

纽约时尚事件的特征分析

◆卞向阳 缪依宁

(东华大学 上海 200051)

摘要: 本文通过对伦敦 2016 年发生过的时尚事件的梳理, 将所采集到的 16 件时尚事件按照日程顺序排列制表并分类(表 1)。从笔者整理的伦敦时尚事件日程表中可以发现, 时尚展览、展会是这座城市主要的时尚事件。

表 1 伦敦时尚事件日程表

月份	日期	时尚事件名称	时尚事件类型
一月		伦敦男装周	时装周
	1.24-1.26	英国伦敦国际玩具展览会 The Toy Fair	时尚展会
二月	2.15-2.28	伦敦时尚周末	时装周
		伦敦时装周	时装周
	2.12-2.14	PURE LONDON 英国伦敦服装服饰展览会	时尚展会
	2.28-3.1	英国伦敦国际美容、美发、美甲及 SPA 展览会	时尚展会
三月			
四月	4.30-5.8	英国伦敦家居博览会	时尚展会
		美国纽约面料、辅料及成衣接单展	展会
五月			
六月		伦敦毕业生时装周	时装周
		伦敦男装周	时装周
七月			
八月			
九月	9.4-9.6	英国伦敦国际珠宝展	时尚展会
		伦敦国际电影节	时尚评选
		伦敦设计周 Coterie	设计周
十月			
十一月		H&M 设计大奖	时尚评选
十二月			
不定期		V&a 博物馆时尚展览	时尚展览
		国家肖像美术馆	时尚展览

(一) 时装发布秀

在过去的很多年里,伦敦时装周在现实的时装工业里没有其他的时装周那么务实,如国际性的设计品牌,现场的买手订单和接下来一个季度里对品牌产生的业务交易最,但是其重要的意义在于伦敦时装周是很多没有扬明海内外的年轻设计师的助力板,他们很多成功的设计灵感都来自伦敦狂野的街头文化。

表 2 伦敦地区-“时装发布秀”SWOT 分析

时尚事件类型	优势	劣势	机会	威胁
伦敦时装发布秀	1、在伦敦时装周,“另类”是大家的一种期待。 2、伦敦时装周日程表上所列出的品牌名录受媒体重视。	1.伦敦时装周不够商业化,吸引不了更多的买手、时尚媒体。 2.多数英国老牌十分保守,思路放不开。	1.伦敦时装周一直充当着巴黎、米兰和纽约三个时装周的人才孵化器。 2.伦敦时装周毕业生提供展示的平台。	1、在时间档期上与其它时装周冲突,很多媒体和买手直接从纽约跳奔米兰。

(二) 时尚评选

伦敦的时尚评选活动以发掘新锐设计师为主。其中,伦敦时装周“新锐设计师赞助计划”(Newgen)评选范围涵盖男女装,珠宝首饰等时尚设计领域。此外,在伦敦的 Kensington 宫的 H&M 设计大奖赛,每年,来自全球最知名时尚设计学院的学生和毕业生们带来世界各地的天才创意。

伦敦时尚评选活动喜欢大力扶持年轻设计师,提供全方位多维度的服务,比如直接链接伦敦时装周、获奖设计师可以获得参与欧洲主流时尚活动及登上时装周官方邀请名单的机会、有资金扶持品牌创立。但其中劣势也很明显,非刚出道的年轻设计师缺少机会,针对成熟度高的商业性比赛少之又少。给新锐设计师设置时尚评选当然也是有风险的,一些有能力的设计师成长速度快,很难把他们留在企业中,而有些设计师在创业之后又很难保证品牌的设计周期,这样很容易造成一个设计师的消亡。

表 3 伦敦地区-“时尚评选”SWOT 分析

时尚事件类型	优势	劣势	机会	威胁
伦敦时尚评选	1、大力扶持年轻设计师,提供全方位多维度的服务。 2、直接链接伦敦时装周,参与欧洲主流时尚活动、并有资金扶持品牌创立。	1.仅针对刚出道的年轻设计师的比赛。成熟度高的商业性比赛比较少。 2.参与欧洲主流时尚活动、并有资金扶持品牌创立。	1.对于年轻设计师非常具有吸引力,同时可以给时尚产业注入了新鲜血液。	1.很难留住成熟的设计师。 2.新品牌虽然扶植起来了,但品牌的生命周期无法保证。

(三) 时尚展会

在英国举办时尚展会的优势在于,展会规模大、覆盖范围广,涉及服装服饰、珠宝、美容美发、家居等等,并且多为国际性展会。其劣势在于同一个展会涉及面太广,没有适当的细分,导致了展会数量少。每个展会的持续时间都过短,导致有许多媒体、观众来不及去参观,报道和评论自然就少了。伦敦展会的机会要自己去把握,改变传统的展会模式,增加商业形式的展会增加人气和知名度。有机会自然也会有威胁,一些新兴时尚都市以展会形式吸引大众和媒体,再加上英国脱欧对于伦敦经济地位的冲击也将影响国际展会的发展。

表 4 伦敦地区-“时尚展会”SWOT 分析

时尚事件类型	优势	劣势	机会	威胁
伦敦时尚展会	1.规模大。 2.覆盖范围广。 3.多为国际性展会,参展商来自不同国家和地区。	1.展会数量少。 2.展会持续时间过短。 3.同一展会涉及领域过广,没有适度地细分行业。 4.媒体报道、评论较少,展会组织者不是很明确。	1.可增加展会数量。 2.可细分展会种类。	1.展会形式缺少创新 2.展会细分不够,容易让参展商错过展会。 3.展会时间过短,不能让行业内的人充分了解展会信息。 4.新兴时尚都市对伦敦产生威胁。 5.脱欧对于伦敦经济地位的冲击也将影响其国际展会的发展。

（四）时尚展览

伦敦大型博物馆和小型展览馆较多，国际观众较多，展览精致，为时尚和艺术发扬提供了绝佳机会。正由于伦敦各大博物馆的名声，这些展览完全可以利用展馆名气推动时尚事业的普及，与时尚产业进一步结合。但是英国人的古板、保守阻碍了他们的机会，巴黎、米兰等大城市早已加快脚步，在国际上大力宣传自己的展览，想方设法更多的举办展览吸引全世界的目光，伦敦纵然有历史悠久的博物馆，展览的地位也受到了很大的威胁。

表 5 伦敦地区-“时尚展览”SWOT 分析

时尚事件类型	优势	劣势	机会	威胁
伦敦时尚展览	1.国际化大都市，艺术底蕴深厚，观众审美水平较高。 2.以服饰、时尚事件和艺术作品为主。 3.大型博物馆和小型展览馆较多，国际观众较多	1.宣传较少，主要依靠博物馆或美术馆的名气吸引观众。	1.借助伦敦时尚事业的发展，推动时尚类展览的普及。 2.开发展览周边的时尚文创产品，增加时尚展览的商业价值。	1.展览过多，且比较专业，比较小众化。 2.受其他欧洲城市冲击比较大。

（五）设计周活动

伦敦设计节从创办到壮大并不是一件容易的事情，伦敦设计节主席索瑞尔爵士(Sir John Sorrell)曾谈起第一次筹办伦敦设计节时的故事，他在参加第一次伦敦设计节的筹办时感觉到异常艰辛，因为很难找到足够的资金、参展单位和设计师。

表 6 伦敦地区-“设计周”SWOT 分析

时尚事件类型	优势	劣势	机会	威胁
伦敦设计周	1.英国时装教育和广告创意产业发达。 2.伦敦有许多知名艺术与设计教育机构	1.缺乏资金。 2.缺乏参展单位和设计师。	1.获奖后机会丰富。	1.其它国家已经有比较成熟的设计周活动。