

快时尚背景下慢时尚的兴起

王 勇

(大连工业大学 服装学院, 辽宁 大连 116034)

摘 要:运用文献研究法、比较研究法、案例研究法和归纳法将快时尚和慢时尚的影响因素、特点和消费后果进行比较,尝试界定慢时尚的概念以及与慢时尚相近概念的区别,以不同的视角研究具有代表性的慢时尚品牌案例,阐述慢时尚可行的发展路径,探索慢时尚未来发展趋势和面临的挑战,以促进服装业积极健康地发展。

关键词:快时尚;慢时尚;服装业;慢时尚品牌;原创设计;可持续发展

中图分类号:TS 941.7-9 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-1928(2017)01-0073-06

Emergence of Slow Fashion in the Background of Fast Fashion

WANG Yong

(School of Fashion, Dalian Polytechnic University, Dalian 116034, China)

Abstract: Comparison was made between fast fashion and slow fashion on influential factors, characteristics of fashion and consequences of consumption through document research, comparative method, case study method and induction method. The current paper tries to define the concept of slow fashion and clarify the differences among slow fashion and other similar concepts. Typical slow fashion brand cases were studied to illustrate the feasible solutions for the development of slow fashion, in order to explore the future trends of slow fashion and the challenges it faces. The objective is to promote a positive and healthy development for the fashion industry.

Key words: fast fashion, slow fashion, fashion industry, slow fashion brand, original design, sustainable development

21 世纪初快时尚开始得到迅猛发展,它曾经作为一种新颖的时尚理念和商业模式被服装业界关注,引发了持续地讨论和研究,对服装业产生了巨大影响。当人们对快时尚最初的热情过后,开始反思快时尚所带来的后果时,慢时尚理念悄然而生。

1 快时尚的发生和流行

1.1 快时尚的定义

快时尚是一个当代服装专业术语,快时尚服饰是服装零售商从时装发布会捕获最新流行趋势,模仿推出的系列服装^[1]。事实上,快时尚品牌推出的快时尚服饰不仅包括对国际知名设计师品牌发布的流行款式的迅速模仿,也包括分布在世界各地的流行情报人员所汇集的街头流行样式。因此,快时

尚的定义可归纳为服装制造商和零售商基于最新流行趋势发布和消费者需求做出快速反应,并以低廉的价格为大众消费者提供时髦服饰商品的商业模式。

1.2 快时尚发生和流行的原因

1.2.1 工业化和批量生产 工业化生产水平的提高为时装的批量生产和大规模流行创造了前提条件。在原始社会和奴隶社会,受制于落后的生产力,服装款式很少变化,服装周期以千年为单位来计算;封建社会,统治阶层决定服装的样式,服装周期以百年为单位或以朝代更替而变化;20 世纪工业革命后,服装周期大约每 10 年发生 1 次大的变化。进入 21 世纪,服装权威机构每年都会发布流行趋势。这也是高级定制难以跟上快速发展的工

业化时代而被高级成衣所取代,以及成衣随后成为设计、生产和消费主流的原因所在。快时尚理念的产生使这种生产势能得以充分释放。

1.2.2 信息化和全球化 信息技术和全球化战略使得快时尚商业模式运作具有可行性。信息化技术的发展不断加速设计、生产和货品配送流程,并以更快的方式对流行趋势和消费者需求迅速作出反应。全球化降低了原材料采购和生产加工的成本,快时尚款式的普适性几乎可以在任何国家销售,以及全球统一的号型规格使得快时尚在国际层面迅速得到传播并被消费者认可。

1.2.3 “饥饿营销” 快时尚品牌采取多品种小批量的策略,每周更新货架商品款式使其不断保持新鲜感以吸引消费者,引导消费者消费,通过运用“饥饿营销”策略刺激消费者的购买欲,促使消费者不断抢购新品淘汰旧物。这种人为刻意制造的供不应求的假象加速了快时尚模式的发展。

1.2.4 竞争的加剧 世界经济论坛创始人兼执行主席克劳斯·施瓦布说:“在新世界,市场竞争不是大鱼吃小鱼,而是快鱼吃慢鱼”^[2]。在时装业愈来愈激烈的竞争中,快时尚以平民价位的营销手段迅速抢占市场并成为市场的赢家。与时装业平均 6 个月的产品生产周期相比,据称 ZARA 品牌从一款产品的开发到派送最快只需一周时间,并且每年投产大约 12 000 款新品设计^[3]。

1.3 快时尚的特点

1.3.1 快速反应 速度是快时尚的首要特点,表现在对时尚的快速反应,从产品设计、生产、配送和商店的信息反馈,整个供应链的快速整合使产品上架和下架更新速度加快。以 ZARA 品牌为例,为了从众多零售商中脱颖而出,不惜斥重金建设它的信息技术设施等,并以其快速敏捷的供应链而获得成功。ZARA 品牌每周两次配送新品到商店,以确保商店存货不断更新与众不同^[4]。

1.3.2 平民价位 快时尚虽然处于流行的前沿,但并不是时尚的创造者,而是时尚的密切关注者、快速反应者和复制者,因此在产品研发方面节省了大量成本。相比国际知名设计师品牌,快时尚的目标是以最新的时尚、低廉的价位面向大众消费群体进行销售。

1.3.3 短暂的时尚和鼓励过度消费 时间是快时尚的一个要素,不仅在产品制造和物流方面以快取胜,而且人为刻意缩短了产品生命周期,不断推出限量的新款式,刺激消费者产生恐慌心理,不断购买并不一定真正需要的时尚商品。

1.3.4 低劣的品质和用完即弃 快时尚的低价策略导致其选用廉价材料且做工粗糙以满足降低成本需要,导致其品质较差,难以经受时间和审美的考验。快时尚鼓励消费者用完即弃,快速淘汰旧有的样式,不断购买新推出的款式。

1.4 快时尚的后果

1.4.1 环境污染 快时尚通过提供快速更新和短暂生命的流行服饰鼓励人们过度消费。每年全世界服装生产有超过 800 亿件,在短暂使用过后,3/4 被送往垃圾场填埋或焚烧,只有 1/4 被回收^[5]。这不仅是对地球有限资源的巨大浪费,而且会因为快速过时的废弃衣物难以分解对人类生存环境造成巨大的影响。这也是快时尚像快餐被称为垃圾食品一样被人们所诟病。

1.4.2 扼杀原创 快时尚品牌密切关注各大时装周的发布现场,聚焦于抄袭高端品牌的设计,将别人的原创设计迅速转化为自己的廉价商品。原创设计因为快时尚的抄袭而瞬间变得低廉,这不仅对高端品牌和原创设计的生存是致命打击,而且会令消费者对设计的价值产生怀疑,加重了服装行业的恶性竞争。

1.4.3 流行周期的加快和审美疲劳 快时尚品牌每周不断更新货架,人为刻意缩短产品的流行周期,促使这种模式的运作越来越快,使其自身陷于惯性中很难停息下来。消费者最初因为快时尚的新鲜感而兴奋并趋之若鹜,当这种刺激以同样的方式,强度和频率不断重复出现时,消费者的感觉开始变得麻木。面对越来越多的快时尚品牌以及卖场和货架上摆放拥挤的流行服饰,消费者已经变得习以为常,从最初的感性消费逐渐转向理性消费。

1.4.4 降价和清仓处理 快时尚品牌最初采用“饥饿营销”策略以刺激消费者在没有折扣的情况下依然毫不犹豫地购买流行新品。然而,包括 ZARA 和 H&M 在内的各大快时尚品牌近几年已经不得不打出醒目的低价折扣和清仓处理广告刺激消费者的购买欲来消化库存,过季货品的堆积和甩卖使快时尚品牌最初宣称的零库存受到严重挑战。

2 慢时尚的兴起

2.1 慢时尚定义

慢时尚概念最初由伦敦时装学院凯特·佛莱彻于 2007 年提出:“慢时尚不是像动物印花那样来来回回的季节性流行趋势,而是正在获得势能的可持续时尚运动”^[6]。《过度装扮:廉价时尚令人震惊

的高昂成本》一书的作者伊丽莎白·克莱因说：“慢时尚包括可持续时尚,但是它比仅仅支持有机 T 恤具有更广阔的视野”^[7]。慢时尚从概念的提出到付诸实践仍然处于探索阶段,是一个不断发展和逐渐完善的过程。通过对当下慢时尚的分析,可以将慢时尚的定义概括为注重产品的原创设计、高品质和经久耐用,立足于本土生产,倡导可持续发展的服饰商品经营理念。

2.2 慢时尚兴起的原因 慢时尚概念是从慢食运动借鉴而来。20 世纪 80 年代卡罗·彼得里尼带头在意大利发起慢食运动,其初衷是捍卫地方传统、优质食物、美食乐趣和慢节奏生活。在 20 多年的历史中,这场运动的发展让人们对于食物有了更全面的认识,即这是与餐盘、地球、人类、政治和文化密切相关的一场全球性运动。慢食运动创建的标志性事件是 1986 年在位于罗马的一家麦当劳举行的示威活动^[8]。通过将食物、乐趣与意识和责任链接起来,反对标准化口味的食物以捍卫食物供应的多样性,维护消费者权益,并保护与食物密切相关的文化。慢食运动的兴起对包括慢时尚在内的诸多慢运动产生了重要影响。

慢食运动兴起的原因是反对快餐文化,慢时尚兴起的背景也是反对快时尚。由于快时尚在服装生产过程中和服装使用后造成的环境污染,以及快时尚毫无个性的设计、粗制滥造的工艺导致时装短暂的生命周期,这种现象不利于服装业的健康发展,为了改变这种现状提出了慢时尚的生活方式。

2.3 慢时尚的特点

2.3.1 主张可持续发展的时尚 牛津字典对时尚(fashion)的解释是一种流行的或最新式样的服装、发型、装饰或行为^[9]。对风尚(fad)的解释是人们对某物强烈而广泛分享的短暂热潮^[10]。追求短暂生命的快时尚,事实上已经背离了时装设计(fashion design)的初衷。当人们对快时尚最初的热情过后,开始反思快时尚带来的后果。时尚的发展过程同样适合波浪式前进的道理,慢时尚的出现可以说是对时尚偏离运转轨道的及时修正,促使时装业积极发展。慢时尚反对用完即弃、只顾眼前利益不顾行为后果的快时尚,提倡经久耐用和经典流行,倡导本土生产和可持续发展的时尚,注重本土文化传承和产业健康发展,以及人与自然环境的和谐相处。

2.3.2 注重原创和服装品质 快时尚采用廉价的材料、拙劣的加工,最大限度地压缩成本,制造廉价时尚,质量问题屡屡被媒体曝光。例如,面料纤维含量名不符实,做工粗糙,容易掉色,洗后变形,甚

至出现甲醛、pH 值超标现象,有害身体健康。快时尚奉行数量高于质量、以量取胜的赚钱法则,鼓励消费者不断购买,不断淘汰。慢时尚则提醒消费者重视服装的品质高于数量,追求精致而不浪费,推崇原创设计、经久耐用的时装,这种理念有助于推进服装设计行业的健康发展。选择这种服饰不仅可以延长衣物的使用寿命,精简衣橱,提升服装品质,也可以减少淘汰衣物等纺织品对环境的污染。

2.3.3 提倡理性服装消费 快时尚通过“饥饿营销”策略,人为制造心理恐慌,促使人们冲动购买并不一定适合或真正想要的时装。而慢时尚则提倡消费者购买时装就像购买一款新的电器或家具一样,是经过深思熟虑后的决定。消费者应该有意识地去寻找适合自己的时装,这种时装不仅可以令自己身心感到愉悦和产生满足感,也可以提升衣橱的品质,而不是充满廉价的赝品。倡导消费者为自己真正需要的时装作出正确的选择,而不是草率的决定。

2.3.4 鼓励对消费者进行服装生产过程和环保教育 快时尚为了追求利益最大化,在发展中国家的工厂进行时装代工,这些工厂不仅工作条件恶劣,而且工人多数被虐待^[11]。快时尚廉价成本的背后不仅是对环境造成巨大负担,更引发了服装行业的道德危机。慢时尚鼓励消费者应该知晓所穿时装采用的材料、服装的制造国家、服装生产所付出的代价,以及一件服装最终运到市场所跨越的行程距离,了解服装真正的生命周期和对环境所造成的影响。对消费者的服装教育有助于其深刻理解时装背后所隐含的深层联系以及人们有义务对自己的消费行为负责。

2.4 快、慢时尚的比较

文中对快时尚与慢时尚的影响因素、特点和消费后果进行比较,具体见表 1。

3 慢时尚、绿色时尚和生态时尚的联系与区别

慢时尚、绿色时尚和生态时尚都重视地球环境,提倡环保时装,但各自的涵盖面又有所区别。帕森斯时装学院的黑兹尔·克拉克说:“慢时尚是关乎消费者意识到贯穿设计、生产、使用和潜在再使用的整个过程。绿色时尚和其他运动的问题是仍然过于关注物品的消费,而慢时尚则致力于产品的整个周期”^[12]。绿色时尚主要是指由天然材料制成的自然健康的服饰,有机时装是典型的绿色时

尚,有机时装使用有机原材料制成。例如,植物在种植过程中没有使用除草剂、杀虫剂或其他有毒添加剂,还有有机树叶喂养生产的蚕丝。需要指出的是,有机时装面料在印染过程中也不能添加漂白剂和有害化学物质。生态时尚指的是在此基础上还

包括旧衣物的回收处理和再次使用。

相比较而言,慢时尚具有更广阔和更深远的含义,更多的是指一种生活理念和生活方式,推崇少买、重视品质和可持续发展,教育消费者购买时装要少而精,而不是多而差,强调品质高于数量。

表 1 快时尚与慢时尚的影响因素、特点和消费后果比较

Tab. 1 Comparison between fast fashion and slow fashion on influential factors, characteristics of fashion and consequences of consumption

影响因素		时尚特点	消费后果
快时尚	工业化生产技术和信息技术的高度发展,饥饿营销,激烈的竞争	模仿时尚,快速生产,低劣的品质和以量取胜,低廉的价位,用完即弃,鼓励过度消费	环境污染,扼杀原创,流行周期加快,消费者对时尚的麻木和审美疲劳
慢时尚	慢食运动,快时尚对服装业和自然环境所造成的后果与反思	注重原创设计,本土化生产,注重品质高于数量,价位较高,经久耐用,提倡理性消费和可持续发展	环境保护和人与环境的和谐共存、鼓励原创、流行周期的延长、引导消费者的审美取向和提升审美品位

4 慢时尚品牌案例分析

4.1 尼基·加布里埃尔品牌

尼基·加布里埃尔(Nikki Gabriel) 2002 年在澳大利亚墨尔本创建同名设计品牌,她开创了针织装“建筑结构”的理念,同时也是践行慢时尚理念的设计师。

尼基·加布里埃尔发现在创意和生产效率之间进行平衡是件困难的事情。当她调研家庭编织者的产品市场时发现现有的手工产品大多是传统的怀旧风格。她想通过呈现一种易于编织的新产品设计模式来创造一些与当代文化相关联的针织服装。现在她的服装几乎全是通过手工编织和后处理完成的。她的工作发展成为更像是艺术实践通过小规模手工进行生产的过程。

尼基·加布里埃尔的“建筑结构”理念从结构角度出发进行创新,通过几何图形的分解和组合,使得即使是手工编织初学者也可以动手制作一些简单的概念性时装样式来分享针织装设计的喜悦。这种“建筑结构”理念的针织服装样式是通过分阶段编织一个个特定的形状来完成,每个形状都简单

且易于操作,就像盖房子累积砖块一样,通过增加一个个模块将其拼接成为一件新的针织服装。

尼基·加布里埃尔倡导低碳环保可持续发展设计,设计所采用的材料全部来源于本土回收的羊毛、蚕丝、羊驼毛和山羊绒混纺的纱线,这些废旧纱线回收后重新纺纱,并在加布里埃尔零售店的天然染料实验室进行手工染色,或者根本无需漂白和染色,利用其原有的色彩直接纺成彩虹纱线^[13]。

在这个快节奏、追求批量化和生产效率的工业化社会,尼基·加布里埃尔可谓反其道而行之,以创新思维在市场上独辟蹊径,践行慢时尚的设计理念和生活方式,其设计风格自然随意,富有创新精神和人文气息,不仅使传统手工编织的针织装充满现代感,而且使得众多普通家庭编织者同样可以分享到设计创造的愉悦和价值感。

4.2 “无用”品牌

中国设计师马可 2006 年在珠海创建高级定制品牌“无用”。“无用”品牌充分体现了马可倡导节制、自求简朴的设计理念,为中国传统手工艺开辟了一条高端之路。

马可认为粗制滥造的廉价品是导致手工工艺迅速消亡的直接原因,因而倡导寻找一种低能耗、

可持续的生活方式,被评价为是一位反市场和反时尚的设计师。“无用”品牌的产品都是纯天然手工制作,一件手织布的衣服从织布算起需要做 3 个月,从手织布的组织纹样开始,再到手工缝制和植物染色,虽然制作缓慢,但令人心心愉悦^[14]。“无用”的设计也会采用回收的废弃物品,例如一条旧的印花被单,马可将它设计成一条连衣裙,一幅裂纹绘画被设计成服装上的美丽图案,一件旧的防水帆布被设计成一件大廓形外套^[15]。

尼基·加布里埃尔品牌面对的是家庭编织者和针织爱好者,而“无用”既是高级定制品牌,同时也是慢时尚品牌,对高级定制和慢时尚的发展同样具有启发意义。与其他高级定制品牌不同的是,“无用”倡导低能耗、可以超越时间、舒适耐用的服饰,是一种“奢侈的清贫”,这种清贫,不是无力改变现状的贫穷,而是看遍繁华之后对简朴和自然的回归。“无用”致力于发掘和保护民间传统手工艺,采用本土化生产,通过原创设计使其焕然一新,对于本土传统文化的继承和发展具有现实意义。

5 慢时尚未来发展趋势和面临的挑战

5.1 慢时尚未来发展趋势

5.1.1 立足于本土化的发展 在全球化背景下,从商品、服务到文化和价值观呈现出趋同的发展态势,慢时尚的本土化相对于快时尚的全球化而言,强调将产品或服务立足于特定区域和市场的发展过程。慢时尚的本土化不是狭隘的地域观念,而是致力于发掘本土潜质、优势和明显的特色,植根于本土,从中吸收养分,发展壮大。例如,在设计、生产和营销中,结合当地的传统文化、风俗习惯和时代精神,更多地体现人文关怀,使时装成为文化的载体,具有更深层的内涵和价值,同时带动本土文化和经济可持续发展。

5.1.2 个性化、多元化的设计风格 时尚存在的意义远非一件浮于表面的时髦商品,它是人们个性化思想情感和艺术审美的表达方式。对于抄袭风盛行的标准化设计和批量生产的快时尚已经毫无个性可言,更谈不上原创设计。慢时尚不仅可以给设计师带来更多的创意发展空间,使设计师更好地实现自身价值,也为消费者带来更多的选择机会。慢

时尚蕴含着个性化思想和多元化的设计风格,可以赋予时尚更丰富的内涵和价值,人们能够细细品味和慢慢欣赏。

5.2 慢时尚面临的挑战

5.2.1 消费教育和可识别性 广大消费者并未真正认识到快时尚对环境所造成的负面影响,也对慢时尚缺乏必要的了解,这种消费教育需要多方面的努力。例如,媒体的曝光和引导、社会名人的带领、企业自身的宣传和推广,以及在学校义务教育阶段对环保意识的培养等。另外,慢时尚应该具备明显的可识别性。例如,慢时尚品牌自身应具有鲜明的风格特色,以及服装行业组织成立权威机构进行专门认证和颁发特殊的标识,既与其他商家区别开来,也便于消费者识别。

5.2.2 居高不下的成本和价位 慢时尚的原创设计,所选择的环保材料以及可持续化生产,使之远远高出快时尚的制造成本和销售价位。这对于消费者而言需要一个逐渐认识和接受的过程。

5.2.3 小众的消费群体 慢时尚的高成本和高价位注定一开始仅局限于小范围的消费群体。但是,一旦慢时尚行业和社会地位被认可,势必如传统高级定制或高级成衣一样成为一个新的商业模式被确定,并逐渐拥有稳定的消费群体。

6 结 语

快时尚品牌异军突起,迅速抢占全球市场,但由于后继乏力,开始从上升的拐点跌入低谷。“物极必反”,快时尚的极致发展暗示着新的变化正在酝酿和新的潮流即将发生。正如快时尚就像快餐被称为垃圾食品一样被人们诟病。在慢食运动影响下,慢时尚以植根于本土的原创设计、负责任的道德生产和可持续化发展开始被人们关注,并以崭新的姿态步入时尚舞台。虽然慢时尚在发展初期会遭遇诸多困难,但不可否认,慢时尚所蕴含的正能量顺应了时代发展趋势,最终将被消费者认可。

参考文献:

[1] Anon. Fast fashion [EB/OL]. (2014-05-23) [2016-03-16]. https://en.wikipedia.org/wiki/Fast_fashion.
[2] Klaus Schwab. Are you ready for the technological

- revolution? [EB/OL]. (2015-02-19) [2016-3-20].
<https://www.weforum.org/agenda/2015/02/are-you-ready-for-the-technological-revolution/>.
- [3] Stephen Burgen. Fashion chain Zara helps inditex lift first quarter profits by 30% [EB/OL]. (2012-08-17) [2016-04-12]. <https://www.theguardian.com/business/2012/aug/17/zara-inditex-profits>.
- [4] Ahallak. Zara: a better fashion business model[EB/OL]. (2015-12-09) [2016-05-02]. <https://rctom.hbs.org/submission/zara-a-better-fashion-business-model/>.
- [5] Shuk-Wah Chung. Fast fashion is "drowning" the world. we need a fashion revolution! [EB/OL]. (2016-04-21) [2016-05-02]. <http://www.greenpeace.org/international/en/news/Blogs/makingwaves/fast-fashion-drowning-world-fashion-revolution/blog/56222/>.
- [6] Anon. What is Slow Fashion? [EB/OL]. [2016-07-06]. <http://www.slowfashioned.com/about>.
- [7] Dania Marti. Sustainable fashion, a growing trend [EB/OL]. (2013-09-09) [2016-07-07]. <https://www.gbnews.ch/sustainable-fashion-a-growing-trend/>.
- [8] Slow Food: The history of an idea [EB/OL]. [2016-07-06]. <http://www.slowfood.com/about-us/our-history/>.
- [9] Anon. Definition of fashion in English [EB/OL]. [2016-07-07]. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/fashion>.
- [10] Anon. Definitions of fad in English [EB/OL]. [2016-07-07]. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/fad>.
- [11] Sarah Butler. Zara owner inditex faces fines in Brazil over poor working conditions claim [EB/OL]. (2015-5-12) [2016-07-08]. <https://www.theguardian.com/fashion/2015/may/12/zara-owner-inditex-fines-brazil-working-conditions-claim>.
- [12] Hayley Phelan. The slow fashion movement: 10 brands that are doing it right [EB/OL]. (2012-12-10) [2016-07-08]. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:T73IGyS0R9wJ:fashionista.com/2012/12/the-slow-fashion-movement-what-it-is-and-the-10-brands-that-are-doing-it-right+%cd=1&hl=zh-CN&ct=clnk&gl=uk>.
- [13] Jenny Udale. Fashion knitwear [M]. London: Laurence King Publishing, 2014: 161.
- [14] 张卓, 马可. 彭丽媛的设计师如何衣以载道 [EB/OL]. (2014-10-19) [2016-08-16]. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7OyMbv2u2nQJ:news.ifeng.com/a/20141019/42240501_0.shtml+%cd=1&hl=zh-CN&ct=clnk&gl=uk.
- [15] Ma Ke Wuyong. Fashion in motion [EB/OL]. [2016-07-07]. <http://www.vam.ac.uk/content/articles/f/fashion-in-motion-ma-ke-wuyong/>.

(责任编辑:张 雪,邢宝妹)