

时装周与时尚之都发展的互动关系

陈建伟,原兴倩

(青岛大学 纺织服装学院,山东 青岛 266071)

摘要:介绍了时装周与时尚之都互动的因缘,探讨了时尚之都发展对时装周的影响以及时装周对时尚之都发展的促进作用,分析了时装周与时尚之都发展的耦合演进过程。

关键词:时装周;时尚之都;互动关系

中图分类号:J523

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2016)03-0050-04

整个世界的创意产业有90%以上集中在各大中型城市,这就形成了时尚创意之都^[1]。纵观巴黎、米兰、纽约、伦敦、东京等五大国际时尚之都,发现时尚经济与会展经济关系密切,品牌展会是整个时尚城市重要组成部分,与时尚产业存在着很强的互动效应,而时装周作为一个长期品牌管理的过程,是时尚品牌展会的代表^[2]。因此,对时装周与时尚之都发展关系进行集中性探讨具有非常重要的意义。

1 时装周与时尚之都互动的因缘

1.1 城市时尚产业发展为时装周提供基础与动力

1.1.1 时尚之都的集聚化拉动时装周的市场需求

时尚城市聚集着众多行业领军企业以及商业机构,拥有着非常完善的产业链。为了在低交易成本下获取大收益,时尚之都提出了对时装周的需求,这就催生了时装周的发展并进一步促使其走向成熟。另一方面,随着各个国家和地区市场逐渐融合,企业除了必须面临国内竞争压力,还要抵住国际市场带来的巨大竞争力。企业家必需一个获取最新市场信息以及国际产业动态的平台,这就拉动了时装周的市场需求,促进了时装周的繁荣。

1.1.2 时尚之都的专业化丰富时装周的内容

城市时尚领域专业化为时尚之都的时尚经济发展带来了更多的新技艺、新思想、新想法以及新创意,这也是时尚经济可持续发展的动力。而且技术创新力为时装周提供了非常有效的技术支持,丰富了时装周的内容,也增多了时装周期间一系列博览会等活动,推动了时尚产业升级的同时,更是推动了时装周的顺利进

行。

1.1.3 时尚之都的国际化提升时装周的国际知名度

作为时尚产业的会展活动,时装周是时尚之都与国际交流的重要窗口,依赖于城市对外开放的程度。城市对外影响力直接影响到时装周在国际上的知名度,这使时装周的国际化与时尚之都的国际化同步前进,共同走上国际的舞台^[3]。这充分说明,时尚之都的国际化程度,对提升时装周在国际上的知名度起到非常重要的作用。

1.2 时装周为城市发展时尚产业的拉动效应

1.2.1 经济带动效应

品牌展会是市场性与展示型并存的经济交易形式,给相关产业的经济拉动数据为1:5~1:10,其本身能产生比较高的经济效益,而时装周作为品牌会展,也可以带动城市时尚产业的长期发展。其对时尚产业所起到的牵连效应以及后续效应,给时尚城市产生了较好的经济效益。到2014秋冬,伦敦时装周为英国经济带来的直接经济效益为260亿英镑,同时还创造了大量的就业机会,给英国带来了80万份工作机会,间接地拉动了时尚经济增长。

1.2.2 信息传播效应

时装周对时尚产业来讲是一种能够产生放大效应的综合性传播媒介,大量的行业最前沿信息流充斥着这个平台。时装周作为信息传播窗口具有着独特优势,这是其他传播形式所不具备的,信息准确且量大、速度较快且反馈及时、整合功能与放大效应等。

1.2.3 文化示范效应

不同城市举办的时装周展示的文化是不同的,这种文化不是抽象的,而是源自所举办城市具有的独特环境,并与不同的设计师、品牌、风格相互影响后所形成的,散发着这个城市独特气质。时装周在进行品牌设计师发布会的同时,也与不同观念、思想发生了碰撞

收稿日期:2016-01-18

基金项目:山东省高校人文社科研究计划资助经费项目(J14WJ20)

作者简介:陈建伟(1959-),男,教授,硕士,主要研究方向为服装产业经济及现代服装加工理论,E-mail:jwchen@163.com。

与融合,但是这种融合非但没能将城市变成共性城市,而是更加突出这个城市的个性,这种个性也是最根本的。

1.2.4 国际化效应

时装周是国际性时尚会展,展示了国际品牌的时尚,进行着国际性产品交易,同时还促进时尚产业之间的国际对话,这些国际性举动时刻引起时尚人士对这个城市的关注。另一方面,时装周都在积极展开国际合作与交流,一个城市尝试着与多个国家建立业务上的联系,并与国际时尚之都的时装公会合作,带领各自的品牌、设计师走进对方的时装周,让自己的时装周更加国际化,让所在城市更加国际化。

2 时尚之都发展对时装周的影响

2.1 城市发达的产业基础是发展时装周的坚实基础

纵观国际时尚之都,无一不是时尚产业最发达、最集中的地区,也是以独特的时尚产业而著名,同时他们也是本国中时尚产业最集中地城市。全英国时尚设计师有85%都集聚在伦敦,巴黎开设了全法国55%的服装设计公司,并为法国提供了76%的创意时尚设计工作岗位。时尚城市发达的产业基础,集聚了更多的时尚元素,迎合了时装周的需求,给时装周提供了坚实的基础。

2.2 城市先进的媒体平台是发展时装周的必备条件

时尚之都信息基础设施的完善性是时装周发展的根本条件。时装周是以时尚文化和时尚信息传播为动力的专业性展会活动,对其要求必须更加准确、全面、快速地对信息进行扩散。其次,时尚城市的媒体平台为时装周发展提供了畅通的宣传道路。要想使时尚信息和时尚产品向国际和社会大众的宣传更加有效,必须确保时装周能够充分而又公平的运用媒体传播渠道,这样才能形成一个良性循环。

2.3 城市宽松的时尚氛围是发展时装周的重要前提

2.3.1 政府支持为时装周提供了良好的大环境

不同城市文化背景都有差异,时尚观点也有不同,但是相同的是城市的时尚氛围是积极的、浓厚的。其中必不可少的就是政府的政策支持,这直接决定了城市时装周发展方向与大环境。伦敦在很早以前就出台了扶持设计师政策,后来为了应对金融危机,出台了创意产业政策,这让伦敦时尚、文化、艺术领域都受到了重视。另外,政府重视时尚产业的发展,加大投资力度,对资源进行有效整合,进行正确的引导,极大促进

了时装周的长足发展。意大利政府在2015年对时尚产业投资了4000万欧元的资金,约合人民币为2.8亿元,是过去每年投入的8倍,专业人士预测米兰时装周接下来会给意大利带来更大的经济效益。

2.3.2 文化底蕴为时装周提供了时尚创意的灵感

时尚之都的文化是时尚创意的主要源泉,设计师在创作中潜移默化地融合了城市文化,其作品的背后就蕴含着这个城市的文化背景。城市时尚文化渗透在整个经济、社会、生活中,在这个背景下形成了非常具有城市特色的时尚产物——时装周。时装周的风格特征正体现了时尚之都的文化底蕴。巴黎的高雅风格,伦敦的绅士化,米兰的热烈、幻想、华丽以及纽约的多元、实用、潇洒不羁以及东京的东西通融正是它们时装周的特点。

2.4 城市充足的人力资本存量是发展时装周的持续动力

时尚创意是在人的思维方式中产生的,人才就是不断产生创意的源泉,所以只有具备足够的高素质高创造力的时尚人才,才能保障时尚产业的发展。另一种是专业从业人员,如时装协会等,这些高知识、高创意的时尚人力资本作为时尚之都的创意阶层,通过时装周将创意和时尚设计转化为财富和生产动力。

3 时装周对时尚之都发展的促进作用

3.1 时装周对城市时尚产业体系的优化作用

3.1.1 时装周拉动了时尚之都经济发展

首先,时装周产生的利润在25%左右。伦敦时装周一年举办两届,一届伦敦时装周大约有50场秀、300多名设计师、500多万英镑的投入,给伦敦经济创造的直接价值为2000多万英镑,同时吸引了不同国家的媒体进行报道,给英国又创下了5000多万英镑的隐形资产。其次,时装周对产业拉动作用很明显。国际展会的产业带动系数为1:9左右,也就是说当展会的收入为1亿元时,其他相关产业的收入为9亿元,这一数据源于凯恩斯经济学乘数效应。据统计,每一届纽约时装周大约会吸引来自世界30多个国家地区的买手和媒体参加,给纽约带来了多达5亿美元的经济收入,并创造了多达5万个工作岗位。

3.1.2 时装周推动了时尚城市消费升级

时装周作为视觉销售方式一种,体现的是原创的力量,在一定程度上呈现出时装品牌的水平,它最大程度地促进消费者与时尚产品之间的联系,提升了对消

费者的视觉冲击力。同时,也给整个城市传递了正确的时尚消费观念,消费群体耳濡目染,在受到其影响下开始消费,扩大了城市的消费规模,也培育了时尚消费群体。

3.2 时装周对城市品牌的塑造作用

城市品牌可以理解为人们的一种感知,是对一个城市整体上的一种识别。城市品牌也是城市所拥有的优势的一种体现,是城市根据自己的发展定位将自身形象传递给民众时的核心内容,并且得到了整个社会的认可。一个城市的核心价值是与众不同的,给人不同感觉的城市体验,时装周代表了一个时尚城市的时尚态度,是其具体的演绎^[4]。

3.3 时装周对城市时尚人才的培育作用

3.3.1 设计师品牌发布会引导设计师走向成熟

设计师品牌发布会具有较强的艺术性,具有预测性和超前性。设计师作为时装周主体,他们每个人的秉性修养、目标、所拥有的现有资源都不同,在时装周上被审视、被围观、被传播的同时也要接受评判。当一个设计师专业表现比较稳定,形成好的口碑后,每次作品都值得被期待,别人也愿意互相推荐,提高了在这个行业中的地位,这也代表了一个时装周成熟后所要倡导的方向。

3.3.2 时装设计大赛培育新生代设计师

时装设计大赛已经成为时装周不可缺少的一个环节,这种竞赛性表演目的就是为设计人才进行选拔,培育了新生代设计师和自由设计师。中国国际时装周中的“乔丹”运动装设计大赛、“欧迪芬”内衣设计大赛、“真维斯”休闲装设计大赛等十几项大赛,对新一代设计师进行正确引导、拓展他们的视野,目的就是要培养出出色的年轻设计师,提供一个施展他们才华的机会和平台,也进一步推动了时装设计的变革。

3.4 时装周对城市国际交流的引导作用

时装周通过有效传达信息,促进经济与文化交流,已经成为文化与产业的外交舞台。时装周的发展还有助于加深国内外城市彼此之间的交流和了解,促进了时尚城市之间人员互访和文化的交流。以国家文化年为背景,中国国际时装周多年来举办过中法时装周的发布与交流、俄罗斯时装周发布与交流,并在2011年意大利的时尚协会与中国国际时装周签署合作条款,进一步促进了北京与米兰之间的交流,这充分显示了时装周在对促进城市之间交流的重要作用。

4 时装周与时尚之都发展的耦合演进

4.1 耦合概念

时装周与主办时尚城市的耦合概念定义为在一定范围内,时装周与主办时尚城市之间协调发展、相互促进,同时,组成两个系统的基本要素之间相互影响与作用,对要素和资源再进行合理配置,进一步优化时尚之都的发展,从而在时尚体系中形成时装周的创新,更好地适应时尚之都的发展。另外,与耦合最相关的就是耦合度,这也是研究耦合演进关系的重点。从协同角度看,耦合与协调程度决定了系统从无序走向有序的一种趋势。这个过程的关键就在于系统自身内部参量间的协同作用,它决定了系统变化的规律与特征,耦合度就是反映了这种协同作用的一个很重要的度量^[5]。时装周与举办城市的耦合度,也就是指这两个系统以及构成要素之间的协同程度。耦合度的高低直接反映出时装周与举办城市之间的耦合的密切程度。

4.2 时装周与时尚之都发展耦合过程

在明确时装周与时尚之都发展的交互关系基础上,借助于系统论中的系统演化思想建立二者之间的动态耦合模型,分析由时装周与时尚之都发展所组成的复合系统的动态演变以及耦合状态^[6]。时装周与时尚之都发展两个系统之间并不是各自独立的,而是通过时装周发展所形成的发展圈与时尚之都发展水平所形成的约束圈紧密联系在一起形成了一个复合有机体,其耦合结构可用图1的抽象模型表示。

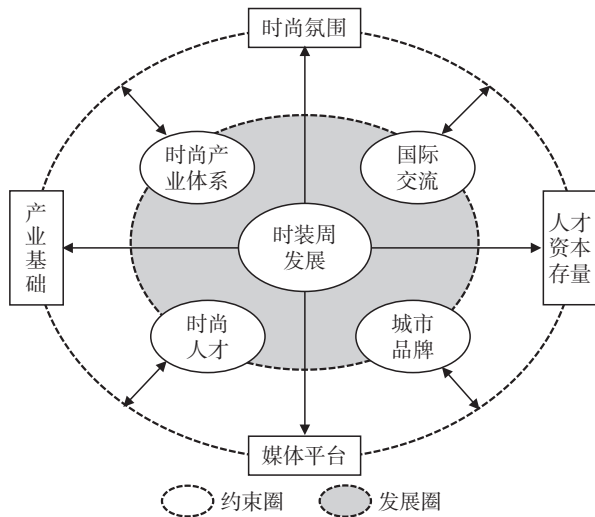


图1 时装周与时尚之都发展的一般耦合模型

图1中时尚之都发展过程中的产业基础、媒体平台、时尚氛围、人力资本存量等四个要素构成约束圈,对时装周的发展具有导向以及约束作用;时装周的发展所带来的优化时尚产业体系、塑造城市品牌、培育时尚人才、引导国

际交流等四个作用要素形成发展圈,对时尚之都的发展具有带动和促进作用,进一步通过约束圈与发展圈的动态耦合形成了一个复杂的整体系统。

5 结语

时装周是城市时尚体系的主要环节,不仅引领流行,还反映了整个城市的时尚风格、生活方式和价值,是时尚之都的建设必不可少的一部分。同时,时装周作为时尚之都最具特色的时尚活动,是时尚之都的标杆,二者之间互动关系密切,是相辅相成,共存同发展的。

参考文献:

[1] Richard Florida. Cities and the creative class[M]. New

York: Roulledge, 2005.

[2] 陈柳钦. 会展经济与城市发展的协调互动[J]. 上海市经济管理干部学院学报, 2008, 6(3): 33-39.

[3] 陈仲球. 关于会展业与城市产业发展的互动效应分析[J]. 经济与社会发展, 2008, (6), 27-30.

[4] 魏士洲. 世界城市会展业发展的借鉴作用研究[J]. 技术经济与管理研究, 2012, (9): 97-101.

[5] 宋学锋, 刘耀彬. 城市化与生态环境的耦合度模型及其应用[J]. 资源与环境, 2005, 23(5): 31-36.

[6] Li C M, Ding L Y. Study of coordinated development model and its application between the economy and resources environment in small town[J]. Systems Engineering Theory & Practice, 2004, 24(11): 134-139.

The Interaction between Fashion Week and the Development of Fashion City

CHEN Jian-wei, YUAN Xing-qian

(College of Textile and Fashion, Qingdao University, Qingdao 266071, China)

Abstract: The relationship cause between fashion week and fashion city development was collated. The influences of fashion city development on fashion week and the promoting impact of fashion week on fashion city development were studied. The evolution of the coupling system between fashion week and fashion city development was discussed.

Key words: fashion week; fashion city; interaction

纺织服装出口再遇技术壁垒

今年年初,欧盟发布 REACH 法规修订案,确认从 2021 年 2 月 3 日起, NPEO 含量超过 0.01% 的纺织品将禁止投放欧盟市场。纺织品是我市优势出口商品,此次欧盟技术壁垒新规将对我市纺织服装出口造成较大影响。

数据显示,2015 年全市出口主要商品中纺织纱线织物及制品出口额为 42.77 亿美元,占全市出口比重为 18.7%; 服装及附件 38.72 亿美元,占全市出口比重 16.9%。欧盟是嘉兴出口重要区域经济组织。公开资料显示,2015 年嘉兴出口主要市场中,对欧盟的年度累计出口额为 52.42 亿美元,占全市出口比重为 22.9%。因此,此次 REACH 法规修订案将影响嘉兴众多出口企业。

据介绍, NPEO 是一种表面活性剂,广泛用于工业清洗剂及乳化剂、纺织品及皮革处理剂、家庭清洗剂、金属镀膜过程等。NPEO 进入环境中会分解成毒性环境激素,干扰内分泌,属于致癌物。此前,欧盟对 NPEO 含量的限制范围仅限于工业清洗、家庭洗涤、造纸、个人护理用品等产品。此次将纺织品纳入限制范畴为首次。

分析认为,在欧美国家“再制造”的背景下,我市出口产品与其本土工业产品“正面交锋”的机会将越来越多。不断筑高的技术壁垒有可能成为发达国家“再制造”的“先头兵”。如果达不到这些技术标准,我市出口企业今后不仅较难保住国际市场份额,连国内市场的空间也可能被国外同行抢占。(来源:全球纺织网)

欢迎投稿 欢迎订阅 欢迎刊登广告