

O2O 服装零售业影响下的物流配送关键影响因素提取

阮金花, 郑景景, 胡守忠*
(上海工程技术大学 服装学院,上海 松江 201620)

摘 要:O2O 线上线下一体化的快速发展引发了物流配送进程中许多问题,如物流配送时效性。针对 O2O 服装零售的特点及物流特性,运用文献分析法、专家打分法、层次分析法、MATLAB 矩阵运算对 O2O 服装零售业物流配送的影响因素进行分析,确定各因素对服装行业物流配送的影响权重,得出了物流人才配备、路径选择、信息化进程、配送工具选择、订单配送分配、物流服务态度 6 个因素占总影响因子的 91.74%。为服装企业资金、资源的分配重点提供理论支持,从而提高 O2O 服装零售物流水平,突破物流配送面临瓶颈问题。

关键词: O2O 服装零售业;物流配送;层次分析法;MATLAB

中图分类号:F 502 **文献标志码:**A **文章编号:**2096 - 1928(2017)03 - 0266 - 07

Logistics and Distribution Key Factors Extract
Under O2O Fashion Retailing

RUAN Jinhua, ZHENG Jingjing, HU Shouzhong*
(Fashion Design and Engineering, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai 201620, China)

Abstract:The rapid development of the O2O online integration has led to many problems during logistics distribution, such as logistics timeliness. This article will focus on the features of O2O retailing mode and those of logistics distribution, using the methods of literature analysis, expert scoring, hierarchical analysis and MATLAB matrix computing, to study the factors affecting the logistics distribution of O2O apparel retailing, and to determine the impact weight of each factor. Six factors have been found to account for 91.74% of the total influence. They are lack of professional personnel, path selection, information processing, selection of distribution methods, order distribution, distribution attitude, respectively. This work aims to provide theoretical support to the financial and resource allocation of apparel companies, so as to improve the distribution level of O2O apparel retailing.

Key words:O2O clothing retail, logistics distribution, analytic hierarchy process, MATLAB

O2O 服装零售是在电子商务弊端不断暴露的情况下产生的,是实体店与电子商务相结合的服装零售模式,简言之指线上线下的融合。对于服装行业,移动 O2O 的未来发展方向是提高门店竞争力,充分利用移动端的互动和导流优势,提高用户到店消费的频率、转化率和提篮量^[1]。

餐饮行业对于 O2O 这个词并不陌生,可以说是 O2O 物流配送的典型。而对于服装行业,O2O 零售模式却是一个全新的概念,它不仅是线上购买线下配送,还是线上与线下互动的过程,然而目前对于物流配送影响因素的分析,基本停留在宏观概念上,未能从根本上找出影响物流配送的因素^[2]。文

收稿日期:2016 - 12 - 06; 修订日期:2017 - 02 - 08。
基金项目:服装创意设计及人才培养模型探析项目(15KY0901)。
作者简介:阮金花(1989—),女,硕士研究生。
* 通信作者:胡守忠(1955—),男,教授,硕士生导师。主要研究方向为工商管理、服装市场研究与营销、服装电子商务。
Email: hushzh@sues.edu.cn

中针对物流配送的特性,并结合 O2O 服装零售业特点,找出影响 O2O 服装零售业的物流配送因素,并求出各影响因子所占的权重,对今后企业物流方面的投资提供一定的参考依据。

1 O2O 服装零售业物流配送特点

O2O 服装零售订单有两种方式:一种是客户网上选款直接购买;另一种是客户加入购物车,预约到店试衣,在店铺内直接购买或者网上下单,享受网上优惠服务,其基本流程如图 1 所示。

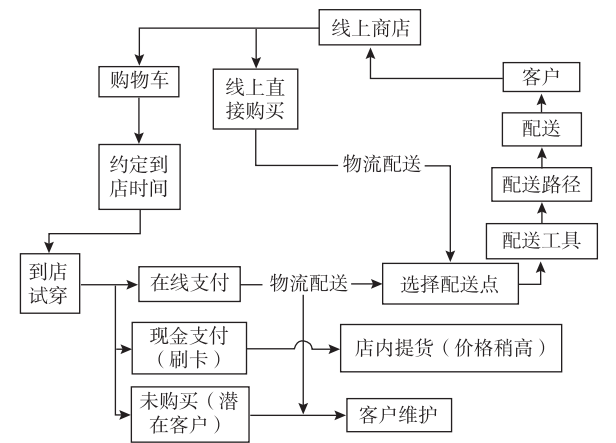


图 1 O2O 服装零售基本流程

Fig.1 Basic process of O2O fashion retailing

由图 1 可以看出,O2O 服装零售的突出特点是由线上线下两个部分组成。利用电子商务的特点节约宣传成本,拓展线上客户源。线上包括淘宝、微信平台、腾讯平台、微博、贴吧等;线下一般指实体店铺。线上线下包含两种互动形式,一种是线上触动线上,另一种是线下触动线上。消费者支付方式包含线上支付和实体店支付两种。由图 1 可知,线上支付有两种模式:线上选款直接购买;线上选款,线下试穿,线上购买。线下支付也有两种形式,线下看款直接购买以及线上看款线下购买,后者属于线上触动线下。

O2O 服装零售业物流配送特点主要由订单形成方式决定。物流配送是将线上或者线下的订单以快递的形式交付到消费者手中的过程,O2O 服装零售业物流配送既具有电子商务下服装物流配送的特点,又具有实体店物流配送的特点:

1) 订单产生的随机性 电子商务下订单形成具有随机性和跨地域的特点。对于实体店,一般是批发产生物流配送,即客户到店选货,配送点是确定的,因此,物流配送与零售商是割裂的。

2) 时效性 根据知名调研企业艾媒 2015 年第 1 季度关于网购客户对物流质量的调研数据,55%

的调查者对 O2O 模式下的物流期限为 1 天,40% 为 2 天,仅 5% 的调查者认为 O2O 模式下的客户时效性可以为 3 天^[3]。

3) 物流配送与实体店相结合 由图 1 可以看出,实体店不仅有试衣间的功能,而且具有储存的作用,行使配送中心的功能,客户可以通过网上购买,亦可以实体店购买。

4) 物流配送包含实体店及网上销售两部分订单 客户想在店里购买商品而店铺内缺货的情况下,需要从最近的销售中心或者配送中心调货,购买流程进入物流配送阶段。综合网上订单情况选择订单配送路径,进行物流配送。

5) 对于物流进程的可控性 对于电子商务,物流配送是连接零售商与消费者最直接的纽带,但也正是最无法掌控的部分^[4]。O2O 服装零售可以借助实体店与消费者直接接触的优势将物流配送的不可控性最小化,拉近消费者与销售商之间的关系,使得消费者能够获取更加丰富、全面的商家信息,更加便捷地向商家在线咨询并进行预定,获得相比线下直接消费较为便宜的价格。

6) 大数据信息获取方便 O2O 线上线下融合可以发挥网上购物的优势,即电子商务的优势,实现每笔交易可跟踪,快速掌握用户数据,并可以通过挖掘大数据寻找新客户,提升对老客户的维护;通过数据与用户进行沟通,更好地了解用户心理;通过在线有效预定的方式,合理安排,节约经营成本,拉动新品消费,降低线下实体对黄金地段旺铺的依赖,减少租金支出。同时 O2O 服装零售业能够给客户带来便捷、优惠、消费保障等服务,从而吸引大量高黏性用户。

2 影响 O2O 服装零售业物流配送的因素

根据 O2O 服装零售业物流配送的特点,分析出了以下影响因素^[5]:

1) 订单配送分配 订单配送分配是物流配送进程开始的最初环节、最基础部分,订单配送分配的分析需要根据与客户的距离、承载量的多少等多种因素。

2) 配送工具 配送工具的选择,是物流配送的第 2 步,受订单多少及路况等因素影响。

3) 物流人才匮乏^[6] 物流给连锁零售企业带来的不仅仅是商品,更是一种为顾客提供所需商品的能力。当物流人才匮乏时,物流公司在制度上、组织上、模式上、工作上都会有影响,配送体系也会变

得低效。

4) 配送路径的选择 不同的运输工具对于配送路径的要求也有所差异。如能选择最佳配送路径,对物流的速度无疑是非常大的提升。

5) 物流配送模式的选择 中国 O2O 服装模式下的零售业物流配送模式包括 3 种:企业自营物流配送模式、第三方物流配送模式以及共同配送模式。国内服装企业大多数为中小型企业,第三方物流配送成为其首选。

6) 配送点的确定 订单如果发往某地,则有许多的配送点可以选择,选择一个合适的配送点非常重要。如果选择了一个不恰当的配送点,货物会迟迟不能到达客户手中,甚至出现物流无法运送到指定地点的情况。

7) 订单准确性 订单准确性是非常重要的环节,如若出现收件地址、发货地址、联系方式等信息错误,会导致客户不满,不再信任物流的配送。

8) 信息化进程^[7] 信息化进程决定了 O2O 服装零售业与客户联系的紧密程度。O2O 服装零售业一般是中小型企业,选用第三方物流配送模式的比较多,因此为了加强与客户的联系程度,获取客户最原始的资料,信息化进程的提 高是其中最重要的一部分。

9) 政府调控 政府需建立一套健全的物流管理机制。建立高效、统一的现代物流体系,政府要重视物流基础设施的建立,帮助物流配送企业缓解技术设施的制约,同时需要重视物流新技术的研究和应用,为物流信息交流的畅通创造条件。

10) 交通状况 交通状况是不可控因素,但 其是 O2O 服装零售业物流配送速率的关键因素。

11) 物流服务态度^[8] 在物流配送的行业中,或多或少的存在服务态度,比如:物流交接慢,导致的送货时间长;送货员服务态度差,与客户发生口角等,对 O2O 服装零售业物流配送有着不利的影响。

3 层次分析法确定各影响因素权重

层次分析法是美国运筹学家匹茨堡大学教授萨蒂于 20 世纪 70 年代初,在美国国防部进行“根据各个工业部门对国家福利的贡献大小而进行电力分配”课题研究时,应用网络系统理论和多目标综合评价方法,提出的一种层次权重决策分析方法^[9]。

层次分析法在对复杂决策问题的本质、影响因素及内在关系等进行深入分析的基础上,利用较少的定量信息使决策的思维过程数学化,从而为多目标、多准则或无结构特性的复杂决策问题提供简便的决策方法,是对于难于完全定量的复杂系统作出决策的模型和方法。

3.1 建立递阶层次结构模型

根据第 2 节的分析,建立线上服装零售物流配送影响因素递阶层次分析结构模型,具体如图 2 所示。目标层:目标层是指分析问题的预定目标或理想结果,仅有一个元素;中间层:这一层次中包含了为实现目标所涉及的中间环节;最底层:这一层次一般是指实现目标可供选择的各种措施、决策方案等,因此也称为措施层或方案层。最底层的权重是其对应于上一层即中间层的各因子占本层所有因子中的权重,文中最终要得到最底层各因素对于目标的排序权重。

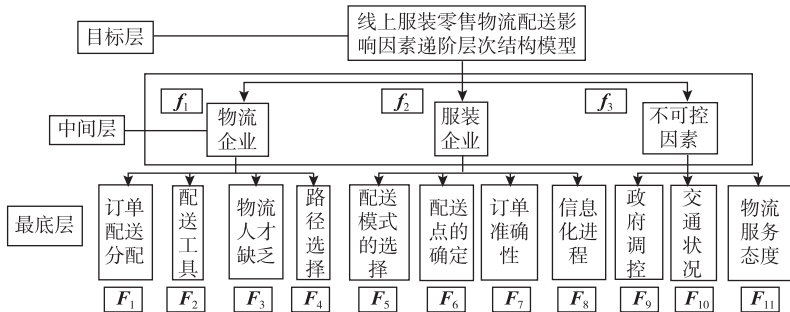


图 2 O2O 服装零售业物流配送影响因素权重分析

Fig.2 Weight analysis of O2O clothing retailing distribution factors

3.2 构造各层次中的所有判断矩阵

采用两两比较的方法,通过专家打分法确定各因素的平均数来构造判断矩阵。对 10 位专家进行问卷调研,对各因素进行两两比较,运用打分法,构造

判断矩阵,采用半定量的方法进行分析,获得以下判断矩阵。

层次分析法中的打分受到心理作用的影响,分级的设置非常重要,从心理学角度来看,级数太多

会超出人们的判断范围,增加判断的难度,也会因此造成虚假数据的产生。Saaty 等^[11]还用实验方法比较了在各种不同标度下人们判断结果的正确性,实验结果也表明,采用 1 ~ 9 标度最为合适,其构造判断矩阵的标度见表 1。构造中间层判断矩阵见表 2,构造最底层判断矩阵:构造对于中间层 f_1 的判断矩阵见表 3,构造对于中间层 f_2 的判断矩阵见表 4,构造对于中间层 f_3 的判断矩阵见表 5。

表 1 构造判断矩阵的标度

Tab.1 Scale construction of judgment matrix	
标 度	含 义
1	两个因素相比,具有相同重要性
3	两个因素相比,前者比后者稍重要
5	两个因素相比,前者比后者明显重要
7	两个因素相比,前者比后者强烈重要
9	两个因素相比,前者比后者极端重要
2,4,6,8	上述相邻判断的中间值
倒数	若因素 i 与因素 j 的重要性之比为 a_{ij} ,那么因素 j 与因素 i 重要性之比为 $1/a_{ij}$

表 2 中间层判断矩阵

Tab.2 Interlayer judgment matrix			
目标层	f_1	f_2	f_3
f_1	1	1/2	1/7
f_2	2	1	1/5
f_3	7	5	1

$$\boldsymbol{x} = \begin{bmatrix} 0.122\ 8 + 0.000\ 0i & -0.061\ 4 - 0.061\ 4i & -0.061\ 4 + 0.106\ 4i \\ 0.218\ 1 + 0.000\ 0i & -0.109\ 0 - 0.188\ 9i & -0.109\ 0 - 0.188\ 9i \\ 0.968\ 2 + 0.000\ 0i & 0.968\ 2 + 0.000\ 0i & 0.968\ 2 + 0.000\ 0i \end{bmatrix},$$

$$\boldsymbol{y} = \begin{bmatrix} 3.014\ 2 + 0.000\ 0i & 0.000\ 0 + 0.00\ 0i & 0.000\ 0 + 0.000\ 0i \\ 0.000\ 0 + 0.000\ 0i & -0.007\ 1 + 0.206\ 4i & 0.000\ 0 + 0.000\ 0i \\ 0.000\ 0 + 0.000\ 0i & 0.000\ 0 + 0.000\ 0i & -0.007\ 1 - 0.206\ 4i \end{bmatrix}。$$

归一化后即为一层次相应因素对于上一层次某因素相对重要性的排序权值,见表 6。

表 6 对于目标层相对重要性的排序权值

Tab.6 Relative importance of sorting weight for target layer	
目标层	权 重
f_1	0.739 6
f_2	0.166 6
f_3	0.093 8

对目标矩阵表 2 进行一致性检验,计算一致性比例 CR 方法如下

$$CR = CI/RI$$

表 3 对于中间层 f_1 的判断矩阵

Tab.3 Interlayer judgment matrix for f_1				
中间层 f_1	F_1	F_2	F_3	F_4
F_1	1	1/3	5	7
F_2	3/1	1	2	3
F_3	1/5	1/7	1	1
F_4	1/4	1/3	1	1

表 4 对于中间层 f_2 的判断矩阵

Tab.4 Interlayer judgment matrix for f_2				
中间层 f_2	F_5	F_6	F_7	F_8
F_5	1	5	7	9
F_6	1/5	1	1	3
F_7	1/7	1	1	2
F_8	1/9	1/3	1/2	1

表 5 对于中间层 f_3 的判断矩阵

Tab.5 Interlayer judgment matrix for f_3			
中间层 f_3	F_9	F_{10}	F_{11}
F_9	1	5	4
F_{10}	1/5	1	2
F_{11}	1/4	1/2	1

3.3 进行层次单排序

判断矩阵 f 对应于最大特征值 λ_{\max} 的特征向量 \boldsymbol{W} ,经归一化后即为一层次相应因素对于上一层次某因素相对重要性的排序权值,这一过程称为层次单排序。

1) 运用 MATLAB 计算目标矩阵表 2 的特征值构成的对角矩阵 \boldsymbol{y} 及特征向量矩阵 \boldsymbol{x} 为:

其中

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1};$$

RI:查找相应的平均随机一致性指标。对 $n = 1, \cdots, 9$,Saaty 给出了 RI 的值,见表 7。

表 7 平均随机一致性指标

Tab.7 Mean random consistency index			
n	RI	n	RI
1	0.00	6	1.24
2	0.00	7	1.32
3	0.58	8	1.41
4	0.90	9	1.45
5	1.12		

计算得: $CR = W = 0.012\ 2 < 0.1$, 可以通过一致性检验。

2) 同理可得: 对于中间层 f_1 的判断矩阵(见表 3) 对于上一层次某因素相对重要性的排序权值 F'_i 见表 8。

表 8 对于 f_1 相对重要性的排序权值	
Tab.8 Relative importance of sorting weight for f_1	
中间层 f_1	权 重
F'_1	0.086 6
F'_2	0.107 3
F'_3	0.442 1
F'_4	0.364 0

其一致性检验 $CR_1 = W_1 = 0.201\ 3 > 0.1$, 不能通过一致性检验。针对不同专家的正倒值矩阵分别求权重与 CR 值, 要求不符合 $CR < 0.1$ 的专家重做问卷, 修改后的判断矩阵见表 9。

得到对于中间层 f_1 的判断矩阵(见表 3) 对于上一层次某因素相对重要性的排序权值见表 10。

由此计算得: $CR_1 = W_1 = 0.089\ 9 < 0.1$, 可以通过一致性检验。

表 9 修改后的中间层 f_1 的判断矩阵				
Tab.9 Interlayer judgment matrix for f_1				
中间层 f_1	F_1	F_2	F_3	F_4
F_1	1	1/3	2	4
F_2	3/1	1	2	3
F_3	1/2	1/2	1	1
F_4	1/4	1/3	1	1

表 10 修改后的 f_1 相对重要性的排序权值	
Tab.10 Relative importance of sorting weight for f_1	
因 素	权 重
中间层 f_1	0.739 6
F''_1	0.114 4
F''_2	0.148 9
F''_3	0.456 7
F''_4	0.280 0

3) 对于中间层 f_2 的判断矩阵(见表 4) 对于上一层次某因素相对重要性的排序权值见表 11。

表 11 对于 f_2 相对重要性的排序权值	
Tab.11 Relative importance of sorting weight for f_2	
因 素	权 重
中间层 f_2	0.166 6
F'_5	0.059 7
F'_6	0.117 8
F'_7	0.142 1
F'_8	0.680 4

其一致性检验 $CR_2 = W_2 = 0.017\ 1 < 0.1$, 可以通过一致性检验。

4) 对于中间层 f_3 的判断矩阵(见表 5) 对于上一层次某因素相对重要性的排序权值如表 12。

表 12 对于 f_3 相对重要性的排序权值	
Tab.12 Relative importance of sorting weight for f_3	
因 素	权 重
中间层 f_3	0.093 8
F'_9	0.126 5
F'_{10}	0.186 5
F'_{11}	0.687 0

由此计划算其一致性检验 $CR_3 = W_3 = 0.081\ 0 < 0.1$, 可以通过一致性检验。

3.4 层次总排序及一致性检验

由此得到一组元素对其上一层中某元素的权重向量, 最终得到最底层各元素中各方案对于目标的排序权重, 从而进行方案选择。总排序权重重要自上而下地将单准则下的权重进行合成, F 层对于目标层的总权重计算: $b_i = \sum_{j=1}^m b_{ij}a_j, i = 1, \cdots, n$, 具体见表 13。

表 13 F 层对于目标层的总权重				
Tab.13 Total weight of the F layer for the target layer				
F 层	f 层			B 层对应于目标层的
	f ₁	f ₂	f ₃	总权重排序 $b_i = \sum^m b_{ij}a_j$
	0.739 6	0.166 6	0.093 8	0
F ₁	0.114 4	0	0	0.084 6
F ₂	0.148 9	0	0	0.110 1
F ₃	0.456 7	0	0	0.337 8
F ₄	0.280 0	0	0	0.207 1
F ₅	0	0.059 7	0	0.009 9
F ₆	0	0.117 8	0	0.019 6
F ₇	0	0.142 1	0	0.023 7
F ₈	0	0.680 4	0	0.113 4
F ₉	0	0	0.126 5	0.011 9
F ₁₀	0	0	0.186 5	0.017 5
F ₁₁	0	0	0.687 0	0.064 4

从表 13 可以得到 F 层对应于目标层的总权重排序见表 14。

表 14 F 层对应于目标层的总权重排序										
Tab. 14 Final weight distribution of layer F corresponding to the final layer										
F''_3	F''_4	F'_8	F''_2	F''_1	F'_{11}	F'_7	F'_6	F'_{10}	F'_9	F'_5
物流人才缺乏	路径选择	信息化进程	配送工具	订单配送分配	物流服务态度	订单准确性	配送点的选择	交通状况	政府调控	配送模式选择
0.337 8	0.207 1	0.113 4	0.110 1	0.084 6	0.064 4	0.023 7	0.019 6	0.017 5	0.011 9	0.009 9

对层次总排序也需作一致性检验,检验仍像层次总排序那样由高层到低层逐层进行。这是因为虽然各层次均已经过层次单排序的一致性检验,各成对比较判断矩阵都已具有较为满意的一致性。但当综合考察时,各层次的非一致性仍有可能积累起来,引起最终分析结果较严重的非一致性。设 F 层中与相关因素的成对比较矩阵在单排序中经一致性检验,求得单排序一致性指标为 $CI(j)$, $(j = 1, \cdots, m)$, 相应的平均随机矩阵指标为 $RI(j)$ ($CI(j)$ 、 $RI(j)$ 已在层次排序时求得见表 15, 则 F 层总排序随机一致性比例为

$$CR = \frac{\sum_{j=1}^m CI(j) a_j}{\sum_{j=1}^m RI(j) a_j}$$

表 15 一次性指标 CI 及 RI		
Tab. 15 One-time indicators Ciand RI		
编 号	CI	RI
1	0.080 9	0.089 9
2	0.015 4	0.017 1
3	0.047 0	0.081 0

计算得 $CR = 0.071 < 0.10$, 可通过一致性检验。

4 模型评价

4.1 优点

- 1) 系统性的分析方法 作为理论分析的工具之一,层次分析法将研究对象作为一个系统,按照分解、比较判断,考虑到各层因素对目标层的影响以及上级因素对下级因素的影响,从而对最底层因素进行权重排序。
- 2) 所需定量数据较小 层次分析法讲究对问题本质的分析及从要素的理解出发,对理论问题进行量化处理,通过两两对比,找出相对重要的因素,判断准确率高且数据有效,解决实际问题。
- 3) 简单实用的决策方法 严格意义上而言,层次分析法,并不完全是定量分析,在对因素进行两两判断时,处于将感性问题量化的阶段,再通过数学运算计算权重。

4.2 缺点

- 1) 不能获取新的元素或决策方法 层次分析法的作用只能在已有因素或者方案中进行权重分析,进行决策。
- 2) 建立在定性基础上的定量分析 层次分析法中最基础的是对因素进行层次分析,而后进行判断矩阵的建立,这一过程,是人脑完成的,带有强烈的主观性。
- 3) 分析影响因素有限 层次分析法中每个元素的下拉因子中不宜超过 9 个影响因素。
- 4) 运算过程繁琐 运算过程比较繁琐,运算的数据较多,特征值和特征向量的精确求法比较复杂,且一致性检验如果不能通过,会加大工作量。

5 结 语

从权重的总排序可以看出,物流人才缺乏、路径选择、信息化进程、配送工具选择、订单配送分配、物流服务态度 6 个因素占到了总影响因子的 91.74%, 其中物流人才缺乏、路径选择、配送工具选择、订单配送分配属于物流影响因子下的影响因素,信息化进程属于 O2O 服装零售业影响因子下的影响因素,而物流服务态度则是不可控因子下的影响因素。

因此,对于 O2O 服装零售业,对物流公司的要求应当注意以上几个方面,同时,应该提高信息化进程,加大信息化技术的投资,使得企业与物流公司达到无缝链接以便配送信息的获取,达到与客户零距离接触的效果。而对于物流企业,需要在物流人才上加大投资力度,投资比例可参考其在总影响因子中所占的权重,路径选择、配送工具选择、订单配送分配应当建立合理的数学模式,找到最优方案,达到最好的物流配送效果。物流服务态度的提高,需要 O2O 服装企业与物流公司的配合,对物流配送人员进行培训,为客户提供最优的配送服务态度。

参考文献:

[1] 王健,刘荷. 区域物流发展的影响因素研究 —— 基于福建省的实证分析 [J]. 华东经济管理,2014,28 (3):22-27.

- WANG Jian,LIU He. A study on influencing factors of regional logistics development—Based on an empirical analysis in Fujian province[J]. East China Economic Management,2014,28(3):22-27. (in Chinese)
- [2] Ieva Meidute,Vasilis Aidas,Vasiliauskas. Analysis of factors impacting development of transport and logistics services[J]. Current Issues of Business and Law, 2008(1):154-160.
- [3] 李瑜生. O2O 模式下传统零售业物流配送模式选择 [D]. 广州:华南理工大学,2015.
- [4] 杨泽航. 战后日本物流业发展及启示 [D]. 长春:吉林大学,2004.
- [5] 冯丹. 基于灰色理论的物流发展的影响因素研分析——以甘肃省为例[J]. 生产力研究,2012(6):15-18.
- FENG Dan. Logistic effect factors study based on the theory of gray development[J]. Productivity Research, 2012(6):15-18. (in Chinese)
- [6] 路征,和琴. 生鲜农产品物流发展的影响因素及综合评
- 价——基于五个地区行业专业人士调查数据的分析 [J]. 西部论坛,2015,25(2):10-13.
- LU Zheng,HE Qin. Factors and comprehensive assessment of fresh agricultural products logistics development—Based on five areas of industry professionals survey data analysis[J]. West Forum, 2015,25(2):10-13. (in Chinese)
- [7] 汪志东. 中国物流产业发展的影响因素及其经济增长关系实证分析[D]. 合肥:中国科学技术大学,2014.
- [8] 李欣桐. 松原市物流业发展的影响因素研究[D]. 长春:吉林大学,2012.
- [9] 董鹏,展黛,吴楣,等. 制造企业内部物流所处的困境及优化管理研究[J]. 造纸信息,2017(7):14-21.
- DONG Peng,ZHAN Dai,WU Mei,et al. The plight of manufacturing enterprise internal logistics and optimization management[J]. China Paper Newsletters, 2017(7):14-21. (in Chinese)
- (责任编辑:卢杰,邢宝妹)

(上接第 257 页)

4 结 语

文学作品改编的影视剧服饰要以尊重历史、尊重原著为基础,不能盲目地照搬或无根据地改编,要使服饰成为影视作品的重要元素,深化主题。优秀的影视服装设计应该使荧幕形象与文学形象之间建立起情感上的纽带与艺术上的共鸣,同时要注意影视画面的整体美感,向观众传达更丰富的艺术意蕴。

经典名著的社会影响和历史地位决定了它的影视改编应以高度尊重原作为基础,服饰也不例外,设计师尊重传统才是对广大观众审美心理和习惯的尊重,才能赋予影视服装新的艺术生命。文学作品的影视化改编对传统文学的影响意义深远,在当下读图时代,《红楼梦》作为一部传统文学经典,其影视传播形式超越了文字语言,成为主流传播形式,因此忠实于原著的精神内涵应该是影视剧首要向观众传达的,87 版电视剧《红楼梦》的服饰语言以其出色的写实风格很好地践行了这一点。

参考文献:

- [1] 方晓. “色”裁红楼[M]. 北京:北京航空航天大学出版社,2009:193-195.
- [2] 曹雪芹,高鹗. 红楼梦[M]. 北京:人民文学出版社,2000:536-560.
- [3] 李军均. 红楼服饰[M]. 济南:山东画报出版社,2004:102-122.
- [4] 焦俊梅,冯淼,孙欣湘. 红楼梦图谱[M]. 长沙:湖南美术出版社,2010:121-166.
- [5] 潘建华. 舞台服装设计与技术[M]. 北京:文化艺术出版社,2000:38-45.
- [6] 崔荣荣. 《红楼梦》人物服饰——中国古代服饰文化的缩影[J]. 武汉科技学院学报,2004,17(6):111-113,116.
- CUI Rongrong. Costumes of characters in classic novel *A Dream of Red Mansions* epitome of Chinese ancient culture [J]. Journal of Wuhan Institute of Science and Technology,2004,17(6):111-113,116. (in Chinese)
- [7] 崔荣荣. 解读《红楼梦》服饰与人物地位之渊源[J]. 武汉科技学院学报,2005,18(7):63-65.
- CUI Rongrong. Comprehension of the orcgin of dress and individual character in *A Dream in Red Mansions* [J]. Journal of Wuhan Institute of Science and Technology, 2005,18(7):63-65. (in Chinese)
- [8] 刘菲. 《红楼梦》女性与清前期汉官家眷服饰比较研究[J]. 红楼梦学刊,2014(3):241-255.
- LIU Fei. *A Dream of Red Mansions* women and early Qing Han Guan family clothing[J]. *A Dream of Red Mansions*, 2014(3):241-255. (in Chinese)
- [9] 陈东生,甘应进,周丽艳,等. 解读《红楼梦》服饰的社会制约因素[J]. 武汉科技学院学报,2006,19(10):51-54.
- CHEN Dongsheng, GAN Yingjin, ZHOU Liyan, et al. Comprehension of the Social Confinement Factor in *A Dream of Red Mansions*[J]. Journal of Wuhan Institute of Science and Technology, 2006, 19(10):51-54. (in Chinese)
- (责任编辑:卢杰,邢宝妹)