

管
华
经
管

PEARSON

裙摆口红 经济学

深刻洞悉时尚业

[美] 唐娜·里米 (Donna W. Reamy)

黛莎·阿灵顿 (Deidra W. Arrington) ◎著

刘庆林 魏庆文 ◎译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

FASHION
ECONOMICS

裙摆口红 经济学

深刻洞悉时尚业

[美] 唐娜·里米 (Donna W. Reamy)

黛莎·阿灵顿 (Deidra W. Arrington) ◎著

刘庆林 魏庆文 ◎译



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

裙摆口红经济学：深刻洞悉时尚业 / (美) 里米 (Reamy, D. W.), (美) 阿灵顿 (Arrington, D. W.) 著 ; 刘庆林, 魏庆文译. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-115-37385-4

I. ①裙… II. ①里… ②阿… ③刘… ④魏… III. ①消费市场—市场经济学—研究 IV. ①F713.58

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第243778号

内 容 提 要

时尚究竟是什么？人们为何总是对转瞬即逝的时尚潮流热烈追捧？时尚和经济学之间到底存在怎样的联系？

本书在简要地介绍了时尚业的演变历史之后，运用生动有趣的经济学理论和方法分析了时尚业主要参与者的行为与决策，详细介绍了时尚产业的零售模式、部门构成、产品采购、市场营销，以及全球化背景下的发展趋势等，并以实时权威的数据、直观生动的图表以及经典实用的案例全方位地剖析了时尚业，为读者揭开了隐藏在时尚光环背后的经济学秘密。

本书适合时尚从业人员、时尚业投资者、时尚经济研究人员，同时也适合时尚设计专业、经济学专业的师生阅读。

◆ 著 [美] 唐娜·里米 (Donna W. Reamy)
黛莎·阿灵顿 (Deidra W. Arrington)

译 刘庆林 魏庆文

责任编辑 王飞龙

执行编辑 贾淑艳

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 14.5

2015年1月第1版

字数: 151千字

2015年1月河北第1次印刷

著作权合同登记号

图字: 01-2013-6316号

定 价: 55.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号



前言

《裙摆口红经济学》运用经济学的理论和方法来研究时尚业。经济学是一门研究如何配置稀缺资源以满足人类无限需求的学问。人类追求美的欲望催生了时尚业，也就自然出现了如何配置时尚资源满足时尚参与者欲望的问题。时尚业的蓬勃发展会促进经济的进步，而经济的兴衰也会影响时尚业的发展。

本书前两章为以后深入研究时尚业奠定了基础。第1章介绍了时尚业的前世今生。第一次工业革命时期一批重大发明的出现，标志着时尚产业的诞生。在随后的两个多世纪中，时尚业迅猛发展。本章介绍了不同历史时期，随着经济的周期性变化服装风格的演变。

第2章介绍了时尚的语言，即时尚界的一些专业术语，同时也介绍了支撑时尚业运作的四大部门，以及与消费者沟通最为直接的时尚业的零售业态。同时，本章总结了时尚业中很多你很熟悉但从未分门别类过的服装门类。本章是对时尚业基础知识的简要介绍。

第3章将经济学引入了时尚业，首先介绍了时尚业中妙趣横生的经济学现象，通过经济学的基本原理，作者解释了为什么看上去又丑又笨重的UGG雪地靴会一跃成名，女人的衣橱里为什么永远少一件衣服、少一双鞋，以及拉尔夫·劳伦为什么不应该自己打扫房间等时尚现象。同时，本章还从经济学视角来探讨时尚产业中的永恒命题——生产什么，如何生产以及为谁生产。本章阐述了“看不见的手”这一经济学原理是如何在时尚业中发挥作用的，并进一步介绍了时尚业在“囚徒困境”下的两种经营方式——特许生产和特许经营。

第4章专为对时尚买手颇为好奇的读者打造。本章告诉你穿梭在世界各大时装秀和时装卖场的采购员到底都在做什么。他们的工作是否如我们看到的那般光鲜。本章还介绍了时尚产品的定价方法，以及作为采购员不得不掌握的基本业务和技能。

第5章应用哈佛大学教授迈克尔·波特的五力竞争模型研究了时尚业的竞争力。时尚业是一个竞争十分激烈的行业。一家时装公司只有在综合研究宏观、微观经济环境和

公司的历史销售业绩的基础上，才有可能制定出恰当的经营策略。本章重点强调的一点是：无论一家公司做得多么好，只要消费者信心不足并相应地减少消费开支，那么这家公司的潜在盈利能力就会随之降低，最终将导致公司股票价格的下跌。在本章中，读者还可以了解到股票市场的运作方式。

第6章研究了时尚业的消费者。消费者的需求是推动时尚业发展的主要动力。无论对时尚产品的制造商还是零售商而言，准确理解消费者的偏好、行为和动机都是极为重要的。本章探讨了消费者决策的影响因素，详细介绍了美国、欧洲和亚太地区的时尚消费者。

第7章介绍了世界上最主要的四个国际时尚中心，并简要探讨了它们能够发展成为全球时尚业执牛耳者的历史因素。随着全球时尚业的快速发展，越来越多的国家意识到时尚作为一种艺术形式的文化象征意义，以及其在促进消费、旅游、就业等方面的经济影响力。

第8章从经济学的视角介绍了时尚界的一些主要趋势，包括进军社交媒体、时尚业的科技进步和绿色运动等。这些趋势预示了时尚业未来的发展方向。

《裙摆口红经济学》提出了一种新的研究时尚业的视角，用简单的经济学原理，审视光鲜背后的时尚业。本书的终极目的是帮助你认识时尚业。无论你是时尚产业的从业者、研究者，还是时尚产品的消费者，你都会在本书中找到帮你深入了解时尚产业运作的钥匙。时尚，并不只是我们表面上看到的T台秀、奢侈品，这个欣欣向荣的产业背后，有它发展的规则和逻辑。每一个时尚的参与者都应该对时尚业有一个基本的了解，还有什么资料能比这样一本汇聚了如此多人的心血和智慧的读物更值得阅读、更富有启发性呢！

如果没有以下这些自始至终支持和鼓励我们的人，就不会有这本书的出版。

我们要感谢弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系优秀的学生们，是他们的热情和求知欲激发了我们对所从事事业的热爱。正是为了他们，我们写了这本书。

非常感谢培生教育公司的莎拉·埃勒特（Sara Eilert）和劳拉·韦弗（Laura Weaver）。她们的支持和鼓励，使得这个漫长的撰写过程变得可以忍受。在这个过程中的每一步，她们积极的态度和耐心都给予了我们很大的帮助。

我们要向以下人士表达感激之情，他们为本书贡献了自己的知识和时间：弗吉尼亚联邦大学公共关系专家汤姆·格雷沙姆（Tom Gresham）；美国服装和鞋类协会国际贸易部副总裁奈特·赫尔曼（Nate Herman）；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系教授、前主席凯伦·韦戴克（Karen Videtic）；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系副教

授霍莉·奥尔福德 (Holly Alford)；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系助理教授罗斯·雷吉 (Rose Regni)；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系时装插画家、兼职教授哈瓦·斯德沃塔 (Hawa Stwodah)；瓦伦丁博物馆时尚史学家杰奎琳·马林斯 (Jacqueline Mullins)；弗吉尼亚联邦大学商学院退休教授丹尼斯·奥图尔博士 (Dr. Dennis O'Toole)；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系校友朱莉娅·皮特拉斯 (Julia Pietras)、阿德里安·布林克利 (Adrian Brinkley)、伊丽莎白·克兰西 (Elizabeth Clancy) 和纳迪姆·休德科 (Nadim Sudic)；弗吉尼亚联邦大学时装设计和营销系学生萨拉·尤罗 (Sarah Yurow) 和泰勒·威廉 (Taylor Wilhelm)。模特布瑞·里米 (Bree Reamy) 和劳拉·凯瑟琳·威廉姆斯 (Laura Catherine Williams)；摄影师泰勒·弗朗西斯 (Taylor Francis)；澳大利亚时装设计师克劳迪娅·陈·肖 (Claudia Chan Shaw)；华盛顿大学圣路易斯分校经济系特聘教授大卫·莱文 (David K. Levine)；斯特奇百货公司 (Stage Stores) 皮伯斯分部采购员乔治·布里奇福斯 (George Bridgforth)；韦克菲尔德公司总裁比尔·韦克菲尔德 (Bill Wakefield)。

我们感谢下列审稿人的宝贵意见：夏洛特艺术学院克里斯特尔·格林 (Crystal Green)；萨凡纳艺术与设计学院卡罗尔·哈里斯 (Carol Harris)；密苏里州立大学珍妮弗·罗伯茨 (Jennifer Roberts)；费城大学莱斯利·辛普森 (Leslie Simpson) 和凯泽大学奈丽·特赫达 (Neily Tejeda)。

Authorized translation from the English language edition, entitled FASHIONOMICS, 1E, 9780132109819 by DONNA W. REAMY AND DEIDRA W. ARRINGTON published by Pearson Education, Inc. Copyright ©2013 Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language adaptation edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD. and POSTS & TELECOMMUNICATIONS PRESS Copyright ©2014

本书中文简体字版由 Pearson Education, Inc. 授权人民邮电出版社在全球独家出版发行。未经出版者许可，不得以任何方式复制或者节录本书的任何部分。

版权所有，侵权必究。

本书封面贴有人民邮电出版社和 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签。无标签者不得销售。

著作权合同登记号 图字：01-2013-6316 号



普华经管·让您更懂财富的本质和价值

这里有超级全面的工具库，让您轻松掌握金融世界的入门常识与生存技能；这里有历经百年仍畅销不衰的经典著作，让您借大师之力，解开财富的秘密；这里有业内大牛们的最新力作，让您站在制高点，看懂财富的未来。





普华文化·心理学与成长励志

我们一直致力于将有助于提升自我、改善生活的理念和方法传递给读者，从新的视角、新的观点引导你重塑生活，找到属于自己的快乐。



编读互动信息卡

感谢您购买本书。只要您以以下三种方式之一成为普华公司的会员，即可免费获得普华每月新书信息快递，在线订购图书或向我们邮购图书时可获得免付图书邮寄费的优惠：①详细填写本卡并以传真（复印有效）或邮寄返回给我们；②登录普华公司官网注册成普华会员；③关注微博：@普华文化（新浪微博）。会员单笔定购金额满 300 元，可免费获赠普华当月新书一本。

)

4. 《 》

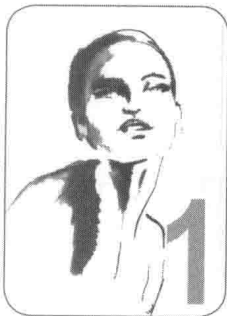
4. 其他 ()

地 址

新浪微博: @普华文化 (关注微博, 免费订阅普华每月新书信息速递)

目 录

Part 1 时尚篇——邂逅时尚



Chapter 1 时尚业的前世今生 / 1

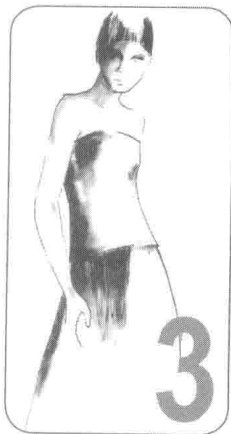
- 时尚业的诞生 / 4
- 时尚业的蓬勃发展 / 6
- 时尚的美丽年代 / 13



Chapter 2 跨入时尚圈 / 31

- 时尚的语言 / 32
- 支起时尚业的四大部门 / 40
- 时尚业走进大众生活的途径——零售业态 / 43
- 令人眼花缭乱的服装门类 / 50
- 解读服装零售商 / 69

Part 2 经济学篇——解读时尚



Chapter 3 裙摆口红经济学 / 75

- 经济学与时尚 / 76
- 时尚业妙趣横生的经济学现象 / 76
- 时尚品制造商们永远的经济学命题：生产什么、如何生产、为谁生产 / 85
- 适者生存的时尚业 / 94
- 时尚业的“囚徒困境” / 98
- 为什么女人的裙摆口会成为股市的风向标 / 110

Part 3 商业篇——经营时尚



Chapter 4 人人艳羡的工作：时尚买手 / 113

给时尚产品定价 / 114

成为一名职业买手，你不得不知的生意经 / 115



Chapter 5 投资时尚业 / 135

立足时尚业，你不得不知道的事 / 136

效率至上 / 142

时尚业的资本运作 / 149



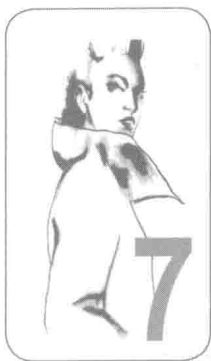
Chapter 6 各国时尚消费大比拼 / 159

美国的时尚业 / 160

美国的消费者 / 164

时尚的领头羊——欧洲 / 171

后来居上的亚太地区 / 175



Chapter 7 时尚江湖：世界四大时尚之都 / 181

时尚之都 / 182

时尚业的风向标——时装秀 / 190

时尚圈的盛会——时装周 / 196



Chapter 8 移动互联时代的时尚业 / 199

时尚业的全球化 / 200

进军社交媒体 / 203

时尚智能化 / 204

射频识别技术 / 208

纵向一体化 / 208

科技让身体更健康 / 209

品牌交叉销售 / 210

奢侈品市场的壮大 / 211

一代新人换旧人 / 211

虚荣尺码 / 212

绿色运动 / 212

光环效应 / 213

预见时尚 / 214

Chapter 1

时尚业的前世今生

时尚是重要的，因为它无所不在。

—— 艾尔弗雷德·丹尼尔斯 (Alfred H. Daniels, 1951)



有人说：时尚的作用在于满足人们的“欲望”而非“需要”，你怎么看？

时尚无所不在——这是艾尔弗雷德·丹尼尔斯先生在60年前的著名论断，时至今日，事实依然如故。在日常生活的方方面面，甚至在一些意想不到的领域——如科学研究、体育运动和企业管理之中——都能找到时尚的踪影。时尚不仅限于人们的着装风格，事实上，着装风格远不足以概括时尚的范围及其对社会、经济和人们日常生活的影响。保罗·奈斯特龙（Paul Nystrom）在他的著作《时尚经济学》（*Economics of Fashion*）一书中写道：“时尚是推动现代社会发展的重要力量。”

奈斯特龙先生的这部著作出版于80年前，历史发展到今天，时尚的影响力有增无减。

斯普罗尔斯（Sproles）把时尚定义为一种行为方式，这种特定的行为方式是对时代环境的适应，它（指时尚）被某一社会群体所临时采用。换句话说，时尚是在某个特定时段，被某一社会群体所采纳的生活或行为方式。时尚是人们借以向外界表达自己的群体属性的工具：我们是谁，我们属于哪个群体，我们在社会中的地位以及我们的善恶和道德标准。从所开汽车的款式到所穿服装的风格，再到装修新房的方式，时尚对人们日常生活的方方面面都有影响。

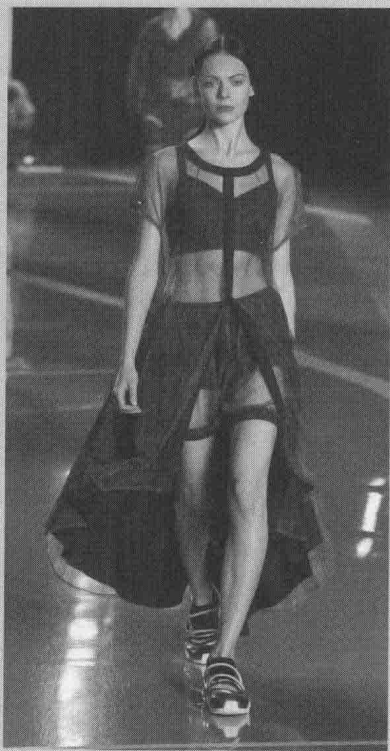


时尚是人们借以向外界表达“我们是谁”的群体属性工具

资料来源：（Shutterstock）

时尚的重要性主要体现在它对消费者行为的社会影响上。人类天生就有随众心理，总会不自觉地被某些特定的社会群体所吸引。人们一方面会努力融入那些自己所羡慕的群体，同时也会尽力避免被自己所厌恶的群体同化。具体而言，人们会倾向于接受所羡慕群体的风格或偏好，并拒绝所厌恶群体的风格或偏好，以此向外界传达自己的群体属性。时尚是不断变化着的，它是人们借以向外界展示自身形象、社会地位和自我感受的一种方式。

时尚是一门艺术。有人把时装比作一尊美丽的雕塑。山本耀司（Yohji Yamamoto）是世界时装日本浪潮的设计师和新掌门人。人们经常用“夸张的艺术”“自由流动的剪影”来评价山本先生的作品，而这些词汇同样可以用来评价一尊雕塑作品。人们也会像欣赏一幅精美的油画那样来研究一款时装的造型、面料和细节设计。日本著名服装设计师三宅一生（Issey Miyake）的许多设计理念师承有着“斜裁女王”



山本耀司 2008 年—2009 年秋 / 冬系列时装秀上展出的时装
资料来源：（Alamy）

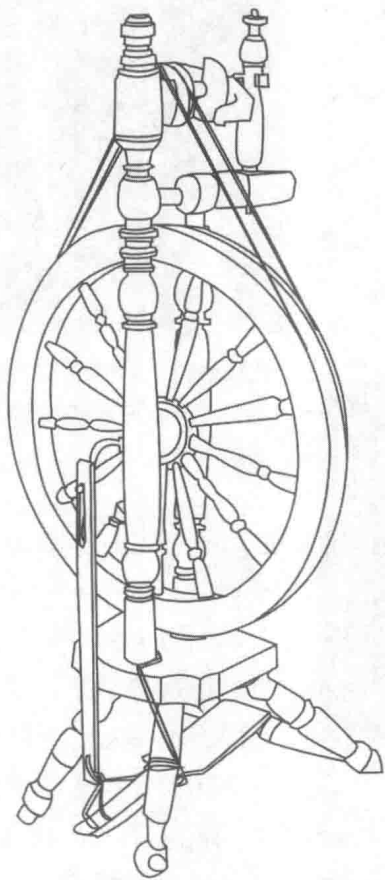


三宅一生 2009 年春 / 夏系列时装秀
资料来源：（Newscom）

之称的著名时装剪裁大师玛德琳·维奥内特（Madeleine Vionnet）。如果把这些时装放在艺术画廊里，人们很自然地会认为它们是艺术作品，而不仅仅是时装。马利亚诺·福图（Mariano Fortuny）的作品同样体现了时尚的艺术性。

随着时代的发展，

时尚日益融入人们的日常生活之中。服装的作用已远远不仅限于其实用功能——如保暖和遮羞——而更多地成为一种自我表达的工具，在 21 世纪的今天，服装已经发展成为身份和地位的象征。在过去 200 多年里，时尚作为一个产业逐渐发展成为推动社会、经济、文化和政治向前发展的一支重要力量，而社会、经济、文化和政治的发展反过来也对一个时代的时尚潮流产生着影响。有人说，历史感是每一位企业家都不可或缺的一种素养，智慧体现在对过去的不断反思之中。因此，为了更好地理解时尚业在当前和未来的发展状况，首先需要深入地考察时尚业的演变历史。



约翰·哈格里夫斯在 1794 年发明的
手纺车

资料来源：（Hawa Stwodah）

时尚业的诞生

在第一次工业革命之前，服装等纺织品大多是手工缝制的。工业革命时期涌现出一批重大发明，如轧棉机、动力织布机、珍妮纺纱机和缝纫机，标志着时尚业这一新兴产业的诞生。

1764 年，英格兰人詹姆斯·哈格里弗斯（James Hargreaves）发明了珍妮纺纱机。据说，一次非常偶然的机会，哈格里弗斯发现被踢倒的纺纱机仍然在继续转动，只是原先横着的纱锭变成直立的了，这启示他发明出了一台机器，可以用一个纺轮同时带动多个纱锭，从而大大提高了织布机的工作效率。约瑟夫·玛丽·雅卡尔（Joseph-Marie Jacquard）发明了雅卡尔织布机，这种织布机让普通职工也能织出复杂精美的布料。1785 年，牧师出身的艾德蒙特·卡特莱特（Edmund Cartwright）发明了动力织布机，这是人类历史上第一次用蒸汽代替手工来为织布机提供动力。1793 年，美国人伊莱·惠特尼（Eli Whitney）发明了轧棉机，这是一种能够将棉籽与原棉分离开的机器。第一台实用的缝纫机由巴特勒米·迪莫尼耶（Barthelemy Thimonnier）在 1830 年发明；此后不久，艾利司·哈维（Elias Howe）