

数字经济背景下打造大连面向东北亚时尚产业链条的对策研究

王志¹, 况沛²

¹辽宁师范大学管理学院, 辽宁 大连

²辽宁师范大学法学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2023年10月7日; 录用日期: 2023年11月8日; 发布日期: 2023年11月21日

摘要

随着人们生活水平的提升, 对时尚的追求已经成为消费增长的重要驱动力, 时尚产业也被认为是带动区域经济增长的最具潜力和成长性的产业。数字经济与时尚产业的融合从根本上改变了时尚产业生产方式、消费关系和供应链属性, 成为赋能时尚产业链转型升级的重要抓手。大连的时尚产业经过多年的发展已经取得了一定成效, 但仍然存在很多问题, 例如, 产业链条不完整、龙头企业和知名品牌数量少、大多时尚企业处于产业链低端、时尚品类单一、数字化改造滞后等。为此本文提出, 应从补链、强链、提升价值链, 丰富时尚产品品类, 推动时尚、文化创意与数字技术的跨界融合等方面着手, 打造大连时尚产业链条。

关键词

时尚产业、产业链、数字经济、大连

Research on Strategies for Building Dalian's Fashion Industry Chain Facing Northeast Asia under the Background of Digital Economy

Zhi Wang¹, Pei Kuang²

¹School of Management, Liaoning Normal University, Dalian Liaoning

²School of Law, Liaoning Normal University, Dalian Liaoning

Received: Oct. 7th, 2023; accepted: Nov. 8th, 2023; published: Nov. 21st, 2023

Abstract

With the improvement of people's living standards, the pursuit of fashion has become an important driving force for consumption growth, and the fashion industry is also considered to be the most potential and growth industry driving regional economic growth. The integration of the digital economy and the fashion industry has fundamentally changed the production methods, consumption relationships, and supply chain attributes of the fashion industry, becoming an important factor for empowering the transformation and upgrading of the fashion industry chain. The fashion industry in Dalian has achieved some effects after years of development, but there are still many problems, such as incomplete industrial chain, low number of leading enterprises and well-known brands, most fashion enterprises at the low end of the industrial chain, single fashion category, and delayed digital transformation. Therefore, this article proposes to build a Dalian fashion industry chain by supplementing, strengthening, enhancing the value chain, enriching the categories of fashion products, and promoting the cross-border integration of fashion, cultural creativity, and digital technology.

Keywords

Fashion Industry, Industry Chain, Digital Economy, Dalian

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着人们生活水平的提升和个性化消费需求的显现,对时尚的追求已经成为消费增长的重要驱动力。时尚产业的发展也因此越来越受到各级政府的普遍关注,被认为是带动区域增长最具潜力和成长性的产业。数字经济与时尚产业的融合从根本上改变了时尚产业生产方式、消费关系和供应链属性,成为赋能时尚产业转型升级的重要抓手。大连地处东北亚的核心地带,是北方重要的港口城市,凭借自身优势,大连时尚产业经过多年发展已经取得了一定成效,有“北方香港”和“时尚之都”的美誉。然而,近年来受诸多因素影响,大连时尚产业发展进入瓶颈期,面临诸多困境,这极大地阻碍了大连时尚影响力和区域消费的提升。据《新时尚之都报告》最新对成都、杭州、青岛和大连等12个城市调研显示,在时尚影响力、城市魅力、商业潜力等方面,大连已被青岛和沈阳超越,位列最后。为此,我市急需采取有效措施,完善时尚产业链,推动时尚产业数字化转型,培育壮大数字时尚产品、智慧消费、数字文化等消费新业态,带动区域经济增长,让“时尚之都、魅力大连”真正响彻东北亚。

2. 时尚产业链的概念界定

“时尚”可理解为特定时间段内被人们普遍喜欢、崇尚、追求的事物或争相效仿的生活方式。“时”是指时代,即时尚是与特定时间段联系在一起的;“尚”是指推崇、崇尚,即社会上流行的风气或人们追求的事物。时尚产业是指对与时尚相关的产品制造、销售和服务进行商业化运作的产业集合。它不是一个独立的产业门类,是跨越先进制造业与现代服务业界限的综合化产业。“创新”和“品牌”时尚产业的灵魂和基础。时尚产业,按照以人为中心、距离人由近及远,可以分为核心层、扩展层和延伸层,详见表1。

Table 1. Hierarchy of fashion industry
表 1. 时尚产业的层次

层次	内涵	内容
核心层	对人体进行装饰和美化	时装服饰(核心)、鞋帽衬衫、箱包伞杖、美容美发、乃至珠宝首饰、眼镜表具等
扩展层	对人在生活和工作中所处的小环境进行装饰和美化	家纺用品、家饰装潢、家具用具等
延伸层	对人生存和发展中相关的事物和情况进行装饰和美化	手机、MP3/MP4、数码相机、动漫电玩等

时尚产业链是指时尚产业的各个部门之间基于一定的联系和时空布局而形成的链条式形态, 包含核心产业、基础产业和配套产业, 详见图 1。其中, 研发设计和营销是核心环节, 附加值高; 而生产加工环节附加值较低。

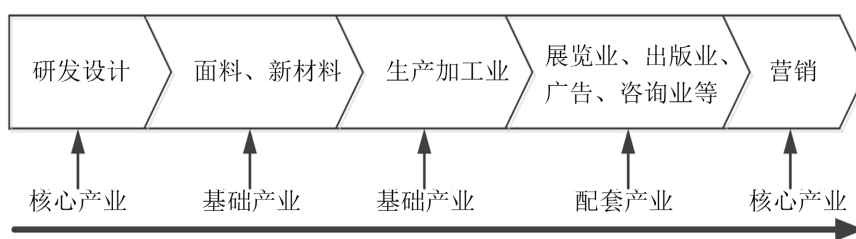


Figure 1. Composition of the fashion industry chain
图 1. 时尚产业链条的构成

3. 大连时尚产业发展的优势

首先, 区位优势。大连地处辽东半岛最南端和东北亚的中心地带, 开发开放条件优越, 这让大连立足东北亚面向日韩的消费特色显著、基础深厚, 三地经贸合作和民间往来密切。

其次, 历史文化优势。大连历史悠久, 开发较早, 近代则成为中原和关东文化的“亚中心”, 加上港口城市的包容性, 成就大连形成集“北国雄伟、南国秀丽、海派和潮流”于一体的、独具特色的城市文化。大连文化积淀厚重, 不仅拥有自然博物馆、现代博物馆、汉墓博物馆等文化场馆, 还申报了庄河民间故事、长海号子等非遗文化 192 项, 这些为大连时尚产业与文化融合发展提供了重要支撑。

第三, 时尚资源优势。大连时尚资源丰富, 多次举办服装节、赏槐节、啤酒节、沙滩文化节等时尚活动, 且已经打造包括大杨创世、富哥、桑扶兰等多个时尚品牌。其中, 大杨创世经过几十年发展, 已成为享誉全球且拥有多项专利的知名服装集团。

第四, 产业国际化和集群优势。依托大连自贸片区建设, 大连产业国际化水平不断提升, 现有 3 个国家级开发区, 高新园区被认定为首批国家数字服务出口基地, 是东北唯一上榜园区。此外, 由普兰店服装产业群、家纺流苏产业群、女装产业群和内衣产业群构成的产业集群组, 也为时尚与数字融合发展提供了产业支撑。

最后, 科教优势。数字经济赋能时尚产业需要有强大的科创资源保障。大连不仅拥有化物所、大连理工大学、大连外国语大学、大连工业大学、大连艺术学院等多所高校和科研院所, 且均设有培养设计艺术或数字人才的专业, 科教优势突出, 创新资源丰富。

4. 大连时尚产业发展存在的问题

(一) 产业链不完整, 无法实现全产业链的优化升级

大连时尚产业尚未建立起由研发设计、生产、物流、营销等组成的完整产业链。具体地说, 大连时

尚产业加工生产优势突出，研发设计和营销等高附加值环节配套缺失、能力不足。以服装行业为例，大连现有服装企业 600 余家，但大多都是生产加工企业，且 90% 是中小企业。它们不仅自身研发设计能力不足，也缺少与国内外一线设计团队合作的能力和意识，导致时至今日仍延续着几十年前“来料加工”的老路。而像大杨、思凡等行业龙头虽具备一定的研发设计能力，但与国内外一线品牌相比，创新性和时尚度不足，营销模式和手段落后，对区域时尚消费的带动作用有限。产业链关键环节缺失，导致大连难以构建起高效强大的时尚产业生态，不能形成明显集群效应，也无法完成数字背景下全产业链的优化升级。

（二）龙头企业数量少、实力弱，对产业链带动作用有限

一方面，龙头企业和知名品牌数量太少。大连时尚产业经过多年的发展，涌现出大杨、桑扶栏、隆升等行业龙头，但与深圳、上海等时尚之都相比，龙头企业和知名品牌数量太少，上市公司仅有大杨集团一家，知名品牌也不过三五家，难以实现产业链上企业的同频共振和协同发展；另一方面，龙头企业自身实力有待加强。研发设计和营销能力弱是它们的痛点。由于自身缺少高水平设计师队伍，它们大多选择与国外设计师合作，设计理念易陷入“国内水土不服、国外半土不洋”的窘境，品牌建设意识和能力都不强，数字化转型滞后。

（三）产业链上大多企业处于价值链低端，生存空间堪忧

上文提及，产业链内 90% 企业是中小生产加工企业。加工生产属于产业链的基础端，附加值低，加之这些企业生产规模小，设备陈旧落后，营销能力不足，融资渠道狭窄，只能接受小而差的订单，利润极低。且中小企业间同质化问题突出，恶性竞争加剧了内耗，压缩了盈利空间。此外，近年来受劳动力成本上升等因素影响，大量加工订单转向海外，这些企业生存空间越来越小。特别是在产业数字化转型的时代背景之下，它们正面临着被淘汰和大量员工失业的风险。

（四）时尚产业品类单一，产业发展潜力受限

时尚行业分为四个大的一级品类：服饰内衣、美妆护肤、鞋靴箱包与珠宝服饰。大连的时尚产业虽起步较早，产业内企业千余家，但大多都是服装品类，而在美妆护肤、鞋靴箱包与珠宝服饰等方面，几乎没有具有一定规模和知名度的企业和品牌。时尚品类单一，特别是缺少有未来发展潜力和空间的时尚品类，无疑已经成为大连时尚产业可持续发展的瓶颈。

（五）产业资源开发应用不足，产业数字化改造滞后

一方面，虽然区位优势突出、文化和科教资源丰富，但大连时尚产业与各类资源融合发展不足，尚没有将资源优势转化为可以被市场认可的、推动大连时尚产业发展和区域消费提升的增长点。同时，近几年人才资源流失的问题也比较严重，需要引起有关部门的重视。究其原因，主要是企业端力量不强、东北经济放缓和营商环境等因素的综合影响，导致对人才的吸引力减弱；另一方面，大连时尚产业数字化改造滞后。北上广深等国际消费中心城市已经出台多项扶持政策，推动数字技术与时尚产业融合发展，带动新型消费增长。而我市时尚企业的数字化转型滞后，除了个别大型企业外，大多中小企业不具备数字化改造能力，未来随着国内外竞争企业数字化升级的完成及其增效作用的显现，这些没有能力进行数字化转型的企业终将被淹没在数字时尚的大潮之中。

5. 数字经济背景下打造大连面向东北亚时尚产业链条的对策

（一）“补链”，实现全产业链上下联动

“补链”就是补齐产业链短板和弱项。尽快补齐产业链前端和终端的短板和不足，实现全产业链联动，是现阶段大连时尚产业发展的首要任务。一方面，对于高附加值的设计和营销环节，除了尽快加强自身设计和营销人才储备与培养外，还要聚焦行业内头部企业，争取尽快引进一批关键环节的核心企业

和配套公司, 补齐设计端和营销端[1]。同时, 可以考虑跟国内外高端品牌、设计公司和专业机构联合打造品牌; 或通过与客户营销网络体系的共建, 向国际市场延伸, 借助成立合资公司、交叉持股建立利益共同体, 形成长期稳定的关系, 补齐短板。另一方面, 对于前端的原材料环节, 可以通过招商引入相关企业、现有企业投资或交叉持股等方式补齐短板。要特别注意的是, 重视分析研判 RCEP 协定规则, 在进行国际产能合作和投资布局时, 充分评估 RCEP 及其他自贸协定的原产地、投资等相关规则, 择优择宜使用。

(二) “强链”, 发挥龙头企业“领头雁”作用

“强链”就是锻造长板, 让长板更长。链主企业是产业链的“领头雁”, 也是长板所在, 能够协调产业链各节点的活动, 是强链的关键。一方面, 政府可以通过“企业带动、项目推动和创新驱动”多措并举进一步做强现有龙头企业[2], 并不断培育新的龙头企业。例如, 出台一系列有利于龙头企业发展的税收、融资及人才引进培养等政策; 增加财政对其研发的投入力度, 鼓励龙头企业加大创新和品牌建设; 支持龙头企业的国际化战略, 帮助拓展海外市场提高企业的国际竞争力和知名度。另一方面, 鼓励龙头企业与上下游企业合作, 深化产业链的上下联动, 实现共赢。政府要强化统筹, 规划探索“政府 + 链主 + 园区”发展模式[3], 以项目为载体, 促进上下游衔接的全产业链形成, 以“龙头”带动龙身, 不断拓展产业空间和市场占有率, 实现同频共振和优势互补。

(三) 打造企业核心竞争力, 促进产业价值链升级

价值链升级通常是指生产环节企业沿产业价值链转移或延伸至更高附加值部分的过程。创新和品牌是时尚产业的灵魂和核心竞争力, 在时尚产业链中, 附加值最高的部分是研发设计和营销端。而这两个环节恰恰是我们的弱项, 如果企业不能真正拥有这两方面的能力, 是很难在产业链中有较强的话语权和收益分享权的。为此, 一方面, 大连应该利用自身的优势, 设法吸引、留住、培养、构建一直高素质的设计师队伍。鼓励企业与高校合作, 联合建立研发设计中心, 培养自身人才[4]。同时, 加大与国外研发设计人才的合作, 通过举办时装周、中日韩时尚峰会、与时尚专业教育发达的欧洲名校合作等方式, 请进来与走出去, 邀请知名品牌设计师、工艺大师、职业经理人、品牌企划专家等与大连时尚企业进行交流合作和培训指导, 不断提升大连时尚企业的品味, 拓宽国际视野[5]。

另一方面, 着力打造几个国内甚至国际知名的品牌。在竞争激励和瞬息万变的时尚领域, 品牌建设尤为重要。企业必须明确品牌定位, 打造品牌形象, 注重品牌传播, 改进品牌质量, 并利用新媒体和数字化渠道宣传品牌, 建立品牌影响力和美誉度。为此, 政府应提供政策、资金等方面支持, 帮助品牌突围。例如, 建立专项资金支持企业自主品牌建设, 支持本土品牌参加名优产品评比、国内外展会, 对其在外部市场投放广告、设立直营店提供支持; 建立本土名优品牌名录, 支持提升本土品牌, 避免本土品牌流失; 政府采购要倾向于本市品牌, 规定政府采购中本市品牌的比例, 并帮助搭建购销平台; 此外, 借助政府力量推动企业与国际知名品牌合作, 提升自身品牌的影响力和国际知名度。

(四) 丰富时尚产品品类, 保护成熟赛道、发展潜力赛道、抢占新兴赛道

大连时尚品类单一, 主要以服装服饰为主, 西装和职业装具有较强竞争力, 基本没有美妆、鞋靴箱包与珠宝等品类, 品类单一是大连时尚产业发展面临的重要瓶颈。为此, 应在保持现有优势品类的基础上, 尽快寻找新的赛道, 特别是未来发展空间巨大的赛道。综合考虑时尚行业发展趋势和大连的现状, 具体建议如下: 继续支持女装、男装、西装等优势品类赛道; 发展童装等潜力赛道; 设法抢占内衣、家居服、袜子、美妆仪器工具等机会赛道。以内衣行业为例, 内衣和家居服是未来增长空间很大的潜力赛道, 大连有一定的基础, 目前已经拥有仕乐、桑扶兰等自主品牌, 针对近几年其新产品研发能力弱、销量减少的情况, 应加大对其新产品开发的支持力度, 将内衣品牌做强做大, 并帮助开发家居服市场。

(五) 加大数字科技在时尚产业的应用, 推动时尚、文化创意与数字技术的跨界融合

一方面, 推动时尚、文化创意与数字技术的跨界融合。大连应综合运用大数据、人工智能等, 将数字时尚作为重要元素融入商圈和场馆建设, 打造智慧时尚商圈[6]; 集合首店、夜间经济等举措, 考虑大连的优势和特点, 打造数字化沉浸式时尚消费场景, 支持具有主题和特色的店面及商场的数字化改造; 在社区建设、公共空间设计、时尚活动等领域, 借助数字技术, 增强感染力和体验感, 如裸眼 3D、智能导购、云货架等, 让消费者体验数字时尚新消费服务的便捷与智能。另一方面, 加大数字技术在时尚产业链各环节的应用[7]。具体建议如下: 出台财税支持政策, 鼓励时尚企业在设计、制造、营销、客户服务环节的数字化改造; 推进时尚智造工厂建设[8], 在供应链、产业链组织形态上, 形成柔性化、定制化、精确化、快返化体系, 为上下游企业协同发展赋能; 针对众多中小企业没有数字化改造能力的窘境, 建议从政府层面构建平台, 帮助企业利用互联网进行定制化销售与服务, 实现差异化产品制造, 打破同质格局; 充分运用 5G、AR 和 VR、物联网等, 推进营销方式从传统零售批发向数字化转型, 收集整理全链条的数据, 打造线上线下一体化解决方案, 实现从线下经营到线上线下一体化经营升级。

基金项目

辽宁省社科规划基金项目“双循环背景下推动辽宁消费升级的路径与对策研究”(L21BJY027)的部分内容。

参考文献

- [1] 陈文, 王婧倩. 数字经济赋能时尚产业发展的策略研究——以北京市为例[J]. 价格理论与实践, 2023(5): 190-193.
- [2] 刘娟. 五大时装之都的经验对浙江时尚产业发展的启示[J]. 丝绸, 2018(5): 64-69.
- [3] 吴立. 首都时尚产业赋能城市更新发展[J]. 人民论坛, 2021(3): 86-89.
- [4] 贾荣林. 数字时尚产业特点及其发展战略研究——兼析国内外数字技术与时尚产业深度融合的发展经验与路径选择[J]. 价格理论与实践, 2022(6): 27-31.
- [5] 冯幽楠, 孙虹. 日本三大时尚产业发展经验借鉴[J]. 丝绸, 2020(4): 68-75.
- [6] 陈文晖, 李虹林. 我国数字时尚产业发展战略研究[J]. 开放导报, 2022(6): 33-40.
- [7] 陈秋萍. 数据交易的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2019.
- [8] 李川川, 刘刚. 发达经济体数字经济发展战及对中国的启示[J]. 当代经济管理, 2022(4): 9-15.