

时尚产业系列丛书
丛书总编 肖贵玉



时尚产业 导论

顾庆良 主编



上海人民出版社
格致出版社

时尚产业系列丛书
丛书总编 肖贵玉

时尚产业导论

顾庆良 主编



上海人民出版社
格致出版社

图书在版编目(CIP)数据

时尚产业导论/顾庆良主编. —上海:格致出版社:
上海人民出版社, 2010

(时尚产业系列丛书)

ISBN 978-7-5432-1819-2

I. ①时… II. ①顾… III. ①产业经济学-研究
IV. ①F062.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 157649 号

责任编辑 王 炜
封面设计 飞腾文化

时尚产业系列丛书

时尚产业导论

顾庆良 主编

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发行 世纪出版集团发行中心
印刷 上海图宇印刷有限公司
开本 787×1092 毫米 1/16
印张 18.5
插页 2
字数 248,000
版次 2010 年 10 月第 1 版
印次 2010 年 10 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-1819-2/F·319
定价 55.00 元

总 序

在信息化与全球化的大背景下,时尚产业正日益成为提升城市影响力的巨大力量。可以说,像纽约、巴黎、伦敦、米兰、东京及我国香港等国际上有影响力的城市,几乎无一例外都成为时装、化妆品、珠宝、数码等时尚产业最为集中和发达的地区,且以富有特色的时尚企业、时尚街区和时尚品牌而闻名于世。时尚产业作为城市魅力之源,正在改变着传统产业的生产经营模式,革新着人们的观念和生活方式。

时尚产业融合众多产业集群,将各类传统产业资源整合、提升、组合后形成较为独特的产业链。它强调将一种新理念注入到传统的以轻纺为主的产业之中,以期实现其市场价值的提升和商业模式的创新,为产业结构升级注入源源不断的活力。时尚产业与生俱来的“高创意、高附加值、低污染、低消耗”的特征,无疑与现代城市的产业高端化、经济低碳化的发展方向相得益彰;时尚产业具有的知识、智力密集的特点,能够不受土地、资源限制而获得快速发展,从而激发城市的创新活力。

立于黄浦江畔回眸,上海的城市历史遍布着对时尚之都探索的足迹,这种探索孕育了上海的风尚,不断引领着这座城市的进步和发展。新中国成立前,上海被誉为“东方巴黎”,时尚的萌芽已经初露。新中国成立后,上海成为全国最重要的工商业城市,发达的纺织轻工产品以及集聚的产业人才,为上海发展时尚产业打下了坚实的基础。改革开放以来,以1995年首届上海国际服装文化节为标志,上海一直努力探索时尚产业的发展之路:研发设计、品牌营销能力不断提升,构筑起较为完整的时尚产业体系。上海获得联合国教科文组织创意城市网络“设计之都”的称号,进一步增强了对时尚产业的支撑作用。

上海具备兼容并蓄的海派文化特质,拥有来自世界各地、全国各地、上海本地的时尚消费人群。新天地、M50、8号桥等时尚创意地标和上海国际服装节、上海国际时装

周、上海国际电影节等时尚活动,逐渐呈现国际影响力。大批国内外著名时尚品牌企业、名牌设计师近年来开始汇聚到上海。上海正在成为国内时尚人才向世界进军的舞台,正在成为海外时尚企业拓展国内市场的“桥头堡”。随着 2010 年上海世博会的成功召开,一座促进海内外时尚产业交流传播的桥梁正在上海建立,曾经的东方时尚之都将再次焕发出璀璨的光芒。

当前,中国的人均 GDP 正由 3 000 美元向 5 000 美元跨越,进入全面建设小康社会的新阶段。经济的繁荣、生活条件的持续改善促使人们不断提高时尚消费的需求,这应当是上海打造自主时尚品牌、发展时尚产业的重要机遇。围绕现代化国际大都市建设目标,上海不仅要成为科技与经济重镇,还应成为东西方时尚文化的汇融地、中国本土时尚的策源地和时尚消费的引领者,这是我国由制造大国向“智造”强国转变进程中,上海应当担负的时代重任!

正确认识时尚产业的内涵和本质特征,深入研究国际时尚之都崛起的规律,大胆探索上海发展时尚产业的路径,把上海打造成国际时尚之都,是摆在我们面前的一个重大课题。“时尚产业系列丛书”是该领域具有开创性的研究成果,该丛书不仅对时尚产业相关理论进行了有益的探讨,而且对国际时尚城市及时尚品牌案例进行汇集和梳理,从实践角度为上海发展时尚产业、实现城市产业转型提供了一种实现途径。该丛书既有理论指导作用,又兼备实践探索意义,相信对政府部门、产业界、学术界都具有一定的参考价值。希望有更多的理论工作者和实际工作者在这一领域不断探索,取得新的成果。



上海市副市长

2010 年 9 月

序

人类对时尚的追求可以追溯到文明之初,对时尚产品的加工、生产与交换的历史源远流长。现代意义上的时尚产业的大发展还是在第二次世界大战之后。如今时尚产品全面渗透于人类生活的时空,并不断拓展其活动范畴和深度。而全球化、网络化和信息化更加快了时尚产业化和产业时尚化的进程,即越来越多的产品(思想、创意、服务)成为时尚产业的一部分,越来越多原来与时尚不相干的产业部门吸纳了时尚元素,融入了时尚潮流,与时尚产业交汇,使得时尚产业成为最为生动、最具活力的产业之一。

时尚产业的理论探索越来越具现实意义,这对时尚企业界和学术界也是挑战。这种挑战源于:时尚产业的边界在不断地扩大,从最初的服装到包袋、首饰、化妆品,甚至电子消费产品,从制造业到服务业,从设计到零售等等,时尚领域不断延伸;时尚产业一开始就实践强于理论,实业先于学术,时尚业界鲜活的理念、灵动的创意和不拘一格的艺术想象,经不得细斟慢酌和思想羁绊;时尚产业界拥有特殊的交流语境、专门的沟通脉络、特立独行的行为方式,使得创意实践多于理性的归纳总结。这些导致时尚产业的理论探讨相对滞后于时尚产业实践。

近30年来,关于时尚产业的论著大量出现,内容也从局限于服装等少数几个产业部类扩大到更宽广的领域,从强调实践转变为更为理性和结构化的思考。

这些论著可归纳为三个视角:从全球时尚经济的视角,从时尚产业链(网络)的视角,以及从时尚企业运营管理的视角。作为“时尚产业系列丛书”之一,《时尚产业导论》综合了转型中的时尚产业和都市经济的理论与实践,也吸收了作者探索性的研究成果。本书从时尚产业发展的背景和本身的结构特征出发,通过对主要发达国家时尚经济发展的比较,结合中国时尚产业发展的历史与现状,研究时尚产业经济本质、内

涵、发展规律以及影响其发展(路径、速度、内容、目标)的要素、条件、动因和驱动力。针对城市化和建设国际大都市的目标,论证发展时尚产业的必要性,分析时尚产业发展具备的条件基础。站在 21 世纪新型经济及全球产业网络的视角,提出上海未来时尚经济的产业结构、空间结构、产业组织和产业政策以及发展战略与路径。

“时尚产业”并不是新名词,“时尚产业”也不是新产业。然而对于中国的时尚产业而言,却是一个关键话题和重要产业。处于转折期的中国时尚产业需要转型;中国的时尚消费要成为扩内需的重要内容;中国的都市经济需要时尚产业发展来优化结构;中国的经济增长需要持续增长的动力和新增长点;中国时尚业需要借鉴世界时尚业成熟的经验,走跨越式的发展之路;中国时尚产业需要的不仅是按部就班的实践,更需要前瞻性的理性指导。

如前述,时尚产业是一个生动活泼、边界模糊、范畴宽广和潜能巨大的产业,时尚实业界和理论界会从不同视角和不同立场看同一问题,各人会用不同的范式分析同一现象,本书仅代表编者的视角、立场、探索与思考。希望引发业界、学界和政府决策者更深入的探讨。

徐明稚

2010 年 8 月

目录

第1章 迎接时尚时代的到来 1

关于时尚 2

从时尚到时尚经济 5

时尚的历史背景与时代意义 7

关于时尚产业和时尚经济的理论回顾 11

第2章 时尚产业和时尚经济 14

时尚定义和时尚产品的界定 15

时尚产业的演变与界定 24

时尚经济——新经济形态 29

第3章 时尚产业的全球生产网络 33

时尚产业的发展沿革 34

时尚产业的动态全球生产网络 41

区域时尚产业的竞争力和竞争优势 53

时尚产业的全球价值链及价值链治理模式 60

时尚产业的价值链特性和价值链治理能力——以时装 产业为例 65

中国时尚产业的发展 71

第4章 时尚产业组织 80

时尚产业和产业网络 80

时尚产业活动和时尚产业组织 83

时尚企业的核心竞争力 111

时尚产业的竞争力与产业链 113

第5章 时尚产业的市场特性 119

时尚需求的特征 120

时尚流行理论 123

时尚全球市场动态 140

第6章 时尚品牌 150

时尚品牌 151

时尚品牌分类和运作模式 154

时尚区域品牌和国家营销 164

时尚企业的品牌运营 171

第7章 时尚企业管理 179

时尚企业的战略管理模式 179

时尚企业的营销策略 185

时尚企业的运营管理 194

时尚企业的企业社会责任和战略创新 205

时尚企业的发展趋势 209

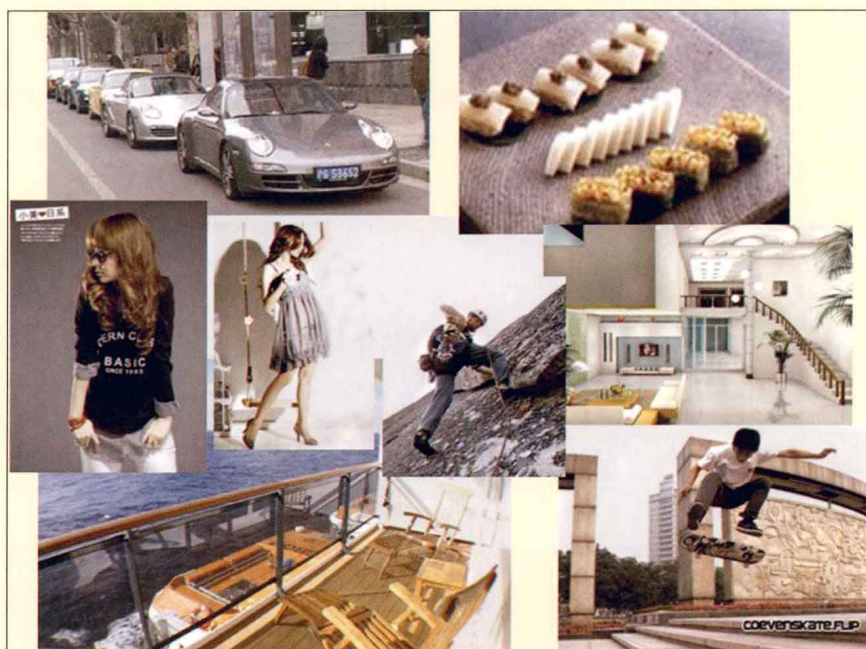
第8章 时尚产业集群与都市时尚业的发展 216

时尚产业的空间结构理论 216

都市时尚产业集群和都市产业园	226
时尚产业的空间布局——以上海为例	234
都市时尚产业对实体产业的带动作用	244
第9章 时尚产业和国际大都市建设	247
国际大都市战略和时尚产业的发展	247
时尚文化与国际大都市建设	255
打造时尚之都——以上海为例	260
第10章 时尚产业的未来	269
世界时尚趋势	269
世界时尚产业	270
世界时尚经济	273
参考文献	275

第1章 迎接时尚时代的到来

我们正处于一个崭新的时代,在这个尊崇美、时尚和艺术的时代,以创新知识、智力资本为纽带的生产要素重构,极大地扩大了人类的视野和活动领域,以前所未有的速度激发生产力,积累财富,夯实满足人类物质与精神需求的物质基础,激发人类对层出不穷的创新和时尚产品的需求。互联网与信息化技术,加快了时尚的创造和扩散进程,缩短了时尚周期,丰富的时尚信息和快速的市场流通,使时尚不再是少数人的独享,不再仅是沙龙中的清谈、社交圈的炫耀和明星的做秀。时尚促进了经济增长和社会进步,为多数人带来了福利,时尚越来越渗入到千家万户,成为人们生活的一部分。新经济转变了人们的生活方式和价值观,人们对时尚价值、时尚信息的态度也发生了转变。



衣食住行都有时尚

当今社会对时尚更加宽容,不同民族、宗教、国家、地域的多元时尚文化,相互渗透与共存于地球村,时尚设计师吸纳与采用不同文化的精髓而获得灵感,用于设计、创造并成功营销时尚产品,已相当普遍;而新技术、新材质、新工艺为时尚创意、创造提供了物质基础,使时尚产业化成为可能,毫无疑问,我们已经进入时尚经济的新时代。

时尚日益成为全球共同语言 流行时尚烙上了全球化的印记。新的款式、新的设计、新的产品可以迅速传播,并被世界各地的人接受,即使文化差异也常常成为差别化和个性化要素;冷战时期泾渭分明的时尚冲突、激烈的阶级对立,已经一去不返,毕竟全人类的大多数更崇尚宽容、和谐和多文化共存。

时尚经济推进社会进步,创造百姓福祉 一个国家从不发达到发达,一个地区的人民从贫穷走向富裕,中国人从温饱走向小康,时尚产业不仅提供了满足人类需求的物质产品,推动了经济发展和社会进步,时尚也成为人类生活理想的重要部分,极大地提高了百姓的幸福感。

时尚产业已形成全球生产网络 时尚产业不再是一国的产业,不同国家与地区的不同专业人员在各自不同的产业部门,在从原材料到最终商品的不同产业链环节,为时尚设计、缝制、装配、销售,这种全球生产网络正在不断增长和扩大中。

时尚产业是最有活力的产业 快流行、短周期显示着人类无穷的创造力和想象力,无数的创意和多元文化融入全球时尚,折射出世界的丰富多样性和人类的伟大智慧。

这些特征展示了时尚产业带来的市场与商业的增长动力,产业转型和经济升级的机遇,以及都市发展的空间。

关于时尚

品,无非是工具、饰件和生活器物;《诗经·豳风·七月》中就写道:“蚕月条桑,取彼斧斨,以伐远扬,猗彼女桑。七月鸣鴈,八月载绩。载玄载黄,我朱孔阳,为公子裳。”(意为:三月植桑采桑,八月纺纱织布忙,染成黑色黄色,我爱红色最漂亮,送给公子做衣裳)这样欢悦的生活场景,描写了栽桑种麻,纺纱织布,染衣作裳,一派生动的古代时尚景象。陆上与海上丝绸之路曾是沟通中国文明和西方文明、连接中国经济和世界经济的桥梁。当时中国供交换的产品主要是纺织品、瓷器等,代表着中国的经济盛世,也展示着中国的技艺,同时影响着世界的时尚流行。中国的英文名“China”的来历,旧说是瓷器,新解是来自法语真丝双绉(crepe de chine)。现代工业革命就起源于纺织工业。现代国际贸易中纺织服装、鞋帽、饰品占有重要比重,这些产业也成为发达国家早先赖以工业化和经济崛起的支柱,甚至成为一些国家如法国、意大利等的民族精神、国家文化的象征,而对于巴黎、米兰、纽约等国际大都市,人们可能不知道其经济起伏,但都会知道其时尚风标。

时尚随着民生而兴衰,时尚产业随着国运而荣败。大唐盛世时期,中国是当时世界上最时尚而富庶的国家,霓裳华服、低胸开领展现了织工的高超技艺,表达了充分的民族自信。现代中国,时尚也起起伏伏,曾经有过一段愚昧的“时尚空白”期。直到改革开放,国门打开,思想解放,经济改革,市场放开,时尚和时尚产业才进入了中国历史上最快的发展和繁荣时代,中国的时尚产业才遇到了历史最好的发展机遇。

毋庸置疑,时尚与人类文明、经济增长、国家发展、城市建设、民众生活有非常重要的关系。然而时尚产业的发展并不是一个轻松话题。

历史上,无论古代、近代与现代,都有过人类为追求时尚付出代价,甚至作出牺牲的事例。时尚时不时会被认作邪恶,追求时尚成为罪孽。不论何时,都会有人争论时尚是好还是坏,追求时尚是对还是错,或者什么是好时尚,什么是坏时尚;决策者仍会在争论是否要发展时尚产业中,丧失一个又一个发展机遇;企业界仍会有人对时尚产



晚清、民国时尚流行

资料来源：上海纺织服装博物馆提供。

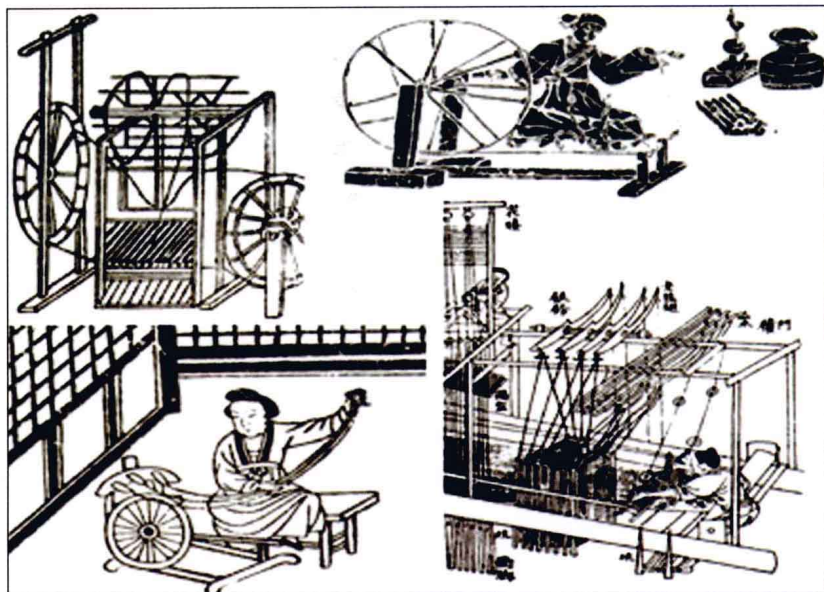
业凭传统经验与直觉，来回试错，在折腾中付出高昂的学费，走弯路，贻误机遇；然而历史与经验教训告诉我们，人类本身虽然对时尚和时尚经济有一个认识过程，但人类追求时尚无可非议，发展时尚产业和时尚经济是大势所趋。

因此我们必须回答，什么是时尚？什么是时尚产业？什么是时尚经济？其内涵是什么？时尚对我们的生活有什么影响？时尚对经济和社会发展有何作用？时尚在国际大都市中有何地位？如何发展时尚产业？如何以时尚产业带动社会的物质文明与精神文明？如何提高时尚产业的竞争力，带动时尚产业的升级？

从时尚到时尚经济

自有人类文明就有时尚,时尚伴随着人类文明而进步

辽宁海城小孤山遗址曾发现 45 000 年前的骨针及穿孔的兽牙和贝壳,而 25 000 年前的山顶洞人已能用骨针缝制兽皮衣服,利用兽牙、兽骨、贝壳、砾石等穿孔做成吊饰,用赤铁矿研磨的红色粉末涂染装饰件,以丰实心灵世界的美感需要。到了新石器母系社会,妇女已开始从事制陶、纺织劳动,并以织物制作衣服;至公元前 21 世纪的夏代,养蚕、纺织及制作服饰已有专职分工,甚至染整加工细分为五个工种;公元前 11 世纪,官府已有专司管理纺织纤维、染料、纺、织、炼、漂、染、缝纫的职官,可见专业分工进一步促进了手工艺技术和生产的组织分工,推动了社会的进步。历史上,以美



古代纺织机械与工具

为目的的时尚产品的生产活动,丰富了人类的时尚生活,也丰富了文学、舞蹈、美术、诗歌的内容与表现手法,在《诗经》的郑、魏、唐、秦诸风及大雅、小雅、国颂、鲁颂中,各种时尚产品俯拾皆是,如《诗经·小雅·巷伯》中的“萋兮斐兮,成是贝锦”(多么鲜艳明亮啊!织成贝锦),《诗经·唐风·扬之水》中的“素衣朱绣”,《诗经·唐风·葛生》中的“角枕粲兮,锦衾烂兮”(牛角枕颜色光灿,锦被鲜艳华贵)。

春秋战国时期,官营纺织手工业、富商大贾的纺织手工作坊与农村男耕女织的家庭手工作坊初步形成封建经济的基本形态。时尚产品生产是当时经济的重要构成部分,这不仅是指其数量与产值,更重要的是其与经济、社会形态的关系。

到了汉代,中国的丝绸织造、染色工艺已达到一个高峰,其品种的多样、纹样的丰富和色彩的齐全使时尚工艺达到极致,丝绸生产的发展促进了经济进步,也促进了丝绸之路的开通,沟通了丝绸主要制品的贸易,带动了文化交流,盛况至唐朝达到巅峰。在与“丝绸之路”并行的那段历史中,中国的经济总量甚至占到世界的四分之一,可见丝绸之路在历史中对中国经济发展发挥了重要作用,具有重要地位。

当然,那时时尚还未成为工业化的产业,时尚也尚未形成时尚经济。

尽管各个历史时代对时尚的释义和表达不同,各文明阶段中时尚的内容和载体也不同,时尚始终渗透在人类生活的每一角落,体现于社会活动的每一部分,衣食住行,无处没有时尚,无时不在流行。如果说“变是恒久(永远)不变的”(change is constant),那么“时尚永远是生活常态”。

仅当时尚产品的生产实现了工业化,时尚才成为产业

作坊里的小技艺是做不成时尚产业的,裁缝铺里可以做出时尚的衣服,但是裁缝师傅做不出产业。只有借助现代高效的机器,才能批量化地生产出成衣,才能使广大的消费者买得起服装,才能形成市场,才能成就一项产业。时尚产品的规模化生产成为可能,量产催生批量化市场,这使时尚产品的生产者和制造者将更多的关注放在发

掘时尚的内涵上,给予时尚产品的创新者更多的时尚创作的时间和空间,时尚的消费者与使用者也不再拘泥于传统的时尚理念,而可以畅快地享受时尚产品带来的愉悦,这时才真正把营销、技术和艺术结合在一起塑造时尚产业。

仅当时尚产业成为社会经济的核心,时尚产业才成为一种新型经济形态

随着时尚产业进一步的发展,其产业活动不再局限于第二产业,其影响力也不再只限于少数几类关联制造业。当时尚产品不再作为少数人的独享专利,当所有阶层的人都可以享受时尚,当时尚渗透到人类生活的每一个角落,当时尚产业直接或间接地拉动着其他产业,推动着经济各部门时,时尚经济便脱颖而出,成为新经济中的重要一族。时尚(产业)经济,脱胎于实体经济,保留着实体经济的大部分实在内容和物理载体,逐步开始占据经济社会中的核心地位,特别是在都市经济中扮演着主角。当时尚创意、时尚设计引领着时尚制造、时尚流通、时尚消费,并渗透、交会、扩延到其他部门领域,如食、住、行,甚至通讯、工业设计等时,时尚产业即成为时尚经济。此时时尚就不再是一个产业部门内的事了,也不再是第二产业的专有,牵连着重社会经济的各个层面,同时也不断催生着经济的新领域和新增长点。时尚(产业)经济便真正成为了现代经济中的一个重要构成部分。

时尚的历史背景与时代意义

人类有时尚的理念和对时尚的需要。时尚产品的生产与交换就成为满足人类这种需要的必要经济活动,随着社会经济的发展,随着消费者满足基本需要到追求品位与时尚,发展时尚产业愈益重要。

时尚产业发展快速,20世纪初还是由大批小型业主的创业起步,而今已成为全球最广泛的经济部门。时尚产业涵盖了民众消费生活的很大一部分,提供了丰富多彩的