

Doi:10.3969/j.issn.1672-0105.2017.01.014

世界温州人网络推动时尚产业发展研究*

吴素君¹, 杨骄俊²

(1.温州医科大学, 浙江温州 325035; 2.民革温州市委会, 浙江温州 325000)

摘要: 在外温州人经过长期打拼, 已形成一张覆盖全国、遍及世界的世界温州人网络。世界温州人网络具备的资金吸附能力, 时尚营销网络, 海外高端时尚人才集聚力, 汇聚全球创新流、信息流能力, 海外华文时尚媒体影响力, 都是推动温州时尚产业发展的独特优势和最大资源。世界温州人网络在时尚品牌营销, 资本运作, 海内外温商资源整合等方面的实践经验, 对国内其他城市时尚产业发展具有借鉴意义。

关键词: 世界温州人; 网络; 时尚产业

中图分类号: F127.55

文献标识码: A

文章编号: 1672-0105(2017)01-0058-06

A Study on World Wenzhounese Network to Boost the Development of the Fashion Industry

WU Su-jun, YANG Jiao-jun

(1. Wenzhou Medical University, Wenzhou, 325035, China; 2. RCCK of Wenzhou Council, Wenzhou, 325000, China)

Abstract: Wenzhounese who are apart from their hometown, as formed a nationwide, and worldwide network. World Wenzhounese have the funds absorption capacity, fashion marketing networks, The gathering forces of high fashion overseas talents, capacity of gathering global innovation and information flow, and influence on overseas Chinese media, overseas Chinese fashion media influence, all of which are Wenzhou's unique advantages and maximum resources promoting the development of the fashion industry. Wenzhounese network experience on the fashion brand marketing, capital operation, integration of resources at home and abroad provide reference for fashion industry in other domestic cities.

Key words: World Wenzhounese; network; fashion industry

目前, 我国已有10多个地级以上城市提出建设时尚城市。在国内众多城市中, 温州拥有创造时尚的轻工业产业基础, 较强时尚运作能力的全球温商网络, 紧跟时尚潮流的庞大消费群体, 具有建设时尚之都独特的优势。本文以世界温州人网络为研究视角, 研究温州时尚产业的现状、存在问题, 提出世界温州人网络推动时尚产业发展的路径, 以期丰富时尚产业的研究内容。

一、温州时尚产业发展的现状分析

(一) 温州发展时尚产业的基础条件

一是时尚消费能力强。2015年温州地区生产总

值4 619.84亿元, 人均GDP达到50 809元, 城镇常住居民人均可支配收入44 026元, 农村常住居民人均可支配收入21 235元, 居全国前列。2015年, 温州市实现社会消费品零售总额2 674.38亿元, 全市居民人均生活消费支出24 799元, 消费能力强劲。^[1]温州是中国高品质精品消费和时尚轻工产品消费相对集中、市场潜力和商业发展空间较大的地区。世界高端消费品协会的《2010—2011年中国高端消费品城市调查报告》显示, 在中国高端消费品消费能力排行中, 除去北京、上海、广州、深圳四个城市, 温州、杭州、青岛占据前三强。^[2]

二是时尚产业基础好。温州时尚产业基础较

收稿日期: 2016-08-26; 修回日期: 2016-12-28

基金项目: 浙江省社会科学界联合会研究课题(2016N38Y); 2015年温州市哲学社会科学规划课题“世界温州人网络推动温州时尚产业发展研究”(15wsk040)

作者简介: 吴素君, 上海师范大学博士生, 温州医科大学讲师, 主要研究方向: 区域经济与文化研究; 杨骄俊, 硕士, 民革温州市委会宣传处处长, 主要研究方向: 区域经济与社会发展。

好,全部工业中时尚制造业相关企业19453家,预计年产值2120亿元,其中规上工业产值占六成以上。目前,全市规上工业中时尚制造业企业数和产值均占到1/3左右。按企业规模分,2014年时尚制造业中产值超亿元企业有251家,超10亿元企业有13家。时尚产业的核心产业的鞋革、服装两个行业,成为支撑温州经济发展五大支柱产业中的两强,这在国内同类城市中是唯一性的。2014年全市规上工业时尚制造业实现产值1283.5亿元,同比增长5.7%,其中时尚服装服饰产业和时尚皮革鞋类制造两大产业合计产值占时尚制造业产值的76.6%。2014年温州市规上工业时尚服装服饰产业有企业329家,实现产值389.7亿元,分别占时尚制造业的24.0%和30.4%;其中服装制造企业占六成,眼镜、打火机和纽扣拉链企业合计占三成;服装企业分布集中,核心集聚区瓯海区、永嘉县和瑞安市共217家企业。温州制鞋业以皮鞋制造为强项,以男鞋为主,并生产女鞋、胶鞋、注塑鞋等为重点。2014年温州市规上工业时尚皮革鞋类制造业有企业703家,实现产值592.9亿元,分别占时尚制造业的51.4%和46.2%。鞋革企业分布集中,核心集聚区鹿城区、永嘉县、瓯海区和瑞安市四个地区共574家企业。^①

三是时尚运作能力强。温商已经建立了遍布全球的时尚网络,把温州品牌带到全世界,再把全世界著名的品牌带到温州;在外温州人以联手入股、收购、买断、代理等方式,掌握了80%左右的国际性轻工品牌中国总代理,再加上温州人所掌握的全国最大的轻工行业销售网络,温州发展时尚产业的品牌优势明显。

四是时尚网络经济发展迅猛。温州是轻工业之都,商品类目丰富,拥有时尚产业与网络经济结合的先发优势。2015年温州实现网络零售额893.55亿元,同比增长50.32%,居民网上消费额568.39亿元,同比增长44.05%,总量均居全省第三,增幅达54.9%。以服装企业为例,目前开展电子商务业务的企业约200多家,占全体企业数的20%。据调查,以品牌经营为主的企业有80%以上开展电子商务。^②同时,在外温商还拥有目前全国最大的网络奢侈品销售平台——唯品会。

(二) 温州发展时尚产业的现实差距

一是创意设计能力弱。温州发展时尚产业优势在

制造环节,在设计研发环节,科技创新和研发力量不足,特别是高级工艺制造能力、时尚品牌、领军型时尚企业等方面存在明显短板。由于设计师缺乏商业运作经验和自身理念等问题,几乎没有通过设计师形成知名的企业和品牌。据不完全统计,温州服装企业设计师、制版师、陈列室数量超过7000人,但是获得高级职称的设计师、工艺师数量仅有58人。温州市专业服装设计公司发展缓慢。现有独立设计师工作室不超过20家,设计师店、买手店及高级定制店不超过30家。^③另外,温州市品牌中标志性的名牌不多,附加值普遍不高,时尚影响力不足,缺乏领导时尚和潮流的能力。据调查,2014年温州市规上工业时尚制造业具有自主品牌的企业仅占40%左右。

二是产业链缺乏整合。温州时尚轻工产业产值较大,但政府没有对时尚产业链各环节进行有效梳理和补链,造成制造与创意、设计、营销、推广、培训等诸多环节离散割裂,制约着产业链的拓展和延伸。如在研发投入上,2014年温州市规上工业时尚制造业科技活动经费为8.03亿元,仅占主营业务收入的0.7%,比规上工业平均水平低0.4个百分点。电子商务已成为时尚企业新的营销渠道,而温州时尚企业网络营销应用落后。温州市2014年规上工业时尚制造业电子商务销售额为32.39亿元,仅占主营业务收入的2.8%,比规上工业平均水平低2.8个百分点。^④

三是时尚产业配套水平低。温州媒体平台建设较为落后,缺乏具有广泛影响力的时尚商品展示、时尚产品文化节、网络平台等具有较强针对性的传播方式或活动。会展业发展滞后,以会展中心为核心的展览场地已经不再适合追求时尚感和个性化的展览需求。平台是时尚制造业发展的支撑。温州市已有几个批发销售平台,但总体规模仍较小、专业化不高、功能不齐全、分布不集中,缺乏以销售温州时尚产品、轻工产品为主的大型专业化市场。

四是时尚风格定位不明。文化底蕴是时尚产业发展的基石,影响着城市自身时尚的发展方向和风格特点。时尚是基于地方文化传统融入创新后创造的一种新的流行。^⑤从这个角度来看,温州一方面没有上海等大都市海派文化的时尚文化特色,另一方面也没有象杭州那样找到结合自身文化背景、独特的时尚定位。由于时尚风格定位不明,难以时尚特色引领消费潮流。

五是时尚产业公共服务供给不足。首先,政府提供公共服务的内容、政策,同时尚企业、时尚产业的实际需求存在明显差距。其次,不同条块或层次的平台、协会缺乏必要的沟通交流与互动,对时尚产业发展重点不明,在推动时尚产业发展的过程中无法形成有效合力。三是政府对行业协会等社会中介组织重视程度不够。政府部门与各时尚产业相关行业协会关系尚未理顺,行业协会承接部分政府职能的改革推进缓慢,导致很多行业协会组织的时尚活动、建设的时尚平台流于形式,制约整个温州时尚公共服务体系作用的充分发挥。^{[6]211-212}

二、世界温州人网络推动时尚产业发展的优势

世界温州人网络目前尚无明确的定义,本文将世界温州人网络定义为基于地域认同和区域文化认同的温州人关系群体以温州为中心、以异地温州商会(海外侨团)及其经济实体为依托,促进海内外温州人政治、经济、社会、文化等协同发展的组织网络。^[7]其优势主要有:

(一)具有强大的资金吸附能力。国内外“温州人经济”的投资规模、销售产值继续扩大,形成了一大批量大面广、资本集聚能力特别强的中小企业群体。每年通过在外温州人网络销售的产品达6 650亿元,全国各地温州人累计投资超过8 000亿元,创办各类企业10万余家,其中年产值超亿元的企业近500家。^[8]2015年全市新增境内外上市公司3家,累计达17家;新增新三板挂牌企业24家,累计挂牌企业达31家;新增区域性资本市场挂牌企业425家,累计达561家;新增股份有限公司210家,累计达697家。^[1]

(二)具有强大的时尚营销网络。截至2014年12月底,全国异地温州商会(地市级以上)共有262个,其中会员为30多万,覆盖全国78%以上地市级以上城市;温州市有海外华侨华人、港澳同胞68.84万人,分布在世界的131个国家和地区,由温籍华侨华人成立的侨团331个,海外投资促进联络处70家。^[9]创办各类市场2 000多个,建立了覆盖全国、连接世界的温州人营销网络。

(三)具有海外高端时尚专业人才集聚能力。据统计,温籍在海外具有涉及太空、金融、医学等领域的高端技术人才和重点人士有4 000余人,在当

地主流社会都拥有很高声望和良好的人际关系。能够通过世界温州人网络将温商、海外高端时尚专业人才、温州时尚产业联系起来,实现海外高端人才与温州本地时尚产业有效对接。世界温州人所拥有庞大的人力资源优势和人际网络资源,是温州发展时尚产业不可或缺的“软资源”。

(四)具有汇聚全球创新流、信息流能力。在“互联网+”、大众创业万众创新的时代,世界温州人网络能有效发挥温州人特别能创业,敢为天下先的创新精神,汇聚世界温州人的创新理念、信息流。2015年年底,由温州市38家市直单位及11个县(市、区)有关单位共同参与建设的“世界温州人云社区”启动试运行。“世界温州人云社区”现已汇集的信息涵盖境外温籍侨(社)团363个、国内异地温州商会330个、本地行业协会343个,以及政界、商界、金融、教育、科技、医卫、文化、体育等各领域代表人士3 031人。通过互联网平台,实现了世界温州人资源管理规范化、信息化、智能化,提升温州人创业创新、互动发展的能力、水平。

(五)具有海外时尚华文媒体影响力。据不完全统计,海外温州人已经在法国、西班牙、意大利、美国等15个国家和地区开办了35家报社、杂志、网站、电台、电视台。影响力比较大的是法国的《华商时代》杂志,意大利的《欧华联合时报》、欧联传媒集团,罗马尼亚的《旅罗华人报》,希腊的欧联通讯社,西班牙的《侨声报》,非洲的《非洲日报》等。其中,在意大利、西班牙这两个国家的10多家华文媒体中,超过半数由温商创办。温商所创办的海外媒体,时尚影响力越来越大。

三、世界温州人网络推动温州时尚产业发展的路径

(一)建立世界温州人网络推动时尚产业发展的政府机制

1.成立专门机构,制定长远规划,分类引导。成立温州时尚产业促进发展办公室,制定本土时尚产业的长远规划,引导时尚企业进行高技术含量、高附加值的产品设计、开发和应用。政府分类引导企业,对于中小型企业,帮助形成产业集聚,对于大中型企业,帮助组建战略联盟,从事时尚业的共性技术研究。^{[6]193}

2.明确将“快速时尚”发展模式确立为温州时

尚产业发展重点。目前,在西班牙,快速时尚企业占领了服装市场的18%,英国和法国分别是13.5%和8%,代表品牌有ZARA、H&M、MANGO、TOP-SHOP等。^[12]温州具备发展“快速时尚”的良好基础。一是温商拥有善于模仿,敢于创新,善用别人的资源,以快应万变等特点,符合发展快速时尚的精髓。遍布世界,尤其是在欧洲的温州人网络,具有很强的时尚元素吸收能力。二是温商已开始快速时尚的探索。如温商创办的美特斯邦推出的“ME&CITY”高端系列品牌,与ZARA等外资品牌路线极为相似。三是基于温州时尚产业的现实基础。发展时尚产业需要强大的政治、经济、文化综合实力,温州在时尚经济竞争力、对外开放竞争力、时尚消费竞争力、核心时尚产业竞争力、时尚政策环境竞争力等方面明显弱于杭州、宁波等城市,也缺乏时尚文化积淀。快速时尚就是“一流的形象,二流的产品,三流的价格”,非常契合温州时尚产业的现实条件。应积极促成海外温商、海外高层次设计人才与温州市中小企业对接,利用电子商务的平台,打造一批“快速时尚”网络品牌。

3.建立时尚产业行业协会,推动现有时尚行业相关协会实现高端化发展。温州已开展行业协会商会承接政府职能转移试点,可以探索将跟时尚产业有关的所有协会并在一起,成立温州市时尚产业协会,承担政府信息交流、咨询中介等服务性职能。比如,进行产业数据统计、分析预测,定期举办时尚相关活动与对外交流活动等。^[13]同时,由政府主管部门牵头,工商联、相关协会联动,搭建在全国具有影响力的时尚产业高端平台,推动各类行业协会实现高端化发展。^[14]特别是率先推动温州服装行业协会、皮革行业协会等具有全国影响力的协会组织向高端发展。

(二)搭建世界温州人网络推动温州时尚产业发展的平台

1.发挥世界人网络资本集聚能力,打造融资服务平台。结合温州市金融综合改革试验区建设,吸引温商或者温商控股的国内外风险投资机构、金融机构,配合政府财政资金,成立时尚企业资本运作服务联盟机构、温州品牌运营中心等,为温州乃至全国时尚行业内企业提供各个专业领域的资本市场咨询服务。依托温州产权交易中心,探索制定时尚品牌评估标准及建立时尚产业价值评估机构,形成

时尚产业孵化、交易、推广评估等功能,为中小企业融资提供新渠道。

2.通过世界温州人网络聚集温州时尚产业发展需要的专业、专项人才、专家团队等,推动时尚人才交流提升。第一,引进创意设计总部机构。通过海外温商引进跨国公司研发中心、设计中心,国内外行业协会、知名机构、分支机构,以及名家、名企、名牌等。第二,建立“温籍英才APP”虚拟人才平台、网上设计师交流平台、网上设计交易服务平台等,支持温商收购兼并国外时尚设计中心。在温州市知识产权交易中心的基础上,搭建一个全新的在线的时尚设计产品网络交易平台,加速知识与资本对接,加快设计作品向时尚产品转化。第三,建设时尚学院,培养本土时尚产业人才。依托本地大专院校,建立时尚学院,与国际时尚之都的名校合作,定期资助优秀创意人才出国培训,着力培养具有国际视野、创新意识强、艺术功底深,能够从事多种创作和应用设计的复合型艺术设计人才以及艺术管理和经纪人才;努力在时尚产业公共服务领域引进、培养和造就一批具有国内外影响、善经营、懂管理的领军人才;大力加强营销策划等紧缺急需的专业人才的培养引进,激励领军人才和创新团队发展。^{[6][213]}

3.借助世界温州人大大会等平台,吸引温商回归,着力打造一批时尚智造区块,建设时尚高端智造园和时尚制造创业园。如“东方时尚岛”“时尚新天地”“世界温州人家园”等重大规划项目。

(三)借助世界温州人网络营销能力推动时尚产业向产业链高端发展

1.发挥全球温商品牌代理的资源优势,实施温商连带品牌招商,引进国内外知名时尚产品、时尚品牌、时尚企业^[15],特别是引进欧洲法国、意大利等国的二线品牌,鼓励温商投资、收购、兼并国内外知名品牌,引导在外温州人“品牌代理回归”,打造温州国际名品集散地和贸易中心,加快时尚品牌聚集,探索建设温州国际名品运营基地。借助全球温商网络,推动本土时尚产品和时尚品牌走向世界。

2.发挥“温州制造”和“温州市场”的优势,推动低附加值的轻工产业制造向高附加值的时尚产业智造转型,打造轻工产业“升级版”。鼓励传统产业转型升级,以服装、制鞋两大产业为核心,积

极探索推广定制生产模式,大力发展个性化、私人化、多元化、时尚化的定制服务,努力打造一批特色定制服务一条街;积极推进时尚智造中心建设,加快与国际顶级品牌在技术、工艺到文化理念上展开全方位合作;依托工业园区产业集聚优势,打造国际名品直销中心等工厂直销店。^[15]

3.促进世界温州人网络营销能力与电子商务有机融合。立足产业基础优势,积极鼓励制造企业和商贸企业“触网”,发挥世界温州人网络营销能力,形成工业制造与电子商务、传统销售模式与网络销售模式齐头并进的良好局面。利用网络传播速度快的优势,将最新最时尚消费信息加以推送,争取跨境贸易电子商务试点获批,激发消费欲望,拉动时尚消费。

(四) 利用世界温州人网络提升温州时尚影响力

1.发挥温商创办的海外时尚华文媒体平台作用,倾力打造温州在海外时尚之都的新形象。时尚媒体行业是时尚产业的助推器,主宰着时尚产业的兴衰。以Facebook和Twitter等新媒体为载体,通过温商创办的海外华文媒体,将温州的时尚潮流趋势和文化向海外传播。比如,绵延百余年的温州服饰文化以及精致手工艺等都可以通过新媒体传播到世界各地。

2.组建世界温州人时尚形象品牌营运中心。广泛联系传媒、广告、展览、中介、文化传播、公共行业等行业,充分聚合时尚传播媒介的力量,创建世界温州人时尚形象品牌营运中心,将海外温商与国内温商、本地温商有机联系起来,搭建政府与市场之间的时尚产业交流平台,积极聚焦、探索时尚服务业中的品牌建设、市场分析、品牌宣传、国际

合作等领域的建设。

3.搭建“世界温州人名人交流平台”。通过世界温州人网络汇集在外温籍的社会名流、文化名人、娱乐明星和时尚人士,发挥其个人影响力,引领温州高级定制、时尚产品新潮流,利用名人效应带动时尚的追随者,扩大温州时尚影响力。

(五) 挖掘世界温州人时尚文化资源

1.彰显温州时尚文化中的匠人精神。在从时尚产业文化产品和研发设计角度来讲,时尚产品的题材、产品的表现形式以及时尚产品的区域性是时尚文化的核心,应理解和应用温州区域文化特色。温州人精神中的匠人精神,为温州发展服装、皮包、鞋子等高端定制,柔性定制生产,引导中小企业往“专精特新”方向发展,打造时尚产业亮点奠定了文化基础,彰显时尚文化的地域特色。

2.吸收国际时尚元素,培育时尚环境。目前全球已有20多个城市成为“创意城市网络”网络中的创意城市,温州人在这些城市都有侨团组织。应充分发挥海外温州人网络资源,加强与该网络中柏林、布宜诺斯艾利斯、蒙特利尔、名古屋等创意城市的合作和交流,充分借鉴国外时尚产业发达国家或地区的成功经验,促进与不同国家时尚产业、管理部门、产业协会、公共服务平台、相关媒体、从业者之间的交流,使温州时尚产业载体在专业转型和特色化建设中更具国际开放视野。温州应通过争取开放更多的时尚场所、支持时尚领域的教育培训、提供更多让市民与时尚接触的机会,使人们可以便捷地享受到时尚生活,为温州时尚产业的发展奠定良好的群众基础。

注释:

① 数据来源于温州市统计局。

参考文献:

- [1] 温州市统计局.2015年温州市国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].(2016-03-31).http://www.wenzhou.gov.cn/art/2016/3/31/art_3583_384884.html.
- [2] 温州网.时尚消费,温州创造——2013温州轻工时尚展会开幕[EB/OL].(2013-06-10).<http://www.cnena.com/news/bencandy-htm-fid-31-id-45290.html>.

- [3] 温州市服装产业提升发展规划(2014—2020)[EB/OL].(2014-12)[2016-06-02].<http://www.doc88.com/p-7364268019848.html>.
- [5] 高骞.上海时尚产业政策研究[J].科学发展,2009(10).
- [6] 高骞.上海打造国际时尚之都的探索与实践[M].上海:上海人民出版社、格致出版社,2010:211-212.
- [7] 中共温州市委统战部办公室.推进世界温州人家园建设研究报告[R].温州统战信息,2014-05-08.
- [8] 温州市人民政府办公室.11个县(市、区)在外温商特点简析[R].政务调研,2012-01-29.
- [9] 温州市人民政府地方志办公室.温州年鉴 2015[M].北京:中华书局,2016:359-366.
- [10] 林乃鹏,高月新.世界温州人“社区”搬上云端[N].温州日报,2015-11-27(01).
- [11] 唯敏.温商纷纷打造海外话语平台[N].温州日报,2014-07-03(15).
- [12] 吴昕烨.我国快速时尚品牌发展策略研究[D].浙江理工大学,2014-03-10.
- [13] 李俞霏.意大利时尚产业的发展路径与策略[J].东岳论丛,2014(3).
- [14] 赵洪珊,李晓慧.“世界城市”建设中北京时尚产业的发展策略[J].经营与管理,2014(6).
- [15] 温州市人民政府办公室.温州市人民政府办公室关于印发温州市加快推进时尚消费发展实施方案的通知[R].温州市人民政府公报,2015-04-15.

(责任编辑:王艳)

(上接 第28页)

2~4学期完成,采取集中上课方式;岗位方向课程在第五学期完成。

四、结束语

教育部等三部门联合印发的《制造业人才发展指南》要求“促进产业链、岗位链、教学链深度融合”是对产教融合提出的更高和更明确的要求^[9]。探索建立专业——产业链的对接和运行机制是动态的、长期性的任务,产业结构变化推进社会就业结构和人才结构调整,产业链引发专业链对应演变。针对产业链需要设置专业或专业群,破解专业设置时效、专业建设滞后、专业资源配置失衡等矛盾,使毕业生职业技能和职业能力符合产业发展和职业岗位的变化需要。

打通高职相似或相近各专业之间的壁垒,形成专业群,能够进行大类招生,资源共享,从整体上产生“1+1>2”的协同效应,提升各专业的竞争能力。利用基于产业链的理论来指导专业群建设,专业群对应的是产业链,可以根据产业发展和市场的变化,适时设计、调整专业数量和专业方向,可以有效地提高专业群的市场适应能力,这对于学院的长远发展将产生重大影响。专业群内各专业依据各自职业特点,在“互联网+”背景下,按照“素质教育+专业平台+岗位方向”的理念,科学制订人才培养方案,着重探索现代学徒制,形成各具特色的人才培养模式,最终培养出适应时代要求的技术技能型人才。

参考文献

- [1] 国务院.国务院关于印发服务业发展“十二五”规划的通知(国发〔2012〕62号)[EB/OL].(2012-12-12).http://www.gov.cn/jw-gk/2012-12/12/content_2288778.htm.
- [2] 胡赤弟.论区域高等教育中学科—专业—产业链的构建[J].教育研究,2009(06):83-88.
- [3] 邱开金,王立英.新一轮高职教育改革的发轫:行业链、专业链与学业链的融通[J].职教论坛,2010(21):4-7.
- [4] 邱开金.精准对接新兴产业人才需求[N].中国教育报,2016-11-08(010).
- [5] 刘霞.基于产业链的高职专业群建设研究[J].中国职业技术教育,2012(03):36-40.
- [6] 教育部,人力资源社会保障部,工业和信息化部.制造业人才发展指南[EB/OL].[2017-01-11].http://www.moe.edu.cn/srcsite/A07/moe_953/201702/t20170214_296162.html.

(责任编辑:邱开金)