天苦干14个小时,童工的使用非常普遍且缺乏规范。简单经济学导致女性和孩子可以被更大规模地雇佣,因为作为劳动力,他们的价格更低廉,他们的抗议声音比男人更微弱。工厂的条件通常很糟,照明、通风、健康和安全并不被雇主优先考虑。正是在这个时期,遵守时间成为工作中的主要问题,演绎思维被用来分析工作中的迟到、患病和唱歌,这些现象统统被视为破坏生产的行为。类似监狱的严酷纪律和简陋条件成为新工厂的常态。工人们开始成立商业联盟,为更好的工作条件而斗争,但却未能引起资本家企业主的重视。1799年发生了一件大事,议会通过《联合法案》(Combination Acts)禁止了商业联盟。通讯、交通设施和将在后文中提到的18世纪运河系统的改善,一直持续到19世纪30年代铁路系统被开发,并贯穿了整个19世纪,这为工业发展提供了便利。

据估计,在1812年纺织品占英国国民生产总值(GNP)中产品总量的7%~8%,而到1836年则上升到了11%。在1851年,英国纺织品和制衣工业合起来占就业总量的21%,也就是全国人口的10%(Deane and Cole,1969)。布里斯科(Briscoe)(1971)估计,到1923年纺织品和制衣工业的就业上升到了将近200万人,其中,在纺织行业中就业的有130万人,而另外65.1万人则从事着服装加工业。来自新兴工业化国家(NICs)和其他发达经济的竞争,在整个20世纪给英国纺织品和服装工业带来了损失,20世纪30年代以降,无论是就业率还是产量都开始走下坡路。英国在两次世界大战(1914—1918年和1939—1945年)中的卷入,也影响了上述工业部门。他们的生产水平在整个制造业中下降的比重与其他发达的重工业,尤其是钢铁、造船和采煤是一样的。到1969年,纺织业雇佣58.09万人,制衣业雇佣39万人,制造业总计在英国经济总量中占有将近4%的比例(Jones 2002: 6)。

在更广阔的制造业背景中分析纺织品和制衣工业的空间,对于理解

它们曾在英国经济中做出了多么重要的贡献是至关重要的。马塞厄斯(Mathias)(1969)认为,英国所有制造业的巅峰是在1861年,当时占到GDP总量的41%;世纪交替后不久,即1907年,这个比重就下降到了37%。在20世纪60年代,随着经济中服务行业开始起步,加之来自新兴工业化国家竞争的加剧,整个制造业部门的就业开始以更快的速度下滑。穆尔(Moore)(1999)提出,在撒切尔保守政府(Thatcher Conservative Government)执政的1979年至1982年三年间,制造业中1/5的工作从英国经济中消失。

英国在世界经济中的地位自20世纪50年代开始下降,统计分析显示,在1950年至1980年间,英国制造业经济的表现比大多数其他制造业经济都要糟糕。评论家已经给出了很多关于衰退的解释,包括:糟糕的劳资关系、制造部门低下的劳动生产率、应对竞争性经济挑战的教育部门不够完善、没有连续的政府去实施卓有成效的工业政策和对制造业的等级偏见——这一点在银行系统显而易见,该系统没有足够的能力成功地支持制造业工厂,特别是未能协助后者跨越若干增长阶段。可以说,本质上资本主义打败了制造业资本家。经济的结构调整作为一种结果是不可避免的。

纺织品和服装工业的当代处境

制造业衰退在英国发生并不简单:一项关于美国经济的分析后来披露,在1950年至2000年之间,制造业的就业在就业总量中的比重,从40.5%降至19.5%。纺织品和制衣工业经历了很多变迁。那些早期的影响因素——市场、以要素成本和技术进步为基础的生产布局——依然存在。然而,20世纪后半叶生产力量的平衡已经从供应商转移到了新兴的大型零售组织,后者拥有被欧洲国家、美国和日本日益增长的消费需求点燃的超乎寻常的购买力。这些大型的零售集团拥有巨大的采购能力,因此可以提供价格越来越低廉的大宗货品。零售和市场力量面临的一个障碍,是1974年达成的《多种纤维协定》(MFA)。

MFA 和贸易保护主义措施

纺织品和服装工业对贸易保护主义并不陌生。自英国工业革命早期开始,那些从某种商品中掘金的商人们,就游说政府和政客保护其利益免受竞争冲击。如人们所知,在英国,“重商主义”制度(mercantilist system)推