

宁波时尚服装设计业生态圈发展基础与培育模式

马仁锋¹, 窦思敏¹, 梁贤军²

(1. 宁波大学 人文地理与城乡规划研究所, 浙江 宁波 315211; 2. 宁波市智慧城市规划标准发展研究院, 浙江 宁波 315048)

摘要:产业生态圈是孕育和衍生新业态的高效路径,是新兴产业成长的生命之源。宁波纺织服装产业在向“时尚产业”转型过程中,亟待通过构建时尚服装设计业生态圈触发纺织服装产业结构调整、业态优化、品牌及创意能力提升。通过梳理全球典型城市时尚服装设计产业生态圈的发展经验,综合分析宁波时尚服装设计企业、品牌及创意人才的基础,提出宁波时尚服装设计业生态圈培育模式与路径。研究认为:(1)以创建中国一流时尚服装设计之都和国际时尚原创中心为目标引领宁波“四维一体”时尚服装设计业生态圈成长;(2)亟待通过完善人才服务体系、探索建立信息共享平台、培育智能制造模式、营造品牌氛围等培育路径着力点,催化宁波时装设计产业迅速崛起。

关键词:时尚服装设计业;产业生态圈;文化创意产业;服装产业转型

中图分类号:TS 101.9 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-1928(2018)02-0177-06

Industrial Ecosphere Foundation and Cultivation Mode of Ningbo Fashion Design

MA Renfeng¹, DOU Simin¹, LIANG Xianjun²

(1. Institute of Human Geography and Urban-Rural Planning, Ningbo University, Ningbo 315211, China; 2. Ningbo Academy of Smart City Development, Ningbo 315048, China)

Abstract: Industrial ecosphere is an efficient approach to breed and derive new formats. It is the source of growth of new industries. In the transition process of Ningbo textile and garment industry to "fashion industry", it's urgent to build a fashion design industrial ecosphere which can trigger the adjustment of textile and garment industrial structure, optimize industrial formats, and also can promote creative ability. Through reviewing the development experience of global fashion design industry ecosystem of typical city and comprehensive diagnosing the base of industry, brand and creative talent of Ningbo fashion design industry, the development mode and path of Ningbo fashion design industrial ecosphere was proposed. It was suggested that the growth of Ningbo fashion design industry of "integration of four dimensions" can be led by the aim of building the first-class fashion design capital of China and the international fashion originality creative center. To catalyze the rapid rise of Ningbo fashion design industry, it is urgent to develop the cultivation path, which include improving the talent service system, exploring the establishment of information sharing platform, fostering the intelligent manufacturing model, and creating a brand atmosphere.

Key words: fashion design industry, industrial ecosphere, cultural and creative industry, transition of garment industry

改革开放后,宁波纺织服装产业秉持红帮裁缝优良的“工匠精神”,发展迅速,现已成为宁波经济支柱产业之一,同时也是宁波城市产业的名片。纺织服装产业既是宁波最具特色的优势产业,又是宁

波经济社会发展的支柱产业,无论在经济成分、利税贡献、对外贸易、国际化程度,还是提供就业等方面,都有着举足轻重的地位。然而,宁波服装产业目前仍以低层次加工、低附加值产品的加工制造业

收稿日期:2017-09-16; 修订日期:2017-11-17。

基金项目:浙江省社科规划重大招标项目(16YSXK04ZD-1YB)。

作者简介:马仁锋(1979—),男,副教授,博士。主要研究方向为文化创意产业与城市发展。Email:marxf@126.com

态为主,存在时尚品牌影响偏小、时尚平台支撑不够、时尚氛围不够浓厚等问题,“十三五”期间亟待加快纺织服装产业向“时尚产业”转型。服装产业发展及转型升级相关研究提出,通过嵌入价值链升级服装产业^[1],亦可通过与文化创意产业融合发展提高纺织服装产品经济附加值^[2-3],当然这两种升级路径都需要本土服装产业的集群发展^[4-5]。这些传统转型路径研究强调产业自身能力,无法适应现代广泛联系的服装产业生态系统。美国经济学家穆尔于 1993 年首次提出竞争(理念、方式、重点)应由个体竞争转向生态圈竞争,认为商业生态系统中的各组织和个人都担当着不同的职责和功能^[6]。中国学界认为产业生态圈指某些产业在一定地理空间已形成或即将形成以某产业为核心构筑的具有竞争力和可持续发展能力的地方产业集群体^[7]。受“互联网+”的催化,各种生态圈迅速成长,有人将其视为价值链主导经济发展的升级版^[8]。服装产业生态圈现有研究,突出服装教育与服装企业脱钩的“生态圈”困境^[9];亦有学者认为服装企业的创新与发展至少需要一个基础平台和多个支撑产业发展的服务平台^[10],趋向时尚设计转型必须把握消费经济时代的产业创意需求,依靠时尚人才培养引进以及时尚平台载体为重点,推进时尚服装产业生长^[11]。构建时尚服装设计业生态圈是宁波服装业结构调整、优化业态、提升品牌创新力,积淀时尚能力的切实有效手段。

1 宁波服装业数据源与研究方法

宁波地处东南沿海,是长江三角洲南翼的经济中心,重要的港口城市,宁波作为长三角服装出口重要基地之一,拥有广泛的国际影响力。以宁波市时尚服装设计业为研究对象,通过实地考察、访谈、国内外资料分析和文献研究,系统考察时尚服装设计业未来发展战略方向和实施路径,揭示宁波时尚服装设计业发展中的存在问题及成因;综合运用产业生态学的生态圈理论,提出宁波市时尚服装设计业顶层设计的概念和内涵,基于生态圈理念对宁波市时尚服装设计业进行全方位、深层次和战略性设计。并在此基础上,用系统的思维和方法,对宁波市时尚服装设计业转型升级这个系统工程,从创新要素集聚、创新发生模式、创新机制保障等方面找准切实有效的实施路径。

研究数据以 2016 年末宁波市行政区划为基础,依托宁波市工商企业数据库、新闻及各品牌官网,

查询与汇总宁波市服装企业具体名录及各企业业务范围、研发设计能力、设计师等数据,并根据历年宁波市纺织服装发展报告进行核实。

2 时尚服装设计产业生态圈内涵、元素及国际经验

2.1 时尚服装设计产业生态圈内涵、元素

时装设计产业生态圈是指在产业结构上以时装设计人才为核心,以信息共享平台为支撑,以智能制造为基础,以品牌建设为依托,在监管部门和产业协会的共同治理下形成稳定协调、互联互通、融合共享的产业生态圈,具体如图 1 所示。时装设计产业生态圈的元素主要包括:①政府。政府牵头推动创新平台搭建并出台政策推动一体化发展,促使产学研合作围绕创新转化迅速发展。②用户。后工业社会与国家激励民间创新的进程使得用户成为创新的主体,实验室创新活动边界被社会网络“融化”,用户的角色转变及相互协同催化了以生产者为中心的企业自我创新逐步转向以用户为中心的社会网络创新。③行业。众多同一性质的企业通过面向用户社会网络创新寻求更适宜的合作方式,加快了院所研发、人才培养、成果转化的行业持续发展动力的生成。④人才培养。院校人才培养契合企业需求促成产业转型,同时较好地行业发展提供充分的实习实训机会和充裕的人才储备。⑤院所研发。与用户、生产企业进行互动式的创新,科研院所在专利开发的同时也完成了专利应用的社会需求,有助于全面推动行业的创新发展。



图 1 时装设计产业生态圈结构

Fig.1 Industrial ecosystem structure of fashion design

2.2 全球典型城市时装设计业生态圈发展的经验

梳理巴黎、米兰、伦敦、纽约、东京等代表性的国际时装中心发展历程,发现它们在构建生态圈过程中非常注重设计师、产业品牌、多主体协同创新。西方国家时装设计产业链架构如图 2 所示。

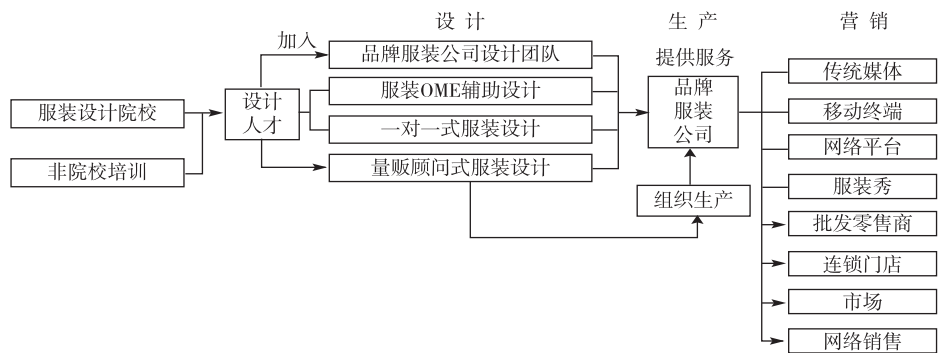


图 2 西方国家时装设计产业链

Fig. 2 Fashion design industry chain of western countries

2.2.1 提升设计师的品牌影响力 设计师不仅是时尚行业中的导向性因素,而且是服装品牌最核心的资产。首席设计师对品牌有无可比拟的影响力,设计师的个性化创意较大程度上决定着品牌的走向与商业化导向。全球耳熟能详的一线品牌,其首席设计师对品牌具有举足轻重的影响,他们自身的个性创意决定着品牌的走向,以及商业化前景。如风靡全球的意大利品牌 Gucci,原本是个缺乏创意的意大利老牌子,但经过时装、形象师 Tom Ford 的鬼斧神工, Gucci 起死回生,成为国际一线品牌。Ginna Versace 创立时尚潮流品牌范思哲,在法国取得了巨大成功,使得意大利时尚服装业大举进军法国。

2.2.2 推动产业转型升级 时装产业是一种创意密集的文化创意产业,需要融合文化、经济双元素;时装产业是世界潮流的风向标,对服装市场敏感度要求较高。因此,接轨全球时装发展道路,推动业态模式创新,有赖于时装产业链向高端化与国际化转型升级。服装产业链,不仅创意设计含量高,而且与消费者关系密切,因此市场敏感度极高。以服装产业链系统趋避全球市场风险,提高收益,必须专注设计环节的周期及其市场价值份额,从而为服装产业注入新的活力和发展动力。

2.2.3 促进合作主体的协同创新 为实现产业技术革命推进政府、用户、院所研发、人才培养、行业等以知识增值导控的多主体融合创新模式,关键是形成以院校、公司为核心,以政府、资本、用户、中介等为辅助的多元主体互动网络创新模式。协同创新已是全球产业创新活动的主流趋势,成为整合创新资源、提高创新效率的有效途径。全球知名时尚城市的时尚服装产业创新组织和发展历程,均将推动企业自主创意设计、知名设计师、时尚展览、专业院所的协同创新作为产学研合作的重点。众多合作主体中,知识产权和公益性草根市集创意深度合作并不是自发形成的,因此激励协同创新的某些主体,有利于促进政、产、研、学的全面合作,实现创新

的可持续发展。

3 宁波构建时尚服装设计业生态圈基础评估

宁波服装业以男装起家,1990 年后如太平鸟、斐戈、德·玛纳、旦可韵、麦中林、花时美等女装品牌迅速发展,与此同时,杉杉、爱法贝、小虎·帕蒂、MQD、辛巴娜娜等童装品牌快速崛起。宁波服装业已形成女装、童装与男装共舞,时装、休闲、牛仔、内衣全面开花格局。

3.1 宁波构建时尚服装设计业生态圈的“红帮”企业基础

20 世纪 70—80 年代是中国服装业诞生期,形成了上海主导的江浙服装基地、香港—深圳—东莞引领的珠三角产业基地、大连为中心的北方服装基地,以及北京—天津主导的环首都服装带。宁波是红帮裁缝的发祥地,具有深厚的服饰文化底蕴。为上海服装企业加工产品是宁波服装业走出的第一步,随后发展成为外国企业贴牌加工基地。该过程红帮裁缝为宁波服装企业提供了技术支撑和中介服务,一大批“星期天”裁缝师的技术指导,使得宁波服装企业的生产技术得到了迅速提升,也奠定了宁波服装产业做大做强的基础。红帮人才回乡,极大地带动了宁波服装企业的发展。改革开放之初,老一辈的“红帮”传人落叶归根,使得宁波红帮服装得到继承。如奉化江口镇招揽盛军重塑服装产业的优势,启用董清龙、陆法成等顶级“红帮”名家,罗蒙服装厂在此背景上诞生并发展壮大;江六村史利英开办江六村化纤劳保厂,聘请陆成法出任技术顾问成就了培罗成服装厂,成为宁波服装产业集群中的亮点。这一批“红帮”大师回归不仅缔造了宁波服装企业,也催生了宁波服装产业集群。政府为了支持服装产业的进一步发展,提高宁波服装产业的知名度,将“红帮”服装推向全球、走向世界,从 1997 年开始每年举办宁波国际服装节。经过 20 多年的

发展,男装等持续保持国内领先优势,女装和童装也快速壮大;多元化、系列化格局形成,休闲装、时装、牛仔等全面开花;太平鸟、GXG 等龙头企业“电商换市”领跑全国,服装产业已成为宁波重要的经济支柱。

3.2 宁波构建时尚服装设计业生态圈的 brand 与创意人才基础

2005 年以来,宁波时装品牌影响力逐步上升,已基本形成多元化、系列化格局,宁波市典型时装品牌及风格见表 1。除了一直名列全国同类城市榜首的男装,宁波女装也在近 20 年涌现出几十个知名品牌,2010 年后童装同样强势崛起,晋升为主流时装品牌。宁波服装业发展经历了“来样加工—模仿设计—创意时尚”的 3 个重点阶段,产业链重心不断后移,行业附加值大幅提升,服装业从生产型向设计型转变的迹象初显。在高端人才和企业资源方面,宁波占有一定数量的知名时装企业,具有一定实力的高端时装设计人才,且在国内时装设计界中有着重要影响力。

表 1 宁波典型时装品牌及风格

Tab.1 Famous fashion brand and its style of Ningbo

品 类	传统品牌	风 格	新晋品牌	风 格
男装	罗蒙	沉稳、正式	GXG	自由、随意
女装	斐戈	优雅、大气	乐町	个性、魔幻色
童装	一休	贴身、简洁	太平鸟	时尚、活泼

3.3 宁波构建时尚服装设计业生态圈的瓶颈

综合诊断宁波时尚服务设计业态构建的企业、品牌、创意人才基础,发现宁波时尚服装设计业存三大瓶颈。①时装设计人才瓶颈。长期以来,纺织服装被视为劳动密集型产业,新材料新技术的涌现更大程度满足了不同领域不同人群的服装需求,但宁波时装设计产业对市场发展方向把握不足,该领域内设计人才的成长明显落后于制造技术的发展。企业缺乏创意设计人才、科技人才、成果产业化人才、高级技工等人才,行业缺少人才激励机制和人才评价标准,其中时装设计师需求量大、忠诚度低,设计人才缺乏成为制约宁波时装设计产业发展的最大障碍之一。②信息共享平台的掣肘。目前,宁波已有和丰创意广场、228 创意园、创新 128 等时尚创新设计载体,但其吸引力和辐射力不足,难以发挥平台的集群优势。同时,企业与院校、企业与企业之间信息相互独立,市场信息不流通,各纺织服装企业更专注于自身的加工环节和产品品质,缺少新装备、新技术、新工艺和新产品等时尚前沿信息的沟通渠道,未形成互惠共生、资源共享和网络化

协同的交流平台 and 共享机制。③本土品牌创新力不足。就目前宁波时装产业发展情况看,市场同构现象明显,男装品类单一,来样仿制多,原创能力弱,高附加值产品少。当前消费者的服装需求越来越倾向于个性化,但宁波时装设计产业的创新投入不足,跟风现象严重,缺乏对本土文化内涵的挖掘和重构,难以形成具有宁波特色的时装产业文化,也难以建立本土品牌的用户忠诚度,市场竞争力匮乏。

4 培育宁波时尚服装设计业生态圈的 模式与路径

宁波应当全面贯彻“浙江时尚产业发展规划纲要(2014—2020 年)”,立足服装产业集群优势,以创建“中国制造 2025”试点示范城市为契机,加快服装加工制造业与时尚创意产业协同发展,着力提升时尚服装设计创新能力,形成时装新业态、设计新活力。即以创建中国一流时装设计之都和国际时尚原创中心为目标,着力提升设计能力、制造能力、品牌能力、育才能力,构建四维一体的时装设计生态圈成长模式,具体如图 3 所示。

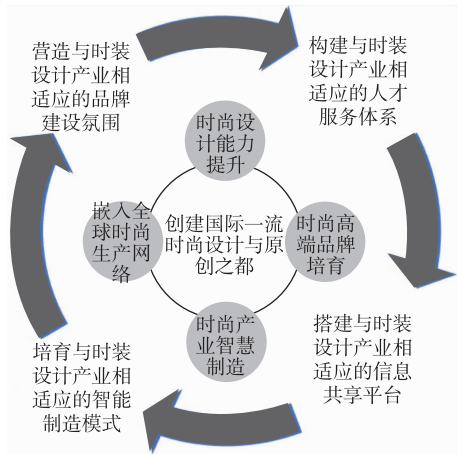


图 3 宁波时尚服装设计业生态圈成长模式与路径

Fig. 3 Cultivation mode of Ningbo fashion design industrial ecosystem

4.1 宁波时尚服装设计业生态圈的培育模式

1)着力提升设计创新能力,由服装制造向服装创意设计发展。按照“企业主体、政府引导、统筹推进、全程评价、动态管理”的要求,建设一批时尚产业省级重点企业设计院;整合市域企业设计力量,构筑网络互动高端设计平台,形成设计核心竞争力。着力推进时尚产业与国际接轨,鼓励时尚企业加强与国际时尚品牌的交流合作,支持领军企业到国际时尚城市设立设计中心;收购兼并国外有潜力的时尚设计企业,创造条件吸引国外设计机构落户宁波。

2)嵌入国际服装设计价值链的上游实现引领服装制造升级。积极嵌入国际服装生产价值链,利用贴牌、委托生产积累本土价值链的学习效应与创新能力,提高宁波服装企业的自主设计水平。同时,鼓励服装企业加大研发、设计和品牌的投入,逐渐培育向第三方提供时装创意的产业群。

3)着力加快时尚产业智慧制造,由重资产模式向轻资产模式发展。引导鼓励企业积极运用大数据、云计算、物联网及移动互联网等新一代信息技术改造企业研发、设计、生产、管理、营销等各个环节,促进管理方式创新、工艺装备提升、产品质量改进以及生产效率提高。通过开展时尚企业“两化”融合示范试点,实现生产环节的“机器换人”、网络销售对规模以上企业的全覆盖,实现网络监管与绿色制造方式对有污染企业的全覆盖。

4)着力培育重点时尚品牌,由服装贴牌生产向品牌运营发展。鼓励企业发展品牌,注重自主知识产权的知名品牌投入力度,创建具有国际影响力的世界级品牌。鼓励有实力的企业收购国际知名品牌,支持国内品牌在境外注册商标。力争形成一批能够体现宁波时尚产业综合竞争力,创新能力强、具有明显竞争优势的时尚品牌。以品牌竞争为切入点,不断提升创意、科技含量,打通国内外市场渠道,建立国际品牌网络,全面提升服装产业的附加值。

4.2 宁波时尚服装设计业生态圈的建设路径

为进一步推动宁波时装设计产业转型升级,宁波在时装设计领域以完善人才服务体系为核心,探索建立信息共享平台,培育智能制造模式,营造品牌氛围,从而构建一个稳定协调、互联互通、融合共享的时装设计产业生态圈,助推宁波纺织服装向信息化、高端化、柔性化、时尚化方向发展。

4.2.1 构建与时装设计产业相适应的人才服务体系

①优化时尚载体,配套服务机构。以和丰创意广场为载体,搭建一个以“设计师品牌”为主体,集时尚设计、技术研发、定制制造、展示交易于一体的时装人才和产品孵化中心。以宁波市大学科技园、创意1956产业园、新芝路8号创意园、211创意空间等创新创业园区为依托,支持高水平设计师成立时装工作室、品牌工作室等时装设计节点,集聚科技咨询、天使投资、财务服务、法律咨询、技术交易等时装设计相关的服务行业,融合国际时尚元素和宁波特色,吸引企业、高校和研究机构参与,构建功能完善、服务配套、设计师集聚的人才服务网络。②完善人才培养,提升核心竞争力。以时装专技人才和创新设计人才为重点,依托“千人计划”,实施

专业技术知识更新工程、卓越设计师培训计划、高层次人才引进计划,强化职业教育和技能培训,依托宁波大学、浙江纺织服装职业技术学院等在甬高校和雅戈尔、罗蒙、杉杉、太平鸟、GXG等宁波知名服装企业,共建教师专业技能示范培训基地、现代学徒制试点示范基地、时装设计产业战略研究中心。继续实施国际合作战略,支持和鼓励专业人才到国外学习培训,探索建立国际时装培训基地,为时装设计师提供时尚资讯分享、职业技能指导、实战模拟训练等专业课程,全面提升宁波时装行业核心竞争力。

4.2.2 搭建与时装设计产业相适应的信息共享平台

①搭建线上信息平台,同步时尚资讯。鼓励和支持宁波服装龙头企业或时装创新创业团队建立时尚资讯平台,收集发布时尚服装设计、生产、营销的行业信息,如全球服装款式、面料、配饰等流行资讯和技术研发信息等。运用客户众筹设计云集成、品牌快速设计在线集成和各式设计网络论坛抓取集成等技术,构建宁波时装产业网络化、信息化设计平台,深度挖掘和分析应用平台相关信息,实现品牌商、设计师与消费者的信息同步共享。②强化线下交流合作,实现资源共享。借助宁波港口地域优势、跨境电子商务和外贸优势,加强与上海、深圳、成都、香港等国内城市,东京、釜山、巴黎、佛罗伦萨等国外时尚都市的交流合作,组织时装领域企业及设计师实地考察学习,参与论坛、学术研讨会等,推进国内外创意设计人才互动、品牌文化展示交流、时尚信息资源共享。

4.2.3 培育与时装设计产业相适应的智能制造模式

为满足消费者对时装市场的多元化需求,时装设计产业发展方向从大批量、低成本向大小批量按需切换的柔性智能生产方式转变。以构建“中国制造2025”试点示范城市,主攻发展智能经济为契机,重点围绕服装面料研发、创意设计、款式动态模拟、服装个性定制等关键环节,探索建立基于网络的面向客户、信息互通、协同设计、柔性生产的智能制造模式。支持有实力的传统优势服装企业构建柔性生产链和供应链平台,推动企业间研发、管理、营销等信息的一体化集成,提升产品数据库共享水平。鼓励服装企业使用三维虚拟服装设计、虚拟现实体验技术、3D数字体感系统等新技术,助推“分包”“众筹”等新型创意设计组织方式,实现工厂与设计师、设计师与客户、工厂与终端客户的全网对接,大幅节省设计师修剪、调整、编辑过程中重复打样的物料和时间,充分激发时装设计师创新活力,促进

宁波纺织服装业整体向时尚经济转型升级。

4.2.4 营造与时装设计产业相适应的品牌建设氛围

①培育时装品牌,塑造品牌优势。大力实施品牌战略,在宁波针织服装、休闲服装、快时尚服装和男装等优势门类中继续扶植一批具有行业影响力和国际竞争力的龙头企业和时尚品牌,并重点培育一批自主时装品牌,重点打造一批设计师品牌和服装高级定制品牌。鼓励有实力的企业收购国际知名品牌,支持国内品牌在境外注册商标,通过开拓国际、国内市场,建立国内外品牌合作网络,从而提升服装产业附加值,提高宁波时装产业的品牌竞争力。②举办时装节,推广时尚品牌。结合宁波创建时尚名城,继续办好宁波国际服装节、服博会等大型展会,并以举办“时装周”为契机,积极推介宁波时尚品牌,举办国际时尚产业博览会、国际知名品牌推介会、流行趋势发布会、设计师品牌时装秀、时装设计作品大赛等时尚活动。同时,强化媒体对时装企业、时装设计师和品牌活动的宣传力度,尤其利用移动网络等新媒体开展时装人物、时装企业、时装产品相关话题讨论,定期举办时装品牌网络评选活动,加大自主创新品牌参与力度,扩大品牌知名度,进一步增强宁波时装品牌的国内辐射力和国际影响力。

5 结 语

宁波市应抓住“中国制造 2025”试点与“名城名都”战略契机,以“四维一体”成长模式为基础,通过构建人才服务体系、搭建信息共享平台、培育智能制造模式、营造品牌建设氛围四大路径,突破宁波服装业转型升级困境,全面加速时尚服装设计业生态圈的建设进程,实现时装设计产业的迅速崛起。当然,构筑时尚服装设计业生态圈过程,需要优先解决服装品牌的创意人才结构与国际影响力的关系,以及服装企业如何平衡研发与生产、营销等环节的价值链管理等难题。

参考文献:

- [1] 冯建敏,张春河. 基于价值链理论的我国服装产业升级路径[J]. 河北理工大学学报(社会科学版), 2010, 10(5): 59-61.
- FENG Jianmin, ZHANG Chunhe. Industrial upgrading of apparel based on the theory of value chain[J]. Journal of Hebei Polytechnic University (Social Science Edition), 2010, 10(5): 59-61. (in Chinese)
- [2] 魏艳秋. 产业转型升级背景下绍兴纺织创意产业发展研究[J]. 产业与科技论坛, 2013, 12(9): 26-27.

WEI Yanqiu. Research on the development of Shaoxing textile creative industry under the background of industrial transformation and upgrading[J]. Estate and Science Tribune, 2013, 12(9): 26-27. (in Chinese)

- [3] 张晓冬. 对我国家纺产业转型升级与文化创意产业融合的思考[J]. 轻工科技, 2015(10): 89-91.
- ZHANG Xiaodong. Thoughts on the mergence of the China's textile industry transferring and the cultural and creative industries[J]. Light Industry Science and Technology, 2015(10): 89-91. (in Chinese)
- [4] 丁海军. 嘉兴纺织产业转型升级研究[J]. 嘉兴学院学报, 2015, 27(2): 73-81.
- DING Haijun. Study on the transformation and upgrading of the textile industry in Jiaxing[J]. Journal of Jiaxing University, 2015, 27(2): 73-81. (in Chinese)
- [5] 李军训,王岳龙,彭苏秦. 陕西纺织产业集群建设中资源整合的风险研究[J]. 科技管理研究, 2013, 33(6): 171-174.
- LI Junxun, WANG Yuelong, PENG Suqin. Risk research on resource integration in Shaanxi textile industry cluster construction[J]. Science and Technology Management Research, 2013, 33(6): 171-174. (in Chinese)
- [6] 詹姆斯·弗穆·尔. 竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略[M]. 梁骏, 译. 北京: 北京出版社, 1999.
- [7] 袁政. 产业生态圈理论论纲[J]. 学术探索, 2004(3): 36-37.
- YUAN Zheng. A primary study of circle of industry organizations[J]. Academic Exploration, 2004(3): 36-37. (in Chinese)
- [8] 李娟. 生态圈竞争[J]. 纺织科学研究, 2015(7): 1.
- LI Juan. Competition of ecosphere[J]. Textile Science Research, 2015(7): 1. (in Chinese)
- [9] 茆先云. 构建优良的服装“生态圈”——谈校企共赢之路[J]. 大众文艺, 2010(21): 193-194.
- MAO Xianyun. Constructing an excellent fashion ecosphere—explore the win-win path between schools and enterprises[J]. Art and Literature for the Masses, 2010(21): 193-194. (in Chinese)
- [10] 睿彦,赵卫. 平台生态圈的未来与分享[J]. 中国制衣, 2014(11): 12-17.
- RUI Yan, ZHAO Wei. The future and sharing of platform ecosystem[J]. China Apparel, 2014(11): 12-17. (in Chinese)
- [11] 于虹. 宁波服装业向时尚产业转型发展研究[J]. 宁波经济(三江论坛), 2016(12): 21-23.
- YU Hong. Research on the transformation from garment industry to fashion industry in Ningbo[J]. Ningbo Economy (Sanjiang Forum), 2016(12): 21-23. (in Chinese)

(责任编辑:邢宝妹)