



粉蓝衣橱音乐剧

# 深圳迈向全球时装周「大秀场」

「国际服交会」亚太称雄

时尚风向标地位确立

■ 谢运娣 马岳煌

7月10日—12日，为期三天的第十四届中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会（深圳服交会）在深圳会展中心举行。各大品牌竞相“亮出”自己的时尚态度。深圳品牌粉蓝衣橱在5号馆上演了一场承载着时装、音乐、生活与梦想的时装情景音乐剧。这场名为“唤醒”的音乐剧，是粉蓝衣橱再次将艺术植入品牌的跨界尝试。

这是一场时尚的盛宴，更是充满创意的天地，今秋今冬世界服装界流行的所有时尚元素，以及最能打动人的色彩，均能在此觅得踪迹。

此届服交会突出了自主创新、展会转型、跨界合作三大主题。素有品牌发展“助推器”之称的深圳服交会实现了由传统专业交易平台向创意设计型展会的华丽转身。经过14届的发展，中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会已成为亚太地区最具影响力、国内规模最大的服装专业展会之一，并成为时尚潮流的风向标和产业发展的晴雨表。

## 1 深圳引领时尚潮流

深圳服装产业从最初靠“三来一补”、“贴牌生产”起家，到打造自己的品牌，其发展水平如今已位居全国大中城市前列，引领着国内服装时尚的潮流。深圳目前拥有超过3500家服装公司，从业人员40万，自有品牌1200多个，产品畅销国内100多个大中城市。仅在国内一线城市，深圳服装就开设了6万多家分店或专柜。深圳服装业在国内一线品牌的龙头地位逐步确立，女装品牌发展尤为突出。在中国一线城市大商场销售的国内品牌女装，每10件就有6件是出自深圳设计师之手。“玛丝菲尔”、“影儿”、“歌力思”、“季候风”、“粉蓝衣橱”、“卡尔丹顿”、“梵思诺”、“艺之卉”、“天意”、“阁兰秀”、“淑女屋”等品牌成为中国时尚界耀眼的明星。

玛丝菲尔、影儿等深圳知名女装品牌都在国外开设了专柜。2013年深圳服装全行业实现产值1800多亿元，出口总值超过80亿美元。深圳逐渐发展成为“国内女装之都”，形成了“中国女装看深圳”的行业格局。

深圳时装产业已经连续5年参加伦敦时装周。2013年，深圳首次参加美国纽约时装周活动。“深圳服装在伦敦时装周走了5年秀，才走到了纽约时装周的主秀场，下一步的目标是巴黎。”谈起去年纽约时装周，深圳市服装行业协会秘书长张宏涛表示，在纽约时装周主秀场走秀，并非有钱就能办到，这需要品牌具有足够的时尚地位。张宏涛介绍，在纽约时装周的200多场秀，深圳秀场赢得了全场买手起立鼓掌。



2014深圳服装展一角

## 2 设计之都打造“时尚硅谷”

深圳服装产业的发展首先得益于较为成熟和完善的市场经济和自由竞争的市场环境。深圳市一直在探索服装等传统优势产业转型升级的路子。2002年，深圳市政府出台了《深圳市纺织服装产业结构调整方案》，对促进深圳市服装业发展发挥了巨大的作用。近年来，先后出台了《关于改造提升我市优势传统产业的若干意见》（2006年）、《关于加快产业转型升级的指导意见》（2011年）、《深圳市加快产业转型升级十项重点工作》（2011年）、《深圳市加快产业转型升级配套政策》（2012年）等一系列政策文件，为产业转型升级奠定了较好的政策基础。深圳服装行业更是成为传统优势产业转型升级的典范。

1988年，经深圳市民政局核准，深圳市服装行业协会注册成立。协会目前拥有会员单位600余家。自成立以来，协会连续6年组织深圳品牌参加英国伦敦时装周、纽约时装周。每年

除了组织企业参加各种服装博览会、交易会，还成功地举办了十多年的专业服装交易会——“中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会”。今年深圳时尚创意产业联盟的成立，也将树立深圳“时尚创意之都”城市品牌形象。

2003年，深圳市选址大浪，规划建设服装产业集聚基地。2011年，已开建的“大浪服装基地”升级为“大浪时尚创意城”。时尚创意城承载深圳时尚创意产业30%产能，年产值600亿元，超过300家国内外顶尖时尚品牌的总部将在这里落户。目前，大浪时尚创意城建设初具规模，华兴、影儿时尚等8家企业在大浪投产，玛丝菲尔、海君等6家企业主体建筑封顶即将投产，衡韵、爱特爱等8家企业正在规划报建动工，同时带动了一批服装时尚创意型总部企业迁入园区。大浪时尚创意城将成为深圳乃至全国时尚产业高端人才汇集和交流合作的“时尚硅谷”。

## 3 创意设计“点布成金”

深圳服装行业能够脱颖而出，还得益于品牌操盘手们对时尚潮流的准确把握和引领时尚的设计创意。深圳是一座现代化的移民城市，形成了创新、包容、开放的城市品格。特别是进入21世纪以来，深圳获得联合国教科文组织颁发的“设计之都”称号，“创意”、“设计”的理念在整个城市蔚成风气。深圳服装行业也更加注重“创新”、“创意”，全面打造“设计之都”、“时尚之都”。

有了创新与创意，一件服装不再仅仅是简单的物质产品而已，而是倾注了设计师的态度与追求，更是设计师与消费者之间艺术情感的连接和表达。深圳一批优秀原创设计

师，成为深圳品牌服装蓬勃发展的重要力量。“设计师的思想、能力决定企业的命运，决定品牌的高低。”朱崇辉作为玛丝菲尔时装有限公司的设计师和管理者，她坚信优异的设计，融合国际服饰时尚的独特创意，可以“点布成金”。

深圳艺之卉时尚集团董事长周胜自豪地说，我们拒绝产品同质化，建立了一支包括中外设计师在内的“联军”，致力将文化、时尚因素融入品牌打造之中。

精致、优雅、知性、现代、轻松等与优质生活息息相关的词语，正成为深圳诸多自有服装品牌的“时尚密码”。

# 美国博士眼里的深圳巨变

■ [美国] 马立安



作者简介：马立安，美国学者、诗人、翻译家。自1995年起，马立安开始在深圳开展人类学研究，旨在梳理成立最早以及发展最为迅速的经济特区——深圳日新月异的文化景观。马立安现阶段的研究着重于后社会主义城市化的文化逻辑，变动中的城市的创造性文献，文学翻译，以及一直处于进行状态的与胖鸟剧团的合作项目。最近，马立安正带头在白石洲推进社区公共艺术项目“握手302”。



在城中村的“握手302”工作室里，马立安正在画板上为“白石洲超级英雄们”上色。 何俊摄

20年前的深圳市区还有农田和原生的林木，那时上海宾馆是一个明显的边界。上海宾馆以东是“市里”，上海宾馆以西既不是“市里”也不是“郊区”，而是一块“等待未来”的片区。

“等待未来”是怎样的景观呢？概括地说，就是卡在传统与现代化之间的一片过渡区。当年的中心公园是个典型。沿深南中路的那块是一个有人行道、广场、长椅等设备的公园，也有一些从外地或外国进口的景观树。走在那里你会有时光倒转的感觉，仿佛回到改革开放前的年代。在这些“等待未来”的片区中，“城中村”是一种更特殊的类型。

1995年我做博士论文时，从美国来到深圳市，住在深圳大学边上的粤海门村。这个村和深圳大学之间没有围墙。据说深大第一任校长上任很长一段时间，深大校园是没有围墙的。但我来的时候已经有了，只是这个村子还没有被隔开。我当时还没意识到我住在“村里”。

那时到罗湖和福田叫“进市里”，好像南头不是深圳的市区。没有地铁，公共汽车大概只有两路，间隔时间很长，而且收车很早。大多数情况下只能坐私人经营的绿色小巴士。我慢慢地走遍了上沙、下沙、沙嘴、沙尾，认识了新洲、皇岗和水围这些村子。我才知道深圳市里还有农村，而这些村，就像我

住的地方一样，有城市生活的设施和条件，而不久前居民们还是农民户口。在空间形态上，我的印象中，这些村子就像一个个独立的世界，常常让我联想到“移民”这个词。

我的专业是文化人类学，对于人类学研究者来说通常的研究对象总是不同于自己的文化、族群和社会。刚来不久时曾经最引我关注的一个称谓是“老深圳”这个词。这个词通常是指从1979年—1990年这段时间来深圳且获得了稳定的职业和深圳户口的外地人。这个词不会用在原住的村民身上，也不会用在“打工仔”身上，即使他们可能已经来了很长时间了。我看到的“深圳人”似乎只是属于有城市户口的“老深圳”和将会变成他们的“新深圳”，虽然从来没有这个词。“深圳人”潜在的内涵是排除了原住的村民和外来的蓝领。

“深圳人”内涵的改变或许是进入21世纪之后开始的。伴随着大量加工业离开了深圳“市区”，撤到二线关外甚至是深圳以外，深圳市的产业转型开始。这个转型改变了两种人群：首先白领成为主要的劳动力；原来的农民洗脚上田成了有城市户口的市民。而房地产业勃兴，让拥有一套住房变成了“深圳人”的标志。因此即便你是打工者，你如果能买一套房子，你依然可以视自己是

“深圳人”。有没有户口倒是次要的，但这个新的改变其实依然是用排他法来定义的，这次用的是房子。

在这次产业转型中，福田“等待未来”的片区迅速崛起为新的城市中心。10年左右的时间，在福田我们再也看不到农田和原生或者次生的植物，一切都被人为的规划和建设改变。其中最为显著的是“城中村”经历了自发城市化和强迫城市化。前者是不断增强增密的握手楼；后者是握手楼被拆除，变成玻璃幕墙的更高的大厦群。

我曾经目睹了深南大道一侧的田面村和蔡屋围村的改造。新的高尚住宅区、国际学校和shopping mall（大型购物中心）落户其间。随后的渔农村、岗厦村的改造被称为创造“新土豪”的运动。原住的村民因其拥有土地资源而不再被排除在“深圳人”之外。

今天福田“等待未来”的过程在我看来似乎还没有结束，因为还有“城中村”正等待被强迫城市化。新的多中心的CBD（中央商务区）仍然有可能出现。未来的深圳超越多伦多和渥太华甚至纽约变成世界级大都市都是可能的。只是在回首往事的时候，会不会依然有一个最值得深思的问题纠结在我们的内心：还要过几个20年，深圳人才无须用排除法来定义自己？



参与“井盖涂鸦”公共艺术活动