



2022春夏中国国际时装周空氧品牌发布会现场。



2022春夏中国国际时装周JOOOYS品牌发布会现场。

## 行业发展机遇与挑战并存 模特新业态这场秀该怎么走

■中国城市报记者 王楠文  
全亚军图

在今年9月上旬举办的2022春夏中国国际时装周上,男女模特们身着华服沿T台陆续亮相,充分展现了我国时尚艺术领域独特的文化特征。在这之后,不同主题的北京时装周、上海时装周也将如期举办。

时装周不仅是设计师理念集中展示的舞台,更能体现不同地域及城市的精神价值、文化底蕴和相关产业发展情况。但在新冠肺炎疫情防控常态化的背景下,我国部分行业正面临着新的挑战和变化,时尚业亦不例外。

而对于为品牌设计师服务、为大众消费者传递时尚理念的模特们来说,时尚业格局的变动以及互联网数字化的冲击,导致传统模特的业务量正逐渐被流量明星、网红和非职业模特分流或取代,模特行业的发展趋势亦开始向新业态靠拢。

### 时尚格局发生变化 行业转型探索迫在眉睫

时装模特行业虽然在海外历史悠久,但上世纪80年代以前,“模特”这个词还没有进入我国普通民众的词典。此后,乘着改革开放的东风,模特逐渐从小众当中的小众成为我国时尚圈的主角,再加上多种媒介的推动,模特行业最终进入大众视野。

一些模特从业者告诉中国城市报记者,得益于北京、上海、广州等大都市的服装产业迅速发展,在强烈的市场需求下,我国时装模特队伍日益壮大。

从历年来国内大大小小的时装秀、时装周可见,时代赋予

了“模特”更加多元化的发展路径和属性,让他们不再只属于服装行业,不再只是商品的展示者,而是成为一座城市中服装、经济、文化产业链中不可或缺的组成部分。

部分专家认为,近年来,互联网和社交媒体快速发展,使整个社会包括时尚圈都比以前更加多元化,资讯交流也变得更加迅速。在接受中国城市报记者采访时,中国服装设计师协会常务理事、东方宾利文化传媒有限公司董事长姚戈表示,这些年我国时尚圈出现了一批很有个性的名模,他们走红的方式及展现在公众视野的形象各有不同,或凭着个人气质获得品牌青睐,或是在社交媒体上成功“圈粉”,继而成为受追捧的时尚偶像。特别是当一大批中国模特走出国门登上国际T台、拿下含金量颇高的一线品牌走秀机会和广告后,中国面孔得以在全球时尚圈占据一席之地。

“这些模特扮演的角色和承载的文化价值已远远超出我们的想象。”姚戈称,不可否认,模特行业的发展完善了服装产业链结构,也在一定程度上促进和推动了中国服装产业的快速发展。但伴随着时尚产业的转型升级以及国际时尚格局的调整变化,中国模特业走到了十字路口。

同时,姚戈认为,在愈发多元化的时代,传统模特业务应该主动进行市场引领和升级,特别是在多元文化背景和互联网数字化的冲击下,模特更要不断提升自身职业技能与传播价值。“此外,中国模特业的管理和组织机构,需要完善健全行业规章制度,打破所有桎梏去探索每一种可能性,推动实现传统领域延伸后的新业态新

模式。”姚戈说。

### 模特市场当下困境 加剧行业两级分化

每年各地的时装周之所以广受关注,是因为时装周为设计师、品牌、模特、买手以及产业上下游提供交流与服务。如何通过该平台抓住全球时尚产业转型升级的机遇,探索创新,寻求属于中国时尚的话语权和新业态?是当下我国模特产业亟待解决的问题。

“模特”作为时尚产业的重要组成部分,承担着传递品牌价值的属性。但由于是下游产业,模特业始终依附于服装业。因此,模特们的受关注度和地位一直随着服装业的发展,借助知名时装周等舞台角逐折桂。

值得注意的是,目前全球时尚话语权一直被欧洲时尚圈所掌握,想要在这一行“出人头地”,中国模特必须选择走出国门,把阵地放在世界时尚舞台的最前沿。

从最初的单打独斗闯四大时装周到组团征战国际T台,如今,中国模特已按照国际时尚业的“游戏规则”,完全融入到世界模特的队伍中,用自己的方式打开了国际市场知名度,逐浪“上游”,为中国在国际时尚舞台赢得了更多的话语权。

“在本季中国国际时装周中,我们看到了曾经在CHANEL、DIOR、PRADA等国际著名品牌秀场走秀的中国模特亮相。”姚戈说,“海外模特回归本土时装周,将国际时尚语言带回中国秀场,这既有利于更好地诠释设计师作品,也提升了国内秀场的质量,对中国时尚产业而言是件大好事。”

此外,受全球疫情影响,一

些国际知名模特是否还会经常参与我国本土时尚活动?姚戈分析说:“不能单一而论,主要看我们的时尚专业度和传播话语权,以及秀场上的品牌和设计师是否国际化。如果一味要求已经国际化的头部模特走下沉市场,只会拉低行业的整体水平。”

梳理过去的行业报道可见,无论是在国际舞台取得优秀成绩的中国模特,还是留在国内发展的模特,他们都面临同样的问题和困境,即传统模特的市场在逐渐变小,时尚业正在被更年轻、更有影响力以及全新的媒介形式所占领。针对这一情况,姚戈说:“可以预见,未来几年我国模特行业两级分化会更加严重,头部超模继续分得美羹,而处于中部甚至底部的模特将会看不见未来,甚至失业。”

### 对标国际时尚规则 推动行业健康发展

对于模特行业不同时期所存在的问题,相关行业协会有年来一直努力寻找解决方案。2014年,中国服装设计师协会职业时装模特委员会全体成员讨论通过,首次将模特年度纳税额作为优秀模特评选的重要依据。在业内看来,这是一次里程碑式的改变。“工作收入最能真实反映模特业务量和市场认可度,而依法纳税更是每一个中国公民应尽的义务。”姚戈说。

“一个行业的健康发展,离不开上下游产业扶植,同时也需要健全的市场规范和运营制度来保障。”姚戈表示,新的规范和制度为模特树立行业标准奠定了良好基础。

与国际时尚规则相似,模特拍摄一线品牌的广告、登上顶级

设计师的秀场、拍摄一线杂志封面和内页大片等含金量颇高的评价考核硬指标,让中国模特业真正走向市场化,并使行业相关制度趋于成熟和完善。

值得一提的是,如今,使用模特的设计师、摄影师、杂志编辑等业内专业人士也参与年度“中国首席模特”的评选投票,遴选出中国模特业真正的“劳模”,防止发生以往评选过程中评委“凭空想象”的情况。

谈及未来我国模特行业的发展趋势时,姚戈认为要顺应时代发展,适应产业结构变革,积极拥抱行业变化,努力创造新的业态形势。“中国模特业还有很长的路要走,如果能通过‘文旅项目融合、时尚品牌建设’与城市形成深度融合发展,那么模特行业将呈现出更好的新业态发展前景。”姚戈说。

反过来看,时尚作为新时代社会文化和城市消费的重要组成部分,对经济的发展和城市文化的提升起到了重要作用。而模特是传递时尚和连接服装产业上下游的纽带,也需在顺应时代和城市发展趋势的同时,寻求自己的新突破。

事实上,从早期的“人肉衣架”到如今承载和传递文化价值的符号,模特行业伴随着经济和城市文化的发展步伐而持续前进。姚戈建议:“未来应加强模特从业人员的文化教育培养和职业素养。因为教育是推动城市发展的重要力量,也是城市软实力的重要体现。为时尚产业储备高质量模特人才,源源不断地输送新鲜血液,才能较好地推动时尚产业、服装产业、中国模特业以及各省区市模特行业协会发展,并带动城市产业经济提升、点亮城市文化品牌。”