

北京服装学院

硕士学位论文

伦敦时装街发展历程对打造北京时装之都的启示

姓名：杨钊桢

申请学位级别：硕士

专业：中外服饰文化

指导教师：马小丰

20081201

伦敦时装街发展历程对打造北京时装之都的启示

摘 要

从世界已有的五大“时装之都”的发展历程来看，时装街及店铺在形成时装之都中起着重要的作用。时装街及店铺是展示时装发展水平的窗口，是推动时装发展的重要一环，是时装的终端销售和展示场所。伦敦在其历史发展过程中，逐渐形成了各具特色的时装街道，时装街对伦敦的作用，已不单是商品消费的聚集地，更是伦敦城市经济实力和历史文化展示的窗口，伦敦时装街所倡导的不仅仅是表面的时尚引领作用，而是更深层次的文化引领作用，不仅提升了其商业品牌文化价值，更是将商业文化提升为社会文化，成为创立伦敦时装之都的基础。对北京时装街的建立和规划方向提出了有益的启示和深层次思考。

论文将从探讨伦敦时装街的历史发展历程为主要研究对象，并对伦敦时装街的形成做更深入的分析，通过比较和结合北京的实际情况，从中发现伦敦时装街在建设过程中对北京时装街建设发展的有益启示，以期达到为打造北京时装之都提供比较、借鉴及参考之目的。

关键词：英国；北京；时装街；发展；启示

THE INSPIRATION OF BUILDING BEIJING FASHION CAPITAL FROM LONDON FASHION STREET'S DEVELOPMENT

Abstract

From learning top fashion capital's development in the world, we can know that fashion streets play an important role in the fashion capital's formation process. Because fashion streets and fashion stores show the level of fashion development, they are an important aspect of promoting fashion development, and they are the places of fashion show and fashion sales. London, in its historical developing process, had gradually formed some unique fashion streets. Today, London fashion streets are no longer merely an aggregation of consumer goods, but the display of showing city's economic strength and history. London fashion streets play not only the role of fashion leading, but play a deeper role in the cultural leading, not only to enhance its commercial value of the brand culture, but will be upgraded from the business cultural to the social culture, that is why London fashion streets become the foundation to build London fashion capital.

The paper will explore London Fashion Streets' history development for the main subjects, and do more in-depth analysis to the London Fashion Streets' formation process. By comparing the actual situation in Beijing with London Fashion Streets, the paper will find some useful enlightenment and inspirations for the construction of Beijing Fashion Streets, which is from London's experience of building Fashion Streets.

Key words: Beijing; London; Development; Inspiration

原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文是本人在导师的指导下独立进行研究工作所取得的成果，论文中有关资料和数据是实事求是的。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

学位论文作者签名：杨利军

日期：2008年12月18日

关于论文使用授权的说明

学位论文作者完全了解北京服装学院有关保留和使用学位论文的规定，即：研究生在校攻读学位期间论文工作的知识产权单位属北京服装学院。学校有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许学位论文被查阅和借阅和复印；学校可以将学位论文的全部或部分内容公开或编入有关数据库进行检索，可以允许采用影印、缩印或其它复制手段保存、汇编学位论文。

保密的学位论文在解密后适用本授权书。

学位论文作者签名：杨利军

日期：2008年12月18日

导师签名：李军

日期：2008年12月18日

第1章 前言

根据北京市人民政府和中国纺织工业协会正式发布的促进北京时装产业发展,建设“时装之都”规划的纲要,北京将在10年或10多年之后,在构建现代化国际大都市基本框架的同时,将自身建成具有文化内涵、科技领先、引导时尚的世界“时装之都”。北京市副市长陆昊在接受记者采访时表示,北京打造全国和世界时装之都将采取四大措施,其中的第二项措施是“积极与世界著名大都市合作,建设具有拉动效应的全球顶级服装时尚品牌街,对现有商业设施进行调整,进一步形成不同功能、不同时装类别、多档次的商厦、街区和分销中心”。

北京是全国的政治、文化中心,具有深厚的传统文化底蕴。北京近年来经济发展迅速,居民消费水平逐年提高。北京市统计局、国家统计局北京调查总队发布的统计数据显示:2007年北京市社会消费品零售额达到3770亿元,增长达到15%左右,扣除价格因素仍增长14%以上,高于多年来12%左右的增速,穿着类商品实现零售额356亿元,增长13.8%,增幅为十年来最高水平,北京作为首都,是中国政治、文化和国际交往的中心,具有发展服装产业的独特优势:北京驻有世界各国的外交使团和外商机构,云集着中央和外地驻京机构;北京吸引世界各国的媒体和游客到北京观光购物;北京是全国的信息中心,云集了大专院校、科研院所、中国服装协会、中国服装设计师协会和中国服装信息中心等全国性机构,服装界的各类专业人才汇聚北京,具有引导全国时尚潮流的优势。首都这些有利条件,为北京发展服装业提供了难得的机遇和良好的外部环境。

然而不容忽视的是,北京虽然具有较深的传统文化积淀与服装产业基础,但尚不具备时装之都应有的时尚氛围。因此,北京要想在十年内成为世界第六大“时装之都”,仅仅倚靠自身的发展还远远不够。而研究和借鉴伦敦“时装之都”形成的成功经验,从中获取有价值的信息正是缩小这一差距,更加高效地构建时装之都的一大捷径。

从世界已有的五大“时装之都”的发展历程来看,时装街及店铺在形成时装之都中起着重要的作用。时装街及店铺是展示时装发展水平的窗口,是推动时装发展的重要一环,是时装的终端销售和展示场所。人们对流行时尚的需求最终反映在时装街及店铺的终端销售商品上。随着时代的发展和人们品味的提高,大众对购物的要求从单纯的商品发展到对服务、环境等全方位的需求,刺激了时装街及店铺不断地完善并发展。

时装街对伦敦的作用,已不单是商品消费的聚集地,更是伦敦城市经济实力和历史文化展示的窗口,是伦敦城市的地标之一,成为外国游客购物的首选之地,是体验伦敦城市

文化不可缺少的地方。

伦敦时装街作为社会文化的象征，提升了时装街的品牌文化价值，又反过来增加街道店铺的销售额和利润。消费者需求增长进一步促进商家对其店铺从商品到服务，每个细节都不断完善不断改进，追求精致和完美，推动时装街的发展和完善。从商业文化提升为社会文化，伦敦的时装街在发展过程中有了其长久的生命力和活力。

伦敦时装街所倡导的不仅仅是表面的时尚引领作用，而是更深层次的文化引领作用。伦敦时装街不仅提升了其商业品牌文化价值，更是将商业文化提升为社会文化，成为创立伦敦时装之都的基础。伦敦时装街的发展历程，对北京时装街的建立和规划方向提出了有益的启示和深层次思考。

第 2 章 对时装街定义的界定

国内学术界目前对时装街的定义没有很明确的界定,反而对商业街的探讨比较多。商业街的定位,简要地说,是指众多不同规模,不同类别的商店有规律地排列组合的商品交易场所。商业街存在形式分为带状式商业街和环型组团式商业街,如北京的王府井商业街属于带状式商业街,而北京的秀水街就是环型组团式商业街。此外,商业街还有传统上的商业街以及由此而发展成步行街。对于大型 Shopping Mall 是不是商业街,很多学者对此有争论,但我认为广义上分析,大型的 Shopping Mall 属于室内商业街。

什么是时装街?时装街的概念来自国外,国外称为“Fashion Street”,“Fashion”一词,朗文当代高级英语辞典里对此解释,主要指服饰的流行。国外时装街既有商业街的内容,又突出了其引领时尚展示流行的特点,充分发挥时装方面的主题特色,所以对于 Fashion Street 的中文释义,本文概要翻译解释为时装街。

商业街已被人们熟知并研究,那么时装街与商业街有什么关系?时装街和商业街的区别在哪些地方?

其一,商业街的定义范围远远大于时装街,时装街是具有主题性的商业街。

商业街是指由众多商店、餐饮店和服务店组成,按一定结构比例规律排列组成,提供集中的商品售卖和商业服务的街道。商业街可以是购物、休闲娱乐、餐饮和商务综合一体化的街道,也可以是以某一项商品售卖为主要特色的街道,如餐饮一条街,茶叶一条街等,呈现多样化特点。商业街既有综合性商业街,又有专业性的商业街;而时装街属于商业街类型中的专业性商业街,以服装和服装配饰的零售为主的商业街道,以时尚文化和引导潮流为其主要特色,是特色商业街。

其二,商业街是城市文脉的集聚,而时装街是城市时尚文化的缩影。

商业街是人类社会历史发展的产物,每个时代都在城市的发展史上留下了自己的痕迹和烙印,这一系列延续至今的历史,形成了一个文化脉络,商业街成为城市历史最醒目、最有代表性的遗存。时装街在历史发展过程中,凝聚了城市时尚文化和服饰文化发展的印记,是一个城市时尚文化的缩影。同时,时尚服饰代表人类对未来生活美好的期盼,引导时尚潮流穿着,所以,时装街也是城市时尚文化未来发展趋势的缩影。

由此,综合国内外时装街的发展历史和主要特色,按照国外“Fashion Street”的描述,本文归纳总结出时装街的简要概念:时装街就是以时装和时装配饰的零售为主,娱乐和餐饮消费为辅,而经规划形成的有特色的时尚感强的主题性商业街。

第3章 伦敦时装街的发展历程

3.1 伦敦时装街发展的历史背景

3.1.1 英国工业革命的影响

工业革命从棉纺织业开始，英国社会各部门相继以机器生产代替手工生产，工厂制取代作坊制和手工工场制，促成劳动生产率和国民生产总值的持续增长。

工业革命是人类社会发展史上的一个极为重要的转折点。它是工业化的起点，是工厂机器大生产的重大飞跃。英国工业革命改变了整个社会的经济结构，使人类开始脱离长久以来的传统农业社会，迈进工业化、技术化、城市化的工业社会。工厂制取代手工工场带来的巨变，产生出一种前所未有的机制，推动着伦敦社会快速演进。

仅仅数十年时间，伦敦社会在工业革命影响下，从农业和乡村为主的经济体制，转变成以工业和城市为主的经济体制，使人们的生活以及国家经济地理状况大为改观。新城市的兴起，旧城市的改造，农村人口向城市的大量流动，整个国家向城市化迈进，工业产值远远超过农业产值，对外贸易在国民经济中的重要性大幅度提高，伦敦城成为世界商业和贸易中心。

伦敦城经济的迅速发展促使人们特别是妇女有能力购买更多的服装和配饰。在18世纪英国，人们用于购买服装的消费占个人消费支出的10%-15%，为英国服装工业后来向海外扩张奠定基础。到19世纪中期，工业革命的巨大影响和持续发展使得伦敦成为世界上最有经济力量的帝国中心，对伦敦城市和街道的改造发展奠定了强大的经济基础。很多当代在艺术、时尚和文化方面的评论家都论证这个时期伦敦社会各个阶层的时尚生活，也以此印证了此时期伦敦城市居民强大地对服装的消费能力。英国首都伦敦为这些城市居住生活的人们提供了一个时尚模板。

3.2.2 英国纺织工业的影响

“消费是一切生产的唯一目的和目标”。^[1]“纺织业是工业世界孕育在农耕世界母体中的胚胎”。^[2]

社会时尚的变化，棉布在市场上的走俏，使18世纪的欧洲各国棉织品的需求量日益上升，1698-1710年，英国人均原棉消耗量为90克，1750-1760年上升到200克（法国1750

年为 50 克，1790-1802 年上升为 100 克)^[3]，造就人们对棉纺产品消费的广阔市场。

表 1 18 至 19 世纪英国进口原棉量的持续增长^[4]

年代	1760	1770	1781	1783	1800	1815-1817	1860
进口原棉量(万磅)	300	475	530	3250	5600	9970	104000

从表 1 中可看出，英国对棉花需求量和棉织品需求的急剧增长。但是本国的棉织品无法满足日益增长的需求，而当时英国棉纺织业本身发展的严重滞后，导致英国在贸易中处于完全被动的地位，最终英国的工业革命先从棉纺织业开始。

英国的毛纺织业有其长远而悠久的历史，是英国传统的服装面料。英国毛纺织业的起源可以追溯到十四世纪。从十四世纪 70 年代开始一直延续到十八世纪中叶，英国如火如荼地进行了历史上颇为有名的“圈地运动”。

表 2 14 至 16 世纪英国由羊毛出口国向呢绒出口国的转变^[5]

年代	1337-1338	1387-1388	1401-1402	1451-1452	1491-1492	1509	1559	1600
年呢绒出口量(匹)	4462	16000	43000	54000	69000	84789	122447	270000
年羊毛出口量(袋)	85880	44440	19000	约 8000	约 2000	很少	很少	很少

从表 2 可知，到十五世纪中叶，英国从羊毛出口国迅速转变为呢绒出口国。也正是在这个时期，准确说，在十五世纪六七十年代，英国毛纺织业的生产性质和状态发生重大变化，从“家庭工业制”开始进入“手工工场”阶段。在新的组织方式下，英国毛纺织业迈上了新的台阶，从十五世纪中叶到十六世纪中叶的一百年间，英国呢绒产量翻了 3 番。

十七世纪英国资产阶级革命前夕，毛纺织业在国民经济中占据主导地位，成为英国对外贸易的支柱，是当时英国劳动力密集度最高的工业部门。在英国从事羊毛加工和呢绒生产的作坊已遍及全国各地。到了十八世纪中叶，如火如荼的工业革命为英国的毛纺织业注入了新的能量与活力。十九世纪初期，英国成为资本主义世界里经济最发达的国家，毛纺织业成为这个“日不落帝国”经济发展的重要支柱。

时装工业是时装之都形成的基础。作为时装工业奠基石的纺织业，有着悠久的行业传统历史。毛纺织业的快速发展形成了英国当时最大的“规模经济”，是整个国民经济的支柱产业，特别是在经历工业革命后，英国的纺织业在新兴科学技术的引导下飞速发展，在当时的欧洲大陆无人能够望其项背。尽管这一时期伦敦尚未形成规模化的“时装工业”，但是时装工业的基本生产要素：羊毛、棉纺织品、麻等的产量及销量在伦敦市场上已经达到一个较高的水平，这无疑为日后伦敦发展时装产业奠定了坚实的物质基础。时至今日，伦敦的高级时装始终在面料上享有非常高的声誉，这和英国悠久的纺织业传统有着直接的

联系。此外，沿袭英国传统手工业的“师徒作坊制”生产方式的“时装定制业”，以其独特的服装制作风格逐渐获得王室及贵族的青睐，并最终发展成为伦敦时装之都的象征与骄傲。

3.2.3 百货业发展对时装街的影响

当一个城市开始变得因商业和消费而不是生产更闻名时，购物对时尚来说上升到了一个很高的重要地位。城市成为显著的休闲标志，提供了获取奢侈商品的便利，可以给予从社会广泛阶层中来的客户提供时尚现代化的商品和服务。

百货商场在 19 世纪中期开始的普遍推广使得伦敦的时尚更为深入人心。

铺张陈列的运用，奢侈的配饰和最新的灯光，建筑技术并没有限制裁缝和零售者们，从 19 世纪 60 年代开始，伦敦主要的时尚商人都运用新奇的吸引眼球的商品售卖技巧。1851 年和 1862 年伦敦最大的国际商品展览可能也对这一偏好做出了贡献。时尚商品新奇的陈列为创新的店主们提供了其商店潜在的发展趋势，同时也潜移默化地提高了消费者的审美水平。

小商铺在这个时期有了长足的发展，逐步向大商店转变，而装修豪华壮观的大商店在这个时期的城市里是一种早期零售业发展扩张的突出表现，追溯到十八世纪，它也是对这个城市新形象的反作用。作为大英帝国的根据地、社会融合器和金融加热的温床，奢侈的购物和花费在设备如此创新而完善的环境里是社会地位符号化的象征，代表了伦敦在物质财富领域的实力和信心。

这其中最著名的大百货店是 Whiteley's。男子服饰经销店成为 Whiteley's 商业的基础：售卖丝带、蕾丝、衣服和新奇的货品。到 1870s，商店已扩充到售卖布料、珠宝、进口的新奇物品和一些服务，比如地产代理、饮料店、清洗和染色部门以及理发店。这些后来添加的服务对于已经确立的小型商业来说立刻在临近区域引起很大的摩擦，同样在出版界也引起了争论，讨论对于年轻的中等阶层女性时尚消费的腐化影响作用。但是时尚界仍然认为 Whiteley's 是商场零售形式的先驱者。

美国人日益增长的对伦敦的兴趣确实对伦敦的时尚景象起了推动作用。有一个现象是，富裕的美国人的后代来到英国，通过迎娶他们所需要的伦敦上流阶层的贵族后代，用他们的财富来交换社会地位，当然也一定程度地对伦敦社会注入了金钱的魔力，同时，芝加哥和纽约的市场营销和销售技巧，也同样由美国人带到了伦敦，对伦敦零售业的实践有显著的影响。英国 Selfridge 百货公司的发展就印证了这一点。（图 1）



图 1 Selfridge 在伦敦创办时图片着



图 2 Selfridge 如今的伦敦旗舰店

英国著名的大百货公司：Selfridge 的创始人 Harry Gordon Selfridge 48 岁时从美国移居到英国伦敦居住生活，1909 年 3 月 15 日，他在伦敦开设了 Selfridge 百货商场，不仅将他在美国的零售经验带到了伦敦，也将牛津街变成世界零售业最重要的版图。第一次世界大

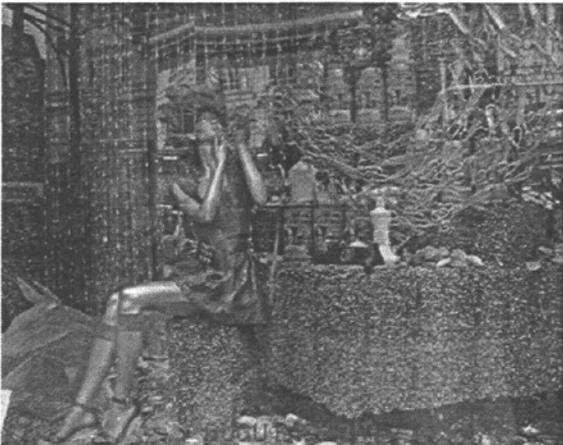


图 3 Selfridges 百货圣诞橱窗秀

战期间 Selfridges 百货非常成功，到 1928 年面积扩大了一倍。1939 年，Harry Gordon Selfridge 辞去了董事长职务，由 Andrew Holmes 在 1935 年取代他的位置。之后 Selfridge 百货的控制权几经易手，几轮浮沉，2003 年，由 Weston 先生和他妻子 Hilary 购买了 Selfridges 百货，使这个比较重要的成长性的著名百货公司有了新的发展和活力。（图 2）

Selfridges 已经废除了传统百货公司的名称，目前已经不经营地毯、瓷器、玻璃器皿等商品。Selfridges 旗舰店是所有大城市的象征性设施，他们具有较大的建筑规模和营业空间，在商品组合上有系列名牌，通过开展具有文化品味的活动，制造良好的商业氛围，因而更能够打动主流顾客。（图 3）

英国近代零售业发展一直位于世界前列，他们积累了经营与维护品牌的丰富经验。也正是英国零售业的持续发展，为时装街的形成和发展奠定了坚实的基础，也为英国时装之都形成提供不可磨灭的贡献。

3.2 伦敦著名时装街的发展历程

3.2.1 摄政街 (Regent Street) —— 英国的皇室贵族街



图4 摄政街地图



图5 摄政街历史图片

英国作为世界历史上最早的君主制国家，“贵族传统”在英国有着很高的地位，是英国传统文化的重要组成部分。英国成为殖民帝国后，作为上层建筑的贵族阶层获得了空前的荣耀。贵族传统日益强大，社会各阶层都向贵族看齐。英国的工业资产阶级作为现代化工业革命时期的中间阶层，极力模仿贵族的生活方式。“他们宁愿放弃自己在经济领域的重要地位，而去当一名对社会无关痛痒的乡间贵族^[6]。”“工业资产阶级的这种被贵族传统的同化，造成他们在产业上进取精神的衰退。第一次产业革命即工业革命发生在英国，但第二次产业革命却转向德国和美国，这与工业资产阶级仿效贵族，失却进取精神有一定的关系^[7]。”(图4)

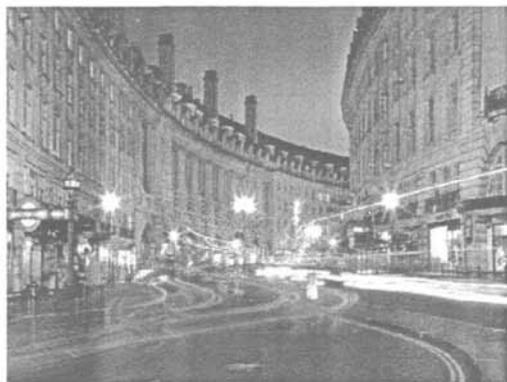


图6 摄政街夜景

1811年，年轻且热爱时尚的摄政王(Prince Regent)取代其父乔治三世掌管政权。摄政王非常欣赏拿破仑在巴黎的城市规划，于是让其御用建筑师约翰·纳什(John Nash)从摄政王宫殿到摄政公园间设计一条全新的道路。摄政街完工于1820年，纳什用了十年的光阴设计修建的这条街道，宽阔且拥有漂亮、流畅的大弧度，

街道两边的商店拥有如宫殿般优雅的外形，带有他们昂贵的橱窗展示，建立了作为追求休闲的时尚购物机构的先例，这条街道迅速成为伦敦的时尚地标。街道的名称也因为摄政王而因此得名为 Regent Street。（图 5）

这条举世闻名的商业街从建设伊始就颇受英国王室和贵族的垂青。英国王室成员每年都至少要到摄政街集体购物两次，这种特别的举动对伦敦时尚的发展起到了重要的推波助澜的作用。（图 6）

作为一个新兴殖民帝国统治者——伊丽莎白一世女王，需要从各方面来显示自己在欧洲日趋荣耀显赫的地位。女王为了巩固自己的统治，其手段之一就是利用“盛装”来显示自己日益膨胀的王权。伊丽莎白一世的着装风格在其统治后期变得越发强硬和富于侵略



图 7 摄政街街景

性，而这种风格受到了王室成员的追捧与效仿。伊丽莎白一世之后的英国王室沿袭了其统治时代的着装传统，对服饰的剪裁与刺绣工艺越发地苛刻，并逐渐追求个性与时尚。在这种兴趣驱动下，王室所有的服装几乎都要求进行“定制”。历史上以“穿着打扮”出名的英王乔治三世及其贵族阶层尤其钟情于“定制的男士西服”。王室和贵族对男士西服的钟爱使得其成为了伦敦时装之

都的骄傲和象征，这也从一个侧面彰显了英国王室在伦敦时装之都形成过程中不折不扣的“时尚领袖”地位。

在 19 世纪初的伦敦，王室和贵族所倚赖的时装定制业已经相当成熟和发达，18 世纪末爆发的工业革命虽然对时装定制工业产生了一定的冲击，但其精雕细琢、代代相传的工艺传统不但没有在提倡大机器批量生产的年代里遭受破坏，反而使人们在反思工业革命的成果时，更发现了其价值所在。阅读各种史料时不难发现，摄政街上的各种高级成衣定制作坊鳞次栉比、欣欣向荣，丝毫不逊色于后来以定制时装商铺为代表的“萨瓦尔街”和“詹姆士大街”。有着悠久传统并承载着王室贵族重望的服装定制业在当时各种社会、商业活动的中心摄政街的蓬勃发展推动了伦敦时尚，这点是毋庸置疑的。

1825 年到 1851 年伦敦“水晶宫”万国博览会开幕，摄政街成为当时伦敦最著名的“时装街”，是当时伦敦市民最重要的购物场所。一直到 19 世纪末，摄政街一直保持着第一

时装街的地位。(图 7)

据伦敦城市观光局的统计,摄政街是外国游客抵达伦敦后的第一站。它全长 1.5 英里,几乎位于伦敦市正中心,北起摄政公园,南抵卡尔顿府邸,两边矗立着希腊复兴时期风格的连排式建筑,既庄重又有极强的韵律感。世界最大的玩具店 Hamley's,瓷器店 Wedgwood 和刀叉店 Mappin & Webb 都在这条街上。

最有代表性的三个英国时装品牌都诞生于摄政街。它们是雅格狮丹(Aquascutum)、奥斯汀·里德(Austin Reed),还有积家(Jaeger)。三个百年品牌是英国时装风格的代言。



图 8 奥斯汀·里德(Austin Reed)商店内景

奥斯汀·里德(Austin Reed)始创于 1900 年,1926 年,奥斯汀·里德(Austin Reed)在伦敦最繁华的 Regent 街上,成立了一家大型的服装百货公司,由传统商店形态摇身一变成为强而有劲的跨国企业。绅士风度、轻松优雅,皇室尊荣, Austin Reed 秉承着英国绅士沉稳庄重、温文儒雅的风

格,在选料上简洁流畅,成为英国贵族引以为傲的国宝级服饰。第二次世界大战时英军的军服就是 Austin Reed 出品。邱吉尔首相率先穿着的连体外套 Siren Suit 正是奥斯汀·里德(Austin Reed)为他所发明的。1994 年及 1995 年奥斯汀·里德(Austin Reed)分别荣获英国伊丽莎白女皇与查尔斯王子御用徽章的最高荣誉,并被英国皇室及社会名绅推崇为“ The Modern British Business Brand ”(现代英国商务品牌)。奥斯汀·里德(Austin Reed)能成为高质量表征的主要因素在于其考究的剪裁缝制,这一点是与其始终把“服装定制工艺”作为设计的核心思想分不开的。此外,除了加强传统做工上的精致——注意钮扣、口袋、里布和其它细节,并逐渐融合了时尚潮流的剪裁设计,创造出隽永内敛的英式风格,是伦敦时装之都的一道极其亮丽的风景线。

(图 8)

积家(Jaeger)品牌的创始人 Gustav Jaeger 是一名动物学家。他认为人们穿着天然动物毛制成的服装才会更舒适、健康。1884 年,第一家 Jaeger 专卖店成立。Jaeger 首次把骆驼毛,羊驼毛、安哥拉羊毛、羊绒等引入英国,成为英国最著名的高档羊毛服装品牌,深受北极探险家的喜爱。上世纪二十年代的电影明星,如玛莉莲·梦露,都是 Jaeger 的粉丝。

雅格狮丹(Aquascutum)一词来自拉丁文,意思是

“防水”。有150多年历史的Aquascutum品牌便是以防水风衣起家的。品牌创建之初,Aquascutum只是制作防雨外套,但即便是防雨外套,其款式也非常时髦,由褐色、蓝色、白色组成的细格纹,经典而优雅,所以,很多人在天晴的时候也愿意穿着。曾几何时,“绅士和穿着花呢服装的太太”已经成了



图9 雅格狮丹在摄政街店铺的外景

英国文化和不列颠国际时装形象的一个标志,而Aquascutum对此无疑做出很大贡献。历史上,该品牌曾屡获英国“皇室工业奖”,代表着浓浓的绅士与淑女风范,深受英国皇室、政要和明星的喜爱。(图9)

最有必要提到的是摄政街上大名鼎鼎的Liberty大型商场,在这里,伦敦时装之都的传统



图10 Liberty商场外景

与创新精神得到了充分的体现。传统是Liberty's完整的映像。Liberty的设计师们设计了公司的织物和刺绣,达到创造了Liberty时尚衣物的风貌。设计师们仍然持续地创造更多艺术的、富于变化的衣服,从十九世纪的艺术化样式中找寻灵感和元素。Liberty的一层延续了摄政街定制服装的传统,这里可以定做到各种异国风情的服装,其中有一个专门的结构单元是英国皇家特许的定制裁缝店,于二十世纪初期加盟到Liberty。而同时,Liberty又以其“反文化”的特色闻名遐迩,在这里,后来的著名英伦“叛逆型”设计师阿登-蓝瑟开了一家在当时相当前卫的日本风格的时装

店,并且其产品参加了后来在伦敦举行的国际东方文化展览会,盛极一时。当时Liberty的一名高层管理人士做出如下评论:“这个巨型商场(图10)进入摄政街比我们想象的要顺利得多,因为我们知道,伦敦人的传统必须得到充分的尊重。公司的意思是,这里尽量要不定期多做一些东方艺术品的展览,来自的印度的、中国的、俄罗斯的风格都要有。因为只有多了解东方艺术、东方时装的基础上,伦敦的传统才能够发扬光大,更好地保住自己的传统,这与创新精神一点不违背。”也许就是因为这个精神的引导,Liberty的一层大厅的墙壁上贴满了世界各国时装的品牌象征图案,大型装饰织物和东方装饰主题,Liberty在传统和时尚,本国和外国艺术之间达到了完美地平衡。

尽管随着时代变迁,摄政街经历了各种变化,但这条贵族化街道始终引领伦敦的奢侈

时尚，是欧洲最有名的时尚购物街之一。

3.2.2 萨瓦尔街 (Savile Row)——高级定制男装的圣地

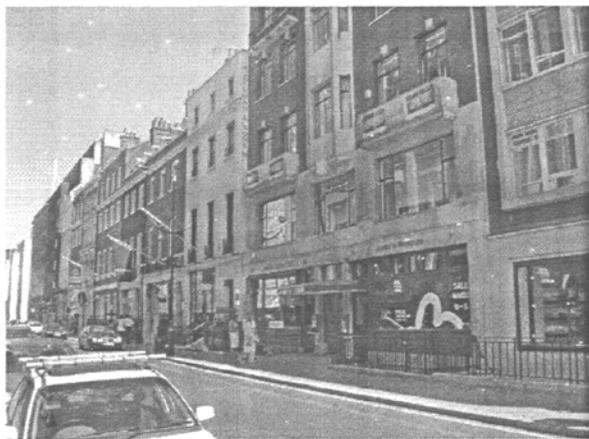


图 11 萨瓦尔街街景

“高级定制”是个性、品质和尊贵的代名词，是具有贵胄品味的绅士首选。伦敦西区是史上最为有名的绅士云集之地，在这里有一条两百多年历史的小街 Savile Row (萨维尔街)。从 19 世纪初，这条街便逐渐聚集了英国甚至是全世界最顶尖的裁缝。人们常说巴黎时装是“女装之后”，而 Savile Row 的定制男装绝对可以称为“男装之王”了。(图 11)

男士西服的定制起源于 18 世纪的英国，那时伦敦的萨维尔街 (Savile Row) 专为皇家定制军服、骑马服，后演变成西服定制。当时的伦敦人曾半开玩笑地说“那些英国裁缝做惯了军服，做出来的西服只有在立正的时候最显合身”。

19 世纪初，这条街便逐渐聚集了英国甚至是全世界最顶尖的裁缝。在 19 世纪 70 年代，由于第二帝国的衰落和普鲁士战争。巴黎在这一时期有些孤立隔离，这对伦敦的制衣者们来说是绝好的时机，使得他们声称自己是时尚的领导者。

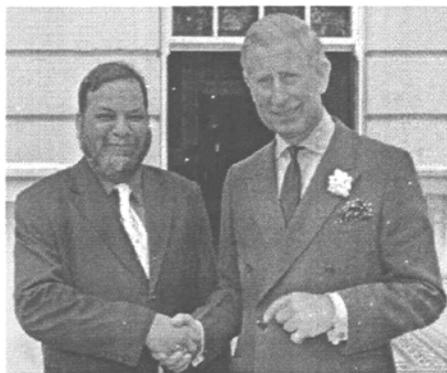


图 12 查尔斯身穿高级定制西服

真正让萨维尔街 (Savile Row) 广为扬名的是爱德华七世的孙子温莎公爵。喜爱社交和时尚装束的温莎公爵是这里的常客，还把此地介绍给美国的好莱坞明星葛来·古佩尔。萨维尔街 (Savile Row) 对客户提供的服务如同“英式管家”般细致和贴心，其精湛的手工技巧和高品质的成衣吸引了来自全世界的政商名流和大牌明星们。约翰肯尼迪、丘吉尔、克拉克盖博、以及当红明星裘德洛和罗宾威廉姆斯都是萨维尔街 (Savile Row) 的常客。从英王乔治四世起，几乎所有的王室成员都穿过 Savile Row 的定制服装。如今的王室成员中，菲利普亲王祖孙三代都是 Savile Row 定制男装的“形象代言人”。在查尔斯和卡米拉的婚礼上，查尔斯和他的两个儿子都穿着 Savile Row 出品的礼服。(图 12)

这些生活高调的人们终于让萨维尔街（Savile Row）门楣光耀。从那时起，定制西服就和皇室、贵族、名流画上了等号，变成每个体面绅士都必须拥有的行头。到了 20 世纪初，英国伦敦的萨维尔街（Savile Row）成为了人们心目中定制西服的圣地。这跟当时的英国绅士大多身穿西服的公众形象有关。一套做工精细、质地优良且合身的西服表现出的高贵气质总能与人浑然一体。而 20 世纪 60 年代之后，设计师取代了“裁缝”，高级时装品牌开始大举进入成衣业，形成了一系列目前全球销售的“时装名牌”。但同时，手工定制西服这一传统并未受到威胁，仍然受到高品味人士的追捧。

在伦敦文明遐迩的“定制西服一条街”萨维尔街（Savile Row）上有着近百年历史的，专营男士西服的“布克列顿”西服定制店，一直受到英国王室、贵族的青睐，其生产的男士西服在世界范围内都有着非常高的声誉。时至今日，伦敦的萨维尔街（Savile Row）依然狭窄低调，却一直头戴“世界顶级定制手工”的光环，接受来自全世界的绅士们的追捧。在那些幽雅的裁缝店里随处可见欧洲各

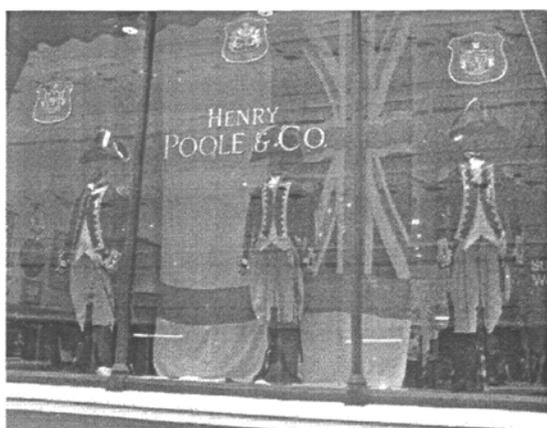


图 13 Herry Poole 在萨瓦尔街的店铺

个国家授予的奖章，走进去，在空气不很流通的矮檐地下工作室里，制作上衣和裤子的师傅们、挖扣眼和完成最后工序的工匠们都在紧张地忙碌。大捆的织物、拉链、袖口和布堆在旁边，还有客户其他重要的数据也在摊开的笔记本上写着，包括对肩线的要求以及“喜欢雪茄”等细节无不彰显了伦敦西服定制业的悠久传统^[8]。

在 Savile Row 的制衣店中，Herry Poole 的历史最为悠久。早在 1806 年，Poole 家族的先人 James 就开始为滑铁卢战役中的英国军官制作军服。1839 年，James 向刚登基不久的维多利亚女王提交了一份新的宫廷礼服设计方案。这个新的设计大大简化了贵族的服装款式，受到了王室的认可，也为詹姆斯迎来了事业生涯的巅峰。1846 年，Herry Poole 从父亲手中继承了裁缝铺，并将店址从附近的街道搬到了 Savile Row 32 号，开了萨维尔街（Savile Row）上的第一家定制服装店，并以自己的名字命名。Herry Poole 从此被称为“Savile Row 的奠基人”。（图 13）

1860 年，受当时还是王子的爱德华七世之托，Herry Poole 设计了一件参加非正式晚宴时穿的无尾小礼服。这件史无前例的短装引发了礼服时代的革命。26 年后，来自纽约 Tuxedo 公园俱乐部的 James Potter 到伦敦拜会爱德华七世时，也请 Herry Poole 做了同样的一件衣

服。Potter 先生回到纽约以后穿着这件上衣出席各种俱乐部活动，顿时引来众多会员的效仿。从此这种被称为 Tuxedo 的非正式无尾晚宴礼服在美国盛行开来，而它的发明人其实是英国王室的“御用裁缝”Herry Poole。（图 14）



图 14 Herry Poole 店铺的橱窗

Herry Poole 一生中获得了 16 次“Royal Warrant”（皇室御用保证徽章），为他的子孙和他一手创建的品牌赢得了永久的荣光。在亲人的鼎力扶持下，Herry Poole 公司免于破产，并逐渐兴旺起来。登基后的爱德华七世也给予 Herry Poole 更多的机会，为它带来了许多重要的欧洲王室客人，如比利时国王、俄国沙皇和德国的王子。1902 年时的 Herry Poole 已经成为了 Savile Row 上最大的服装定制店，受雇的裁剪师傅有三百多人，每年做出一万两千件衣服。如今的“Savile Row 15 号”已经成为 Herry Poole 和顶级定制的代名词，这座专为裁缝设计的建筑承载着这个品牌悠久的历史和丰富的内涵。

和 Herry Poole 一样，Gieves & Hawkes（图 15）也是 Savile Row 的资深元老之一，有两百多年的历史。从 1912 起，他们便占据了 Savile Row 1 号的风水宝地。Gieves & Hawkes 以制作军服闻名于世。据说，这家店的创始人 James Gieves 在学徒期间就开始为英国海军做衣服。英国的民族英雄纳尔逊就是穿着他参与制作的海军军服为国捐躯的。百年来，英国皇家护卫队的制服一直是由此店铺负责保

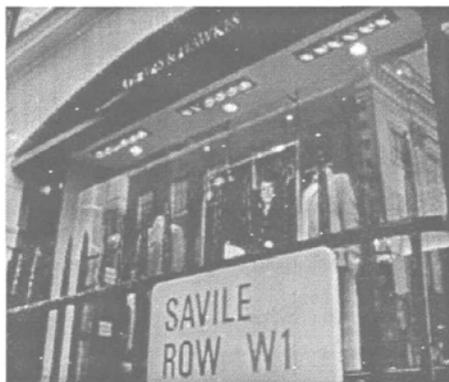


图 15 Gieves & Hawkes 店铺

管的。在查尔斯和黛安娜那场世纪婚礼中，新郎和花童的海军制服也是出自 Gieves & Hawkes 的大师之手。为表彰 Gieves & Hawkes 长期以来对王室和军队的特殊贡献，女王伊丽莎白二世、菲利普亲王和查尔斯王子分别授 Gieves & Hawkes 一枚皇室御用保证徽章。

除了军服，Gieves & Hawkes 同样擅长西服的定制，并敢于突破传统，提供半定制西装和成衣，以适应不同的市场需求。2003 年，Gieves & Hawkes 成立了二线品牌 Gieves，希望以青春时尚的路线进军年轻消费者市场。Gieves & Hawkes 还邀请了曾经与罗宾威廉姆斯、U2 及乔治麦克等人合作的当红设计师 Joe Casely-Hayford 出任创意总监，将英式军服

特色及时尚流行元素融入到西装的剪裁中。

Herry Huntsman & Sons 的历史可以追溯到 1849 年，这是一家以制作马裤和休闲服见长的制衣店。维多利亚女王和她众多的欧洲王室亲朋们都曾经是它的顾客。1966 年，Herry Huntsman & Sons 受邀为英格兰足球队定制礼服，并见证了他们当年在世界杯夺冠。Herry Huntsman & Sons 最引以为荣的是他们在上世纪 40 年代发明的单粒扣西服。这种混合了 Tuxedo 和骑士服元素的上装至今被各大成衣品牌奉为经典。Herry Huntsman & Sons 从来只和最好的衣料供应商合作，很多供应商为该公司的独家供货。2005 年，Herry Huntsman & Sons 从澳洲竞拍到了 4 包具有 IPP 认证的羊毛，送到意大利加工，然后再运到英国的约克郡，以传统工艺织成最上等的衣料。具有 IPP 认证的羊毛实为罕见，澳洲年产羊毛 260 万包，平均只有 20 包可获得 IPP 认证。2007 年 2 月，Herry Huntsman & Sons 又成功竞拍到了 IPP 羊毛中的极品——直径 11.9 微米的“黄金羊毛”。据说这些羊毛最终仅能制作 40 套衣服，其珍贵可见一斑，Huntsman & Sons 对品质的苛求也颇令人赞叹。（图 16）



图 16 Herry Huntsman & Sons 店铺

3.2.3 邦德街（Bond Street）——顶级名牌旗舰店的汇聚地

邦德（Bond）街（图 17）因为英王查理二世的密友托马斯·邦德爵士而得名。他是辛迪加财团中的一个领袖，于 1683 年购买了皮卡迪利大街上的一处官邸，称作 Clarendon House，他把这个房子推倒后发展了该区域。从那时候起，财团们在那片空旷的 Mayfair 区域上建设了很多不动产，掀起了一股对该区域的投资热，后来发展成为英国上流社会的住宅区。（图 18）

靠近街道南段的“旧邦德”街，在 19 世纪初时，其街道上的建筑和陈列就给西区居住的富人们提供时尚地购物和消费，在发展过程中，向北延伸，形成一条“新邦德”街。在 1746 年公布的伦敦地图上，“新邦德”街和“旧邦德”街合并，并称为“邦德街”。邦德街从皮卡迪里环岛（Piccadilly）一直延伸到五月市场（Mayfair）。

曾经的邦德街因其街道上的古董商店和顶级的艺术商人而出名，他们聚集在高级古董拍卖商索思（Sotheby's）附近，经营长达一百多年。而如今，一些古董商店仍然留存，而

多数则被时装专卖店代替。



图 17 邦德街地图



图 18 邦德街历史街景

据传，丘吉尔和罗斯福曾在邦德街上的一条长椅上进行过交流会谈，使得邦德街有了不一般的地位。邦德街也深受文学家的厚爱，曾被一系列文学作品中提及，包括简·奥斯丁著名的小说《理智与情感》。



图 19 邦德街街景

如今，邦德街堪称为英国“最贵”的一条街，媲美于美国纽约的第五大道，巴黎的香榭丽舍大街，是世界顶级时尚名牌专卖店的汇集区，如 Tiffany, Dior, Chanel, Cartier, Hermes, Ralph Lauren, Louis Vuitton, Prada, Bvlgari 等等几十个，你能想到的世界顶级品牌在英国的旗舰店，纷纷聚集于邦德街，这些品牌的旗舰店不仅有着最基本的经典款式，其更

新货品的速度也是最快的，还提供一些其它专卖店所没有的新品，是英国本土富豪阶层和国外游客采购时尚的标本箱。风格各异的旗舰店建筑和不断变换的橱窗秀，也是吸引人们驻足观赏的主要原因。而在靠近皮卡迪利广场的邦德街，两侧内藏有许多精致商店的“拱廊商场”（Arcade），是欣赏建筑设计和服饰艺术美的好地方。（图 19）

邦德街(Bond Street)上的 FENWICK 百货公司创建于 1891 年，是伦敦最早的百货商店之一。它原是美发饰品精品店，现在发展为五层楼的百货公司。商品内容包括时尚服装

男女饰品，内衣和家居产品。Fenwick 的化妆品部是伦敦最好的。它的橱窗装饰风格单纯，清新。

2000 年 9 月，代表英伦时尚风格的英国著名服装品牌巴宝莉（Burberry）在新邦德街上开张其全球旗舰店，由此可见邦德街在英国时装街的重要地位。从 1856 年创办人 Thomas



图 20 Burberry 邦德街的旗舰店

Burberry 在英国 Hampshire 的 Basingstoke 开设了一间成衣店开始，凭着传统、精湛的设计风格 and 制作，1955 年，巴宝莉获得了由伊丽莎白女王授予的“皇家御用保证(Royal Warrant)”徽章。1901 年，Burberry 设计出第一款风衣。一次大战爆发，Burberry 风衣被指定为英国军队的高级军服，而为配合军事用途，在设计上也修改为双排扣、肩盖、背部有保暖的厚片，并在腰际附上 D 型金属

腰带环，以便收放弹药、军刀等，这款实用功能至上的风衣，也就是目前家喻户晓的“Trench Coat”，使得“Burberry”成为风衣的另一代名词。今天，巴宝莉经典的格子图案、实用功能至上的风衣，独特的布料功能和大方优雅的剪裁，已经成为了英伦气派的代名词。（图 20）

3.2.4 牛津街（Oxford Street）——世界大型商场的集中地

从罗马时代直到 17 世纪，牛津街（图 21）主要作为从伦敦西城之外到牛津地区的线路而存在的，牛津街也因此而得名。那时最东部地区已经在南边有所发展，但是北边没有什么重大发展。18 世纪末期，主要有大片建筑物的兴建，即南部高斯弯那 Grosvenor，北部波特曼 Portman 和波特兰 Portland（今日的霍华德沃顿 Howard de Walden）的兴建使得牛津街很大程度上成为现在的样子。一流的购物中心在 20 世纪开始起步，同时也伴随着一些正在向主要商店发展的小店铺的开业，像 1865 年首次开业的赛尔夫瑞至（Selfridges），它比较大的一部分在 1929 年才面向公众。（图 22）



图 21 牛津街地图

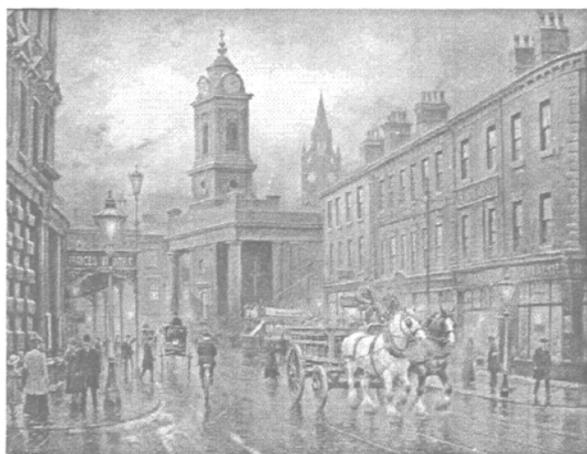


图 22 牛津街历史街



图 23 牛津街街景

如果说邦德街是顶级时尚品牌专卖店的汇聚地，那牛津街最吸引人的地方就是其 1.25 英里的街道上云集了超过 300 家的世界大型商场。牛津街享有遍及全球的声誉，它不仅吸引了英国其它地方的游客，也吸引了大量的海外游客。据估计，每年有九百万外国游客来这里参观购物，他们在这里的消费占牛津街全部收入的 20%。如同零售一样，这条街也是千万人的工作场所。在圣诞节的高峰时期，这里有大约 6 万人。牛津街还为伦敦的中心提供了一条重要的交通干线，每小时有 50 辆公共汽车运行，4 个地铁站与 5 条线路相连，从而确保了公共运输网的核心地理位置。（图 23）

牛津街发展成主要的购物区域，开始于 20 世纪时众多商店的建立开业。第一家是家具专卖店：Waring & Gillow，开业于 1906 年。随后塞尔弗里奇（Selfridges）百货公司 1909 年在牛津街上开业。Debenham's 在 1919 年收购了 Marshall & Snelgrove，哈罗德 Harrod's 购买了 Dickins & Jones, Swan & Edgar。后者在重新发展时彻底地运用最新的技术再建，并于 1927 年重新开业，开业后拥有 50 个店铺和在皮卡迪里广场（Piccadilly Circus）前一块干净而现代的广场。三年前，Selfridge's 在它的西部扩张，在其商场底部扩展出 3 又 1/2 土

地面积作为广场，牛津街上的 Peter Robinson 也进行了扩张。在 20 世纪 20 年代是这些商场的全盛期：几年过后，这些大型商场花费在维持其庞大的建筑和高端客户的服务和市场费用时开始显露窘境，在竞争如此激烈的市场中不再能够长久持续地支撑下去。（图 24）



图 24 牛津街上的 Selfridge's 百货

这些商场的设计和规模在他们的早期完全来自于美国模式。1933 年，牛津街有三十九条公交线路和四条地铁线路连接于外部更庞大的城市交通系统，可以把城市郊区的购物者输送来此购物。街道的北部有大型商场坐落，利用其正面和过分丰富而变换的橱窗来招徕顾客。尽管他们有令人着迷的时尚橱窗展和优雅的设备，实际上更多的是迎合中等阶层市

场，在 Selfridge's 和 Bourne & Hollingsworth 里的服装，整体上强调于选择和价值，带有时尚之上的现代风格和实用价值。

顶级商场，如 Marshall & Snelgrove, Harrod's, Harvey Nichols, 都保持了他们的工作间，可以为顾客提供定制服务。他们雇佣最新确立的服装贸易学校培养出的女孩子们在这种服装店进行手工衣服的缝制。

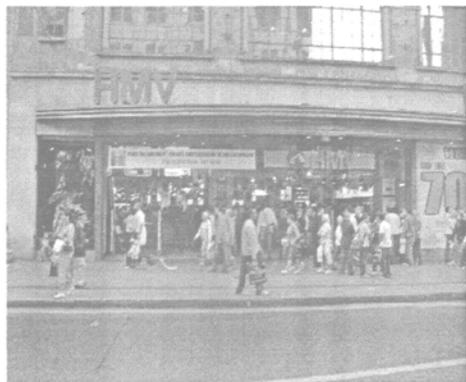


图 25 牛津街上的 HMV 店

20 世纪 80 年代，牛津街经历了一次完全的转变。Virgin 的百万大店，HMV 的第二个连锁店，欧洲唯一连锁的百货公司 C&A，还有 Marks & Spencer 扩建装修的殿堂级店铺，以及大型购物中心的创建，使得牛津街成为当时投资者最主要最集中的投资区域之一。后来城市委员会对牛津街进行了价值 1000 万英镑的改进项目，拓宽了街道，增

增加了人行通道，在街道上设立了新的座椅、路灯和标志。而著名的百货公司塞尔弗里奇 (Selfridges) 也提出了它自己的 30 亿英镑的扩建计划，包括把商场扩建成 100,000 平方英尺，增加建造一个五星级酒店，和扩大地下停车场等。如今的 Selfridges 百货伦敦旗舰店共 7 层，除了百货商品，里面还有好多休闲的地方。几乎每层楼都有小型餐饮店，各具特色。作为高档时尚百货，Selfridges 百货与传统的大众化百货不同，走的是品牌化发展

道路，注重服务品质和百货品味，一直走在英国百货创新经营的前列。（图 25）

当 1990s 时尚制造加工业在英国持续下降时，各种各样的努力尝试着使用伦敦“文化



图 26 牛津街上的 Topshop

都市”这张名片，主要通过设计师的连锁商店的授权比如 Hussein Chalayan 在 TopShop 和 Jasper Conran 在 Debenhams。Top Shop 是 1965 年成立的英国街头时尚品牌，目前在英国拥有近 300 家分店。在伦敦牛津街上的 Top Shop 的旗舰店，每周都有 10 万件新品摆上货架。利用伦敦牛津街商区的旗舰店作为剩下链条的实验场所，Top Shop 应时应季地生产方法使得它实验出了在伦敦工厂制作

生产的小型运作模式。如果产品卖出，他们将进行大规模的生产。每周更换样式和介绍品牌、咖啡店、最佳服装和年轻设计师入驻商店，Top Shop 成功地敲打出一个混合着高级时装、最佳制造和设计师在一起的愿望，而不是表面的明显地“设计师化”。这种新风貌，结合了高级样衣款式和大众市场，被确立为“英国式”，展示着哪些英国样式可以被认为是伦敦原创和伦敦领导的。Top Shop 争议性的改革妇女时尚超过个体设计师所开设的奇异的服装小店们，在 90 年代末也为城市的时尚文化赋予了个性。就像是大型商厦是其祖先一样，在世纪之交的连锁店利用城市前卫消费者人群的崛起来巩固作为极端创新零售商的地位，改变的不仅仅是时尚经济，也对伦敦的风貌起着同样的改变作用。（图 26）

3.2.5 卡尔纳比街（Carnaby Street）——青年亚文化的聚集地

卡尔纳比街在英国是一条购物步行街，坐落在伦敦的 SOHO 区，紧挨着牛津街，在摄政街的东部。这个街道拥有 168 家时尚的和生活化的零售商们，包括一大批知名的时装店铺。在风舞云跃的六十年代 卡尔纳比街是时尚文化的发源地，是诸多世界时尚设计天才中的佼佼者的诞生地，是朋克、摩登、嬉皮等街头文化的发源地之一，也是街头风格穿着者的聚集地，成为伦敦青年亚文化享誉世界的地标。（图 27）

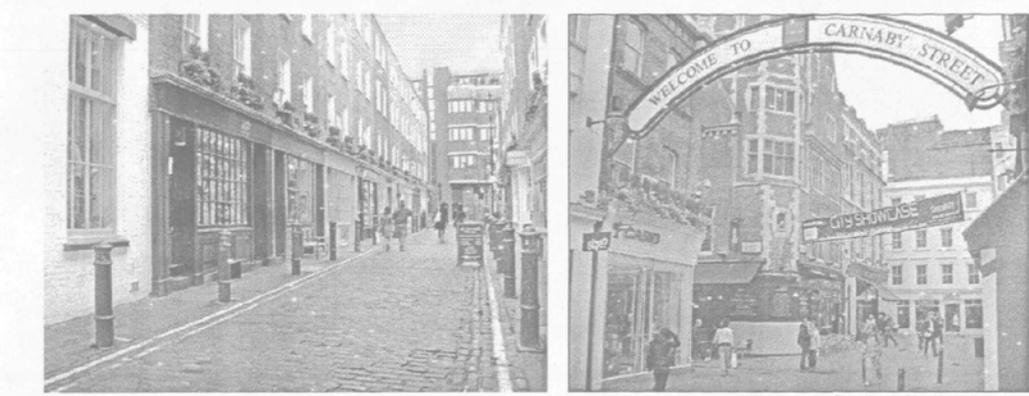


图 27 卡尔纳比街街景

卡尔纳比街的名字来源于一个叫卡尔纳比房子，坐落于街道的东边，1683 年由理查德·泰勒建立，这个砖匠负责 Six Acre Close 东部一半土地的发展，和他的合伙人皮姆(Pym)。并不知道这个房子为什么叫卡尔纳比是出于什么原因。卡尔纳比街建设布置很可能在 1685 年或 1686 年，第一次出现在定价册子上是 1687 年，最后完全完工于 1690 年，由很多小房子组成。



图 28 朋克青年

从二十世纪 50 年代起，伦敦街头的泰迪(Teddy Boys)、摩登(Mods)、嬉皮(Hippies)、朋克(Punk)等街头文化群体的兴起，都可以归因于现代青年对现实不满而要求自我表现的一种生活方式。这种新的趋势是社会规则的传统模式遭到破除、中断的标志。这一文化通过各种象征符号、服饰风格等的组合，为各成员在集体意义中提供强烈的个体意识。年轻人抛开对情感的

约束，喜欢在服饰着装上体现轻松、非正统的风格。他们藐视考究、奢侈的消费方式，常常用下层阶级的服装来表达对正统品位的反抗。在人类服装历史的长河中，希望摆脱传统社会的束缚、勇于挑战人们内心固有格式的例子比比皆是。20 世纪 20 年代的“花花公子”、“伦敦女孩”、40 年代以宽松、鲜艳的西服，印花衬衫、萝卜裤为特色的祖特形象等都打破了常规着装的规则。正是这些在着装风格上有着鲜明特色的亚文化群体，是对整个 20 世纪伦敦时尚发展演变的最大冲击，为伦敦时装之都打上了深深的“街头风格”的烙印。卡尔纳比街也因为街头风格群体的聚集而闻名于世。(图 28)

在二十世纪 60 年代，很多设计师比如玛丽·奎恩特(Mary Quant)和独立的小时装店铺如“上帝约翰”都聚集于卡尔纳比街及附近，还有很多知名的地下音乐酒吧也位于此街道，比如“Roaring Twenties”。一些乐队，比如披头士，滚石乐队和小面孔乐队都在这个



图 29 Mary Quant 设计的迷你裙

区域工作、购物和表演。1965 年，玛丽·奎恩特发明的露出大腿、颜色鲜亮、时髦又大胆的裙子第一次出现在伦敦最嬉皮的街头——卡尔纳比街，这种风格被誉为伦敦造型。卡尔纳比街因为出现大量的街头文化而著称于世，街头服饰和街头文化群体的不断出现更新，使得卡尔纳比街在二十世纪六十年代成为伦敦最酷最时尚的街道，宣扬着摇摆的 20 世纪 60 年代的到来，《时代周刊》(Time Magazine) 曾称卡尔纳比街为“摇摆的城市”(The Swinging City)。(图 29)

放眼当代英国服饰界，薇薇安·维斯特伍德 (Vivienne Westwood) 是个中翘楚，身为朋克教母的她，是街头文化设计的典型代表，也是英国伦敦先锋前卫设计风格的代表。

Westwood 崛起于 20 世纪 60 年代末期。Westwood 是属于非正统的极端，她颇能掌握时代精神，将叛逆的元素融入作品之中，她开设前卫的服饰店铺，祭出反体制的权杖，引起世人注目。她的设计风格已经具有代表英国的地位，就像披头士的音乐、迷你裙和街头流行一般。肉欲主义的着装、浪荡不羁的模样，血淋淋图样的 T 恤、假皮的灯笼裤，不受传统束缚，绝对抵抗到底的态度，就是 Vivienne Westwood 演绎个人品牌时的重要戏码，使 Vivienne Westwood 有如前卫派的极致代表，Vivienne Westwood 也为 70 年代的摇滚朋克与 80 年代的新浪漫主义做了明确的注解。

卡尔纳比街上有两个由威斯敏斯特议会所授予的绿色勋章：第一块勋章在卡尔纳比街 1 号，是授予时尚企业家约翰·斯蒂芬 (John Stephen)，他开启了摩登式样时尚革命的到来；另一块，坐落于卡尔纳比街 52/55 号，是给了摩登流行团队“小面孔”(Small Face) 和他们

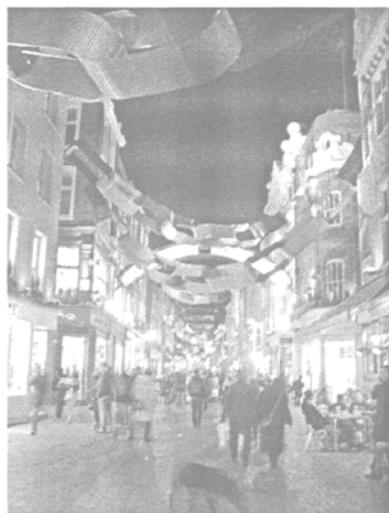


图 30 卡尔纳比街夜景

的经理阿登先生 (Don Arden)。经过多年的忽略和沉寂后，卡尔纳比街又一次获得时尚尖端的地位。这个区域已经能看到有了很大的变化，特别是在卡尔纳比街的南端，新开了很多新的店铺售卖一些独特的款式，尤其是有一个拥有三层楼高的“一次性”概念店，坐落在一个开放式的庭院内，经营的理念是每件物品都是只有一件，独一无二的，甚至在伦敦其它地方都很难找到的一些设计。(图 30)

第4章 北京时装街的历史及现状

北京具有悠久的历史、丰富的文化积淀和深厚的中华服饰底蕴，其历代服饰受到当时风俗的影响而不断发展变化。任何形式的文化都是建立在整个社会文化的基础之上，服饰文化作为其组成部分，自然也不例外。中国是一个多民族的国家，首都北京位于北方游牧民族与汉族的接壤处，其独特的地理位置使得北京的服饰文化在风格上受到迥然不同的两种文明的融合与更迭，进而形成了一种以正统的中原文化为主，包含游牧文化特点的独特地方服饰文化。而这种独特的北京服饰文化又因其作为中国多个朝代的首都而得以丰富和巩固，从而在观念和风格上影响和引导着全国服饰的变迁和发展。从明代起，北京就成为东方服饰文化领域的重要之都。

北京是世界著名的文化大都市，是东方文化最具有代表性的世界文化名城，它独特的东方神韵不仅对东方的服饰具有历史悠久的影响，而且对西方服饰同样具有很强的感染力。90年代，广博深厚的中国民族服饰以绚丽多彩的姿态展现在都市人的面前，令人赞叹并对现代服饰时尚产生了很大的影响，构成了新的文化现象，即民族服饰以其古朴的形式渗透到高度发达的都市文明中，并以审美的形式被接纳，作为服饰设计的灵感被吸收运用到现代服饰时尚中。

元明清三朝古都，给北京留下了独一无二的皇家氛围，由历史而发展起来的街道都有其深厚的历史底蕴和文化韵味；改革开放后兴建的现代化的商业区、街道，大型购物中心等，都在满足着人们对穿着打扮和对时尚的需要和追求。

整个伦敦市的面积大约1605平方公里，市区面积303平方公里，人口大约800万。而北京总面积16808平方公里，市区面积735平方公里。下辖10个区、8个县。2008年北京人口总数超过1700万，流动人口达510.7万。伦敦有多条时装街，各具特色，从而满足不同人群不同喜好的需求。北京不论市区面积还是人口，都比伦敦大一倍，由此可见，北京对于时装街的需求不仅仅是一条时装街，实际情况是，北京需要多条时装街，分布在不同行政区以满足不同区域消费者的需求。

4.1 金街——王府井

王府井大街紧接东长安街，是北京最繁华的商业街之一，享有“金街”的美誉。王府井的历史可以追溯到隋代，距今已有一千多年的历史了。

据《燕京访古录》所载，此处建王府最早始于隋唐时代，“隋朝燕王府，北平王罗艺之帅府”就在这里，至今仍有帅府园之称。

元代中央三大衙署中的枢密院和御史台分布在这条大街上。

王府井大街最早的商业活动始于明代，这里建了十个王府和三个公主府，故称为王府大街。据《明成祖实录》载，这里被称十王府、王府街及王府井大街。在这条街的大街小巷中，至今仍有帅府、阮府、空府、霞公府遗

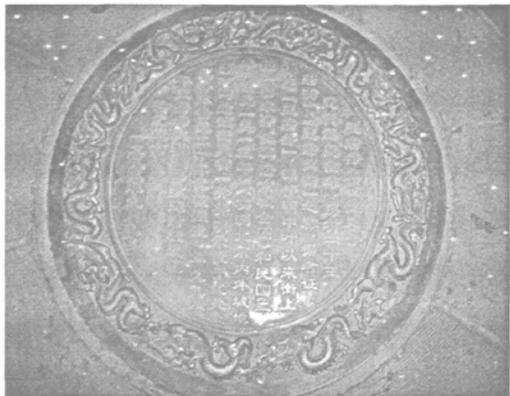


图 31 北京王府井名称由来的井盖

址可寻。到了清代，此处依然是亲王、郡王的聚居之地。如隋唐时期的帅府，成了清太祖第十五子多铎的豫王府。在今东方广场西北部，是光绪皇帝的老师、户部尚书翁同龢的状元府。在百货大楼西边，便是清太宗第十子韬塞镇国将军的辅国公府。所以王府井名称的由来，是与历代权贵在此兴建众多王府密切相关的。（图 31）

关于清末时期王府井的商业活动，有一“土”一“洋”两种说法：“土”是说，当时清朝统治渐趋衰落，不少太监偷了宫里的东西到外面卖，王府井成了太监们销赃的最佳场所；“洋”说法则和外国人有关，随着东交民巷“使馆界”的出现和外国人来京的增多，促成崇文门内大街至东单一一带为“洋人”服务的商业街的发展，但这一带位置偏东，不如王府井位置居中，于是，北京饭店选择在王府井大街南口兴建，东单二条、三条成为外国

人聚居的地段，王府井大街出现了由洋商或其买办经营的洋行，以至于有人说王府井从一开始就是一条“洋街”。（图 32）



图 32 王府井街景

王府井在经历了几十年的红火风光之后，商界“老大”的地位在 20 世纪 90 年代受到了挑战。最近这 10 年，北京城市改造建设日新月异，三环及长安街沿线新建了城乡、双安、当代、燕莎、赛特等十几个营业面积在万米以上的大型综合性商场，这些建在城边的商场，截流了要

进城买东西的消费者。面对来自外部的挑战，为了重新恢复王府井的“金街”美誉和昔日的辉煌，王府井从 1992 年开始了一系列的外部改造工程。

经过 10 多年对王府井的规划改造,如今的王府井大街,从金鱼胡同到与长安街相接的南口,810 米长略呈波浪型的大街两侧分布着 12 个大型商场,除原有的百货大楼、工艺美术大楼、穆斯林大厦、外文书店、协和商场、新东安商场外,还新建了百货大楼新楼、

东华服装、明辉大厦、好友世界、丹耀大厦、东方广场等 6 个大型购物娱乐商务综合性商厦。可以说是“大型商场一条街”,而且,王府井大街是一条公交步行街,人们在王府井享受现代购物环境之余,还能从一系列名为“王府井的传说”的雕塑中了解王府井的历史沿革。

4.2 年轻人消费的主力街——西单

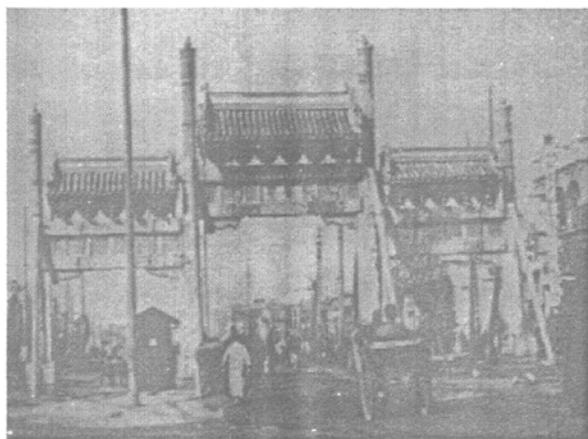


图 33 西单历史牌楼

西单商业街位于天安门的西侧两公里、宣武门内(北侧),与王府井、前门大栅栏并称北京三大最著名的传统商业区。

西单系西单牌楼的略称,在历史上曾存在过很多著名的文化场所和大型寺庙。现北京图书大厦和民航大楼一带就是北京最古老的寺庙之一——双塔庆寿寺的基地。(图 33)



图 34 西单如今的新牌楼

西单大街商业区的历史可以追溯到明代。当时,这里是通往京城西南孔道广安门的主要路口,从西南各省陆路而来的商旅和货物,都要由卢沟桥东进外城广安门,经菜市口向北入内城宣武门,经过西单进入内城各处。为此,西单一带开设了一些店铺、酒铺、饭馆及州,以招待过往旅客。

明清之际西长安街附近大理寺、太仆寺、太常寺、刑部、都察院、銮仪卫等衙署的采办,多以西单为主,推动了这里的商业发展。

清末民初时,满人贵族多居西北城,北洋政府、国民党政府的许多机构也都设立在西

城附近，为满足清朝遗老和政客新贵们的需要，西单一带的饭馆、酒店、百货商店以及摊商、摊贩便日益增多。

1929 年在大街东侧创办的西单商场包括日用百货、小吃食品、旧货书摊，还有说书、杂耍、游艺、戏曲等行业，种类繁多。后又出现了“三友实业社”、“洋货店”等店铺。本来在西四、护国寺一带的商贩和店铺，也纷纷向西单集中，促使西单大街成为西城的商业中心。

西单大街上的知名店铺有“和顺公布社”、“普安堂”、“赞元堂”药店、“天和永染料店”、“三盛斋鞋店”、“合顺成粮店”、“荣庆南纸店”等，著名字号如 1738 年开业的“天福号酱肘子铺”、1869 年开业的“天源酱园”、1890 年开业的“恒瑞老号”、1916 年开业的“桂香村南味糕点店”，以及二十年代开业的“玉华台饭庄”、“同春园饭庄”、“西来顺饭庄”、三十年代初开业的“西单菜市场”、“成文厚帐簿店”、四十年代开业的“万里鞋店”、“又一顺饭庄”，以及“乐仁堂药店”、“元长厚茶庄”等，都是有几十年乃至上百年历史的知名店铺。

西单地区的娱乐业亦很发达。清光绪初年开业的“春仙茶园”，是这里的首家娱乐场所。民国以后发展很快，1930 年和 1933 年“哈尔飞戏院”和“长安戏院”、新新大戏院相继落成，使西单成为一条商业与文化结合的商业街。



图 35 西单文化广场

1983 年 10 月，西城区政府对西单一条街提出了规划和改造意见，制定产业布局规划。1990 年 10 月，建成华威大厦。1991 年 1 月 15 日，西单购物中心试营业。1992 年区政府确定“繁荣西单，发展西城”的发展思路，确定以繁荣西单为重点，带动全区经济发展，全区实现经济的繁荣。同年，北京市先后通过西单北大街西侧规划方案（简称“西西工程”），西单东南侧改造方案。（图 34）

近几年，西城区坚持西单地区商业外环境改造和整治（西亮工程），先后撤消近百个零散摊点；整治了灯箱广告、橱窗，增强了夜间灯光效果；修整了人行道树木；增铺了步行街方砖、道牙，翻修改造了路面。

如今的西单是西城区商业、服务业最为集中、最为发达的地区。西单商贸企业的社会消费品零售额目前占全区总量的 60% 以上，是北京市最繁华的商业街之一。西单商业

区目前有大型商场 8 家，占全市十分之一。其中西单商场销售额居北京市大型商场之首，列全国前五名，西单商业区年销售额 45 亿元以上。在这条寸土寸金的土地上，先是建起了北京图书大厦，成为了京城书迷的云集之地，接着又拆除了百花市场建成了以地面为休闲场所，地下设有餐厅、市场、电影院、保龄球馆、游泳池、攀岩和国内最大镜宫的西单文化广场，成为了长安街沿线面积最大的文化娱乐场所。西单以商业为主，各种服务业同步配套发展，呈现出交错经营的趋势，市场定位按照消费群体划分，商品档次以中高档为主，突出了“专”而“全”的特色，能满足各阶层人士的需要。

几年来，西城区通过重点开发建设西单西侧和西单东南侧，西单国际大厦、中银大厦、首都时代广场等一批大型商业、金融大厦相继建成，著名的西单商场、西单购物中心、西单赛特商城、中友百货等大型现代化商厦与“桂香村”食品店、万里鞋店、“元长厚”茶庄等京城“老字号”竞展风采。总建筑面积为 3.5 万多平方米的西单文化广场是目前京城中心地区规模最大、环境良好和集休闲、娱乐、购物为一体的综合文化娱乐场所。（图 35）

4.3 20 世纪的清明上河图——秀水街

外国人来北京，“登长城、游故宫、逛秀水”已成为固定旅游路线。位于北京朝阳区永安里的秀水市场，北起美国驻华大使馆，西临祁家园外交公寓，东接东大桥居民区。在秀水街一里多长的街面上，集中了 250 多个摊位，而大部分以经营服装为主。因其附近有很多使馆，又被誉为“使馆街”。是北京市乃至国际上颇具知名度的一条服装街。因其紧临使馆区，所以深受来华外国人青睐。（图 36）



图 36 秀水街外景

在北京，秀水街是改革开放的“标志性建筑”，号称“20 世纪的清明上河图”。

1982 年开始，一些原始摊主在秀水东街一带摆摊，贩卖衣物和小百货。到 1985 年，一条小小的秀水街已被贩卖各种商品的小贩占满。从 1985 年开始，一些商户开始转营有中国特色的丝绸服饰及工艺品，并为市场赢得了“北京丝绸一条街”的称号。自 1987 年以后，随着外国人越来越多，工艺品开始进驻秀水。在以经营丝绸制品为主的同时，许多

做工精细的工艺品开始进驻秀水，开始形成了秀水街很有特色的文化。

秀水街生意越来越好，名气也越来越大，并且打出了“秀水”良好的品牌和信誉，成为名街。虽然秀水街没有花一分钱去做广告，但其在世界上的知名度却很高，不仅住在附近使馆和外交公寓的老外经常光顾，很多海外游客和来京出差、旅游的外地人也纷纷慕名前来。据说法国前总统雅克·希拉克、美国前国务卿贝克夫人，也曾以普通顾客身份到秀水街来选购服装。

2005 年，秀水街由于存在严重消防隐患、占压市政管线等问题，进行拆迁改建，建成的新秀水建筑面积为 3 万平方米，设有约 1600 个摊位，包括地下 3 层、地上 4 层的目前已经竣工。新秀水继续保持原有的自由侃价的购物特色，摊贩操持多种语言导购；并且设置了烤鸭店、民俗美食街向中外游客展示中华饮食文化魅力，还是国内首家无障碍刷卡市场，新秀水营业时间延长到晚上九时，不仅为商户带来了翻几番的经济效益，消费者也有了更多的时间来享受购物休闲的乐趣。（图 37）

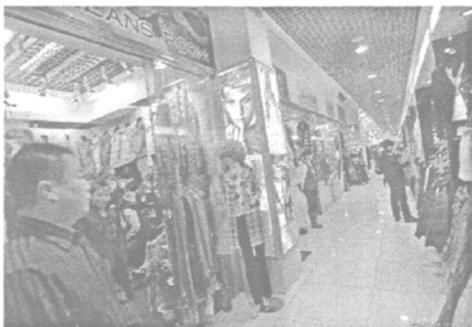


图 37 秀水街内景

不论是老秀水街还是新秀水街，由摊贩发展起来的草根市场，是北京城典型的以服饰购物为主题的商业街，也堪称为北京的时装街，以其可以讨价还价、商品价格实惠、紧跟时尚潮流、服饰品种齐全等特点，成为独具特色和文化的北京时装街。

4.4 北京未来的时装街——三里屯 Village

位于朝阳区东部。因距内城三里而得名。明、清时属顺天府大兴县。作为地片名，泛指左家庄、朝外大街、呼家楼、麦子店合围地域。1962 年在地域内建北使馆区，20 世纪 60—70 年代建成外交公寓群，三里屯一带逐渐发展成为驻华外交人员聚居、购物和外事活动的重要社区。地域内有 10 条纵向、12 条横向街巷。新东路和工人体育场东路为首都原迎宾路的一部分。工人体育场北路东段西侧和西段北侧商业、服务业网点密布，区域内有塔园外交人员公寓、友谊超级商场、外汇免税商店、中国国际商店等单位。工人体育场北路东段两侧建有城市宾馆、兆龙饭店、麒麟大厦等。

曾经红极一时的三里屯，正是凭借着酒吧的盛名，登上了“酒吧鼻祖”的圣坛。

全长 260 米的三里屯酒吧一条街是中国酒吧第一街。最初是以汽配、服装市场闻名，1989 年第一家酒吧在三里屯开张，至 1998 年酒吧规模达到顶峰，街区内共开有 80 多家酒

吧，日均客流量曾达上万人次，红酒日耗量在千瓶以上，啤酒日均耗量在 25000 瓶以上。

经过 10 多年的发展，三里屯已成为在国内、国际知名度颇高的、以酒吧文化为特色的时尚社区，是京城外国友人、商业文化界中高层人士及时尚青年心目中的代表性休闲娱乐名街。三里屯的大名，就连国外时尚杂志在介绍中国时，也会不经意地从三里屯说起。

从 2007 年下半年开始，这条因酒吧而闻名海内外的街道被赋予新的内涵，将形成以购物、酒店、酒吧、艺术等多功能为一体的休闲及文化创意区。这与政府部门给出的定义是相吻合的：三里屯在 2008 年要成为北京“国际化商务核心”和“24 小时娱乐中心”。

2007 年 2 月份，来自香港的太古集团，携手海外基金等耗费 48 亿元人民币从原开发商北京国峰置业手中购得新三里屯项目的股权，将引入香港的“太古广场”模式。

新三里屯建筑面积 17 万平方米，被 3·3 服装大厦分隔为南北两个区域。北区定位为高端，分布国际一、二线品牌旗舰店和特色酒店；南区则定位为年轻时尚客户群体，包含了大量餐饮和星级酒店。

西临工人体育场东路、北邻工体北路，距三里屯酒吧街约 800 米。总建筑面积 7 万



图 38 新三里屯

平方米，由六个体量高低错落的楼体由北至南组成，建成后将形成一条全长 260 米、由 50 余家国际商铺组成的立体式商业长廊，汇集了许多第一次。它将是北京最有名的服饰品购物区之一。目前已经入驻的 UNIQLO, MANGO, WHITE COLLAR, ESPRIT……以及将要入驻的 VERSACE, FolliFollie, Ports International, Kosta Boda Orrefors 等国际知名品牌。面积达 3160 平方米的 Adidas 三里屯将成为全球最大的旗舰店，Sephora 也将在这里

开设该品牌中国最大的专门店。从奢侈品牌到运动品牌再到平价品牌，三里屯 Village 将给消费者提供更大的时装搭配空间，可以让顾客根据自己的喜好将奢侈、平价随意混搭。

新建成的“大三里屯”，在原有时尚个性酒吧街的基础上，大批商业地产项目的建成，其定位于中高端的商业品牌，很有可能会成为北京国际知名品牌旗舰店集中展示形象的唯一窗口。（图 38）

4.5 北京大型购物中心

大型购物中心，即英文 Shopping Mall，是由街道发展而来的。原本一条道路两侧有商店的街道，英国人用玻璃等材质把街道上面罩起来，加上拱廊，形成独特的拱廊式街道，使得原先的室外街道变成室内街道，成为步行街，英国现在还保留有拱廊式街道。再后来，为了节省土地面积，充分利用空间，这种拱廊式街道加盖几层楼，变成今天所熟知的大型购物中心。

由此看来，大型购物中心可以称为时装街，属于室内时装街。北京目前兴起不断修建这种室内形式的时装街，并且开始形成地标的的作用，不仅吸引大批顶级奢侈品牌的入驻，还带动整个周边区域的发展。

4.5.1 最老牌的奢侈品集中地——国贸商城

提到北京奢侈品聚集地，很多人会首先想到国贸商城。国贸商城（图 39）1990 年 8 月开业，在北京率先引进品牌专卖店从事零售业务的经营模式，总建筑面积 6 万平方米，营业面积达 3 万平方米。1999 年，路易·威登在国贸商城开设了继王府饭店之后北京第二家皮具专卖店，成为入驻国贸的第一家奢侈品品牌。2000 年 5 月全新亮相的国贸商城，是在原国贸商场的基础上投入 4000 万美元改扩建而成的。据了解，改造后国贸商城共容纳了 185 家品牌专卖店，其中 LV、Gucci、Cartier 等 40 余家国际一线品牌集中在租金最昂贵的商城一层精品区。



图 39 国贸商城内景

现在的国贸商城，40 家世界顶级名品、60 家服饰品牌专卖店、200 家时尚店铺的组合，构成了国贸商城的豪华阵容。国贸商城如今是朝阳区乃至北京市最老牌的大型购物中心。

4.5.2 王府井消费新贵——东方新天地购物广场

东方新天地购物广场，连接了“金街”王府井和“银街”东单，长廊式的建筑群，面积逾 12 万平方米，是亚洲最大的购物中心之一，是王府井的消费新贵。作为一家综合性大型 Shopping Mall，东方新天地自 2005 年后，在男女服饰、珠宝、名表、餐饮和娱乐设

施方面都呈现出新的局面。全球最大的欧米茄旗舰店、切瑞蒂 1881 旗舰店、铁狮东尼旗



图 40 东方新天地购物广场

舰店和 Trussardi、Miss Sixty、Costumeuomo、Tommy Hilfiger、Gieves & Hawkes 等 40 多家品牌旗舰店在区内相继开业。意味着以国际顶级时尚品牌为主流特色的东方新天地二区，将成为京城又一高端潮流时尚的集中地。这些奢侈品店铺都将与国际时尚同步，每年出现在巴黎、

米兰的高级时尚新品也将同样出现在北京的旗舰店。

4.5.3 京西档次最高的购物地儿——金融街购物中心

由金融街旗下公司全资控股，并参照纽约第五大道、巴黎香榭丽舍大道等老牌国际名店设计，总体量 8.9 万平方米的金融街购物中心，世界顶级品牌 Louis Vuitton、Dior、Gucci、Ferragamo 将主力店设立于此，300 多个国际知名品牌同时亮相，亚洲首席时装名店 Lane Crawford（连卡佛）也在此落户，其中更有一半以上的品牌在国内是第一次出现。

在主打世界顶级时尚奢侈品品牌的同时，金融街购物中心也引入 Adidas、Nike 等运动品牌以及 Jack Jones 等中端品牌。（图 41）

金融街购物中心拥有着国内首屈一指的人与自然和谐统一的购物环境。算上地下一层，一共五层，透过室内 300 米宽、40 米高的透明穹顶，阳光可以播撒在室内的每个角落，独特的通透回廊设计，视觉通透，室外 3 万平方米的景观花园的绿地流水连结至购物中心

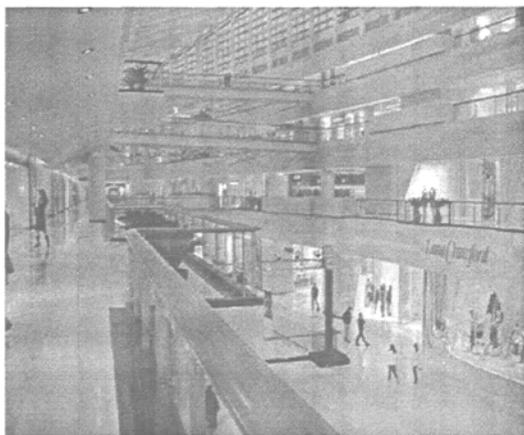


图 41 金融街购物中心

自然空间内部，展现着春夏秋冬每季不同的精彩，为的是能够给消费者提供一个亲近自然愉悦的购物空间。

4.5.4 京城新的时尚引领者——新光天地

新光天地是由北京华联集团与台湾新光三越百货合资成立的第一家百货店，双方各占 50% 股份，总资本额 7.5 亿元人民币。新光天地的经营锁定新型的百货公司经营模式。这种模式有机融合了百货公司和购物中心二者的优点，实现高端品牌和大众品牌的最佳结

合，兼具百货店和高端购物中心的竞争力。

新光天地聚集了 90 项国际顶级品牌、938 个全球知名品牌。PRADA、CHANEL、GUCCI、S.FREEAGAMO、HUGOBOSS、COACH 等均在新光天地设置旗舰店。据悉，GUCCI 旗舰店面积达到 1300 平米，比香港中环广场店大 1/10。这些旗舰店将首次同时做到货品“零时差”，每一季新品与其在巴黎店或纽约店中展示的毫无二致。并有 DUNHILL、BV、ANNA SUI 等 42 家国际名品新概念店，FRED、FAUCHON、JIMMYSPA 等首次在中



国开设专柜的 24 家知名品牌店，以及 MIKIMOTO、MARC JACOBS、FRANCK MULLER 等 53 家北京首次开设专柜的品牌店等一同进驻。新光天地堪称中国百货旗舰店。(图 42)

在新光天地，“Happy New Life”理念渗透在每一个细节。通过宽敞舒适的休闲广场，走过长 24 米的“顾客新光大道”，迎面而来的是视野开阔的“迎宾大厅”；而四层的绅士休闲区，3 道大型瀑布从屋顶顺流而下，营造出独特的室内水幕空间，全透明的玻璃屋顶抬头可见碧蓝天空。新光文苑文化馆面积达 1120 平米，融合文化与艺术、时尚与民俗、

图 42 新光天地百货内景

国内与国际的资源，举办各式文化、主题性活动。新光天地

专门设置了残障人士专用卫生间、亲子卫生间、手语服务等。

新光天地自建成后，便成为北京新的时尚引领者。

第5章 伦敦时装街的发展对北京时装街的启示及借鉴

5.1 城市的经济发展是时装街形成与发展的基础

城市经济发展水平和消费能力是成为时装之都的先决条件。众所周知，第一次工业革命爆发于英国，使伦敦成为世界著名的经济金融中心，英国也成为了资本主义世界里经济最发达的国家。英国经济的崛起和发展，也带动了国家居民的消费能力和购买力，随着女权意识的觉醒，二战后越来越多女人参与社会工作，经济能力提高，相应地对服饰的消费需求激增，而时装街上的时装店铺是时装消费的终极场所，最能反映和体现人们对消费的热情和购买力，随着英国社会民众购买力的增加，时装店铺也鳞次栉比地相继在几条著名街道上开业，甚至吸引了国外如法国和意大利品牌店铺的入驻，极大地促进了伦敦时装街的形成。

世界奢侈品协会的数据显示：2007年中国奢侈品市场的规模达到80亿元，占全球市场的份额达到18%，已经成为仅次于日本的全球第二大奢侈品消费市场。而北京作为中国的政治文化中心，近年来城市经济发展迅速，购买力年年递增。北京市统计局、国家统计局北京调查总队发布的统计数据显示：2007年北京市社会消费品零售额达到3770亿元，增长达到15%左右，扣除价格因素仍增长14%以上，高于多年来12%左右的增速，穿着类商品实现零售额356亿元，增长13.8%，增幅为十年来最高水平。

虽然中国和英国相比，经济实力还有着很大的差距，北京的城市居民人均收入还无法赶超英国居民平均收入水平，但在未来的经济发展中，北京逐步增强的购买力会吸引商家和投资商的目光，进而建造迎合消费者需求的各个层次的服饰店铺，北京的时装街和时装之都建设，在未来一定会得以实现。

5.2 时装街发展离不开成熟的消费者

伦敦经济的发达使大批中产阶级成长起来，政治、文化、艺术中心又使得这些城市成为上流阶层、各界名流等时尚领导者的云集之地。毋庸置疑，时装业市场是精英的市场，时装业是精英产业，它应当有一批有影响的设计师和一批有影响的顾客。伦敦就拥有这样一批稳定的顾客群体，为时装业的发展提供了市场基础。在这批顾客群体中，包括皇室成员、贵族妇女、政界名流、经济巨擘、文化名人、影视明星等，即使下层人士也形成了独

特的时尚创造力和影响力。各类顾客有不同的价值取向，对时装的需求也各不相同。不同流派的时装设计师满足了这些需求，而需求的多样化更为风格各异的时装设计师提供了发展的舞台，使得时装中心的发展不再单调乏味，而是呈现出一派百花齐放、生机勃勃的景象。同时，这批有影响的顾客多为时尚领导者，他们的出现带动了伦敦时装在全球的流行，使得伦敦时装市场得到了延伸和扩展，这又促进了伦敦作为世界时装中心的发展。

街道乃至整个城市的艺术品味和艺术氛围不仅与街道景观和文化设施有关，更与市民的品味息息相关，因为城市的主体是人，城市的品味是由人来塑造的，人的品味是城市品味和艺术氛围的主导因素。当然，由人塑造的城市品味反过来也能塑造人，两者是相互影响相互作用的。同样，看一个城市的时尚程度，要看城市的时尚文化和商业环境，但最根本的还是看这个城市的“人”

客观地评价，出于历史、政治、人文等原因，北京的大部分市民在形象意识、时尚品味、艺术修养等方面较之时尚之都对于市民的普遍要求还有一定的差距。这种差距虽然不像经济差距那样可以用数字客观衡量，但却往往是影响时尚之都建设的致命软伤。市民时尚品味的提升还需要城市经济的进一步发展，媒体的宣传引导和时装设计师的影响等综合方面的加强。

5.3 政府的支持为伦敦时装街的形成提供了良好的投资环境

时装街在形成过程中，有多方面的因素，其中的规划建设尤其是后期的重建，离不开政府的关注和投资。例如牛津街在20世纪90年代的规划重修，就是由政府的公共机构筹资兴建。摄政街不仅由摄政王亲自钦点建筑师建造，皇室每年去摄政街的购物都极大地促进了整条街道的发展。政府的服务职能在时装街建设和发展方面发挥了很大的作用，吸引了大批外国著名服装品牌入驻，对伦敦时装街的形成起到政策上的促进作用

把北京建成“时装之都”是北京政府非常重视的一件事情。北京市人民政府和中国纺织工业协会不仅正式发布了促进北京时装产业发展，建设“时装之都”规划的纲要，每年的“北京服饰博览会”和“北京国际时装周”也是越办规模越大，目标是逐步走向国际化，政府也提出北京要建设和改造特色商业街，北京特色商业将获得北京政府千万资助。但是北京政府在具体实施上，也应当起到整合资源的作用，对资源的正确利用和引导，提前的规划建设，以及时装街后期的政策支持，都是时装街建设成功的必要前提。

5.4 立体化交通网络，为时装街提供硬件支持

立体化交通网络是城市时装街建设的基本要素。地上地下形成立体化、网络化交通，不论以什么交通方式都出入便利。即便是时装街为步行街，主街两侧的辅街均有良好的交通能力和充足的泊位，并有严格的交通管制。交通网络整体连接，人流、车流分离。

伦敦市在城市发展过程中，逐渐形成了立体化成熟的交通网络系统，地铁线和交通线四通八达地连接到伦敦著名的时装街，方便地满足了人们出行的便利，即便是住在郊区的人们，也同样不用因为交通问题耽误购物的兴致，为伦敦时装街的繁荣提供了硬件上的条件。

北京的交通一直是人们抱怨的地方，不过现在北京市的交通正在得到不断地改善，立体化交通网络逐渐形成，王府井、西单、秀水、三里屯和那些大型购物中心，从地铁到公交车线路再到停车位修建，都在为购物者提供交通的便利，随着北京加强对地铁的投资建设，城市的交通网络建设也会逐渐得到改善和进步。

5.5 时装街行业结构完整，增强了对消费者的吸附力。

时装街的行业结构即以时装购物为主，餐饮娱乐为辅，形成商业街特有的市场格局。形成这种结构还有一个优势，就是可以提高商业街的吸附力，白天是游客的观光胜地，夜晚是当地市民的休闲娱乐场所，从功能上满足了旅游者观光、购物游览的心理和消遣、休憩、品位都市文化的精神要求，同时也为当地居民创造了休闲消费的场所，满足了不同消费者不同层次的要求，例如伦敦的摄政街或邦德街。游人除了可以“Windows Shopping”外，餐馆、咖啡吧可以使游人在品尝各国风味时，还可以品味伦敦市的历史和文化，体会伦敦那种贵族化的感觉，这正是商业结构为人们创造了增加愉悦感的氛围和环境。

北京现在的时装街，不论是王府井、西单，还是大型购物中心，都会从人文角度出发设计，比如王府井步行街上安装了长椅供游人休息，特色餐饮入驻街道，大型购物中心内设有咖啡屋、文化中心等设施，西单的大型娱乐文化广场，都力求形成其多功能的格局。对购物环境的重视，商娱结合，既能满足人们的物质需求购物，又能满足人们的精神文化需求和体能生理需求（因疲劳而产生的体力休息恢复需求），实际上这是街道由单一购物的初级化市场功能向多样性的高级化市场功能的转变。

但是总体上来说，北京时装街的购物环境还需进一步地提高，包括餐饮娱乐环境和设施，尤其是服务质量应当进一步地提高，除了硬件上的建设外，更应重视软件方面即服务方面的质量，“宾至如归”、“服务至上”，时装街才会真正提高档次。

5.6 服装院校的发展和服装人才的培养，为时装街提供良好的人才基础

由最初培养女裁缝开始的伦敦艺术学院，在20世纪转换期时由政府支持和产业资助，设计成专供西区商业雇佣需要的学校，培养了大批熟练的女裁缝师，专门制作宫廷衣裙和商店的服饰，为伦敦的时尚制衣业奠定了良好的人才基础。经过150年的发展，如今成为欧洲最大的艺术、设计、服装、影视表演、大众传媒和新闻出版类大学——伦敦艺术大学，由六个学院组成，即坎伯韦尔艺术学院、中央圣马丁艺术与设计学院、切尔西艺术与设计学院、伦敦服装学院、伦敦传媒学院和温布尔登艺术学院，拥有来自100多个国家的24,000名学生。

多种族的居民构成伦敦艺术大学文化的多样性，作为创意产业高度发达的英国首都，伦敦吸引了来自世界各地的设计人才，在这可以感受到设计的诸子百家。在这样的环境里，学校有很多资源可以利用，在伦敦艺术大学接触到的很多设计前沿往往是世界领先的。由此培养的学生，很多在设计领域也已经取得了非凡的成就。如大家熟知的圣马丁艺术与设计学院毕业的“时尚鬼才”约翰·加利亚诺（John Galliano），“英国坏男孩儿”亚历山大·麦昆（Alexander McQueen），前卫设计师侯赛因·卡拉扬（Hussein Chalayan），新晋设计师斯特拉·麦卡特尼（Stella McCartney），还包括中国时装设计师邓达智，及影星皮尔斯·布鲁斯南、佩内洛普·威尔顿等。

伦敦的时装院校为世界时装界输送了大批的专业人才，培养出了一批世界顶级时装大师，而相辅相成的是，知名时装设计师的作品也会促进整个城市时尚产业的发展和在世界中时尚地位的提升。

北京也拥有自己特色的服装院校，最为典型的是北京时装学院、清华大学美术学院等专业艺术院校，为中国的服装行业输送了大批设计师和服装方面的专业人才。令人欣慰的是，在法国时装周办秀的吉芬总经理兼总设计师谢晖就毕业于北京服装学院，同样走出国门的中国时装品牌例外的总经理毛继鸿也是从北服毕业。

未来的北京乃至中国的时装院校，仍然担负着培养服装界优秀人才的重任，我们真挚地希望并且坚信，未来的中国也会出现拥有国际声誉的服装设计大师。

5.7 独特的文化氛围，是时装街真正的软实力和长久的生命力

伦敦时装街200多年的发展，难得的是很多传统古建筑都得以保留。英国人对古建筑视如家传珍宝，英国政府早年就通过一条法律，对古建筑只能装修加固，不得推倒另建

新楼。为了保持伦敦协调一致的建筑风格，建筑物不是向高空发展，而是重点改进内部布局和设备现代化。古色古香的大厦、教堂、钟楼与尖塔比比相连，木结构旧式房宅举目便是，竖立着的古代名人雕像随处可见。新建的建筑，建筑设计师也注意到了和周围环境的协调，外表是古老的建筑，里面却售卖的是现代的商品，传统与现代就这样巧妙地结合起来，也由此奠定了时装街的文化内涵。

作为伦敦土生土长的街头风格代表，朋克的出现将“反传统与叛逆”演绎到了极致，而这同时也是一种非常激进的创新。朋克风格对伦敦时装乃至世界整个时尚界的影响无疑是巨大的。伦敦著名的时装设计师约翰·加利亚诺评价“朋克”风格为“对英伦传统时装风格最大的冲击与创新”。

伦敦与世界其他几大时装之都相比，最引人注目的地方无疑是伦敦时装挥之不去的“街头文化风格”，这与青年亚文化有着直接的联系。伦敦早期出现的青年亚文化群体，如曾经昙花一现的“泰迪男孩”、“摩登派”、“机车手”在某种意义上讲都是“朋克”的先驱。青年亚文化群体通过与以往不同的衣着方式表达对传统的反叛。他们在服饰、发式、化妆以及日常行为上，均采取了极端的方式，主张“自己动手”，“把看来不可能结合的东西组合在一起”。这种完全背离传统、挑战人们审美底线的手法使得在维维安·韦斯特伍德之后，偏好“朋克”风格的服装设计师如雨后春笋一般地涌现出来。在有“时装之都”窗口之称的“伦敦时装周”上，人们越来越多地可以看到带有“朋克”风格烙印的时装新品发布。所有这些都证明了，“朋克”等青年亚文化群体作为伦敦时装创新的先锋地位不可动摇，极大地影响了伦敦的服装风格，为伦敦的时尚文化注入了新的活力元素，也使得伦敦的时装街在世界上有了自己的特点和地位。其对伦敦时装之都的巨大影响也是有目共睹的。

贝聿铭曾说过：“每一个城市都有自己的历史与文化，因而也有自己的个性与特色。”个性与特色是城市的魅力所在，是城市形象的精髓和灵魂。时装街，就是城市形象和城市魅力在街道上的反映，时装街的文化氛围也是城市形象和城市文化的集中体现和折射。如何在保留传统文化基础上，融合现代都市文化，创造出有中国特色的时装街，形成自己的特色和文化，从而在世界著名时装街中占有独特的地位，是北京时装街未来发展道路上需要解决的问题。

伦敦能并列于纽约、巴黎和米兰，并有自己独特的风格和特点：即传统和创新混合式城市，街头文化、青年文化和传统绅士文化混合型的城市。

笔者认为，北京目前的时装街还缺乏自己独特的特色，商品的雷同性严重，缺乏独特

的风格和特点。北京的特色，最值得保存并发扬光大的，笔者认为北京的皇家文化和皇室氛围。北京城市的大气、包容，元明清历经三个朝代而留下的皇室文化，是北京独有的优势。发扬这种皇室文化，使得这种软文化的影响力深入到时装街之中，时装街才不仅仅是一条购物街道，也因有了软文化的植入而拥有其长久的生命力。

第6章 结论

伦敦时装街在历史发展过程中，兼容并蓄，不仅起到时尚的引领作用，还将伦敦的绅士文化以及后来兴起的青年文化、亚文化融入到时装街中，成为伦敦城市社会文化的象征，不仅提升了整个时装街的商业品牌文化价值，更将商业文化提升到社会文化，为伦敦时装之都的建设奠定了基础。

北京在建设特色街道时应注重进行系统整体规划，规划的目的就是创造具有良好空间、组织形态和完美艺术形象的城市环境。珍视历史文化和城市个性，从单纯功能性规划上升为综合人文性规划，必须尊重历史、尊重文化、尊重自然、尊重人、尊重差异、尊重多样性，从而建设首都北京独具特色的城市文化形象。保护北京城市设计中的精华部分，要适当保留一些相对完整的城市空间环境，而不仅仅是单个建筑。

此外，建设北京时装街在保留和尊重传统的同时，更要突出城市街道的个性。比如伦敦“时装之都”是兼具悠久历史与创新思维的经典男装的发源地，时装界内尤其注重其传统“定制工艺”的延续性与创造性；巴黎是高级女装的发祥地，业界非常重视持续打造其高雅的艺术性与极高的观赏价值。因此，北京在打造“时装之都”的过程中，应该充分考虑北京的民族、历史、文化、环境等特点突出自己独特的地域人文性格，要在保持中国民族服装传统风貌的基础上塑造个性鲜明的首都形象，大力发展北京的皇家文化特色，发扬北京城市的大气、包容的特色，发掘北京皇家文化的生命力。此外，还应当像“伦敦时装之都”那样，利用人文环境、交通运输的便利优势和旅游资源丰富的优势，促使北京成为中国民族文化和中华服饰文化的辐射中心，带动周边区域时尚经济的繁荣与增长，形成独具特色的“区域消费集团”，促进时装产业和消费市场的长足发展。^[9]

每一种服饰形式的诞生和存在，都是一种文化在服饰上的体现和传承。全球化进程的加速使国家或民族之间的文化交流变得空前频繁，不同文化间的互动与融合成为当今世界文化的基本特色。因此，在现代社会中时装是无疆域的，是全世界所共同拥有的。一个城市只有兼收并蓄世界时装精华，同时又能将本土的个性风情充分展现于世人面前，才能在世界时装之苑占有一席之地。

北京要成为世界时装之都，首先应该成为一个世界性的国际化大都市，兼收并蓄各种文化，宽容大度地接纳全国时装人才，成为世界时装艺术和文化艺术的交流中心。

因此，我们应当从宽容和理性的视角看待国际服饰时尚，看待伦敦的时装街，不能把国外时装街的发展生搬硬套地“拿来”运用，不能一概地认为国外时装街的一切就是好的，

也不能产生狭隘的民族主义思想，不愿意吸取国外在时装街建设和规划方面精华的地方。唯有摆脱文化本位主义的束缚和观念，正视中外在商业和艺术方面价值观的撞击和融合的现实，努力吸取西方的精华，融合本国的实践加以应用，把握好民族化与国际化的辩证关系。只有这样，首都北京未来的时装街建设才会进入良性循环，北京未来才能领导世界时装的潮流，其时装中心的地位才会得以确认。

参考文献

- [1] 亚当·斯密. 国民财富的性质和原因的研究(下卷)[M]. 北京: 商务印书馆, 1979
- [2] 吴于廑. 历史上农耕世界对工业世界的孕育[J]. 世界历史, 1987(2)
- [3] 奇波拉主编. 欧洲经济史(第三卷)[M]. 北京: 商务印书馆, 1989
- [4] P. Dean and W.A.Coll. British Economic Growth 1856-1973 [M], London, 1984
- [5] N. Koru, The Victoria and Albert Museum's Textile Collection: British textile 14s to 18s [M], London, 1999
- [6] 周玉清. 英国贵族生活史[M]. 上海: 译文出版社, 2000
- [7] Breward, Ehrman, Evans. The London Look: fashion from street to catwalk [M]. London, 2004
- [8] R. Bennett-England. Dress Optional: The revolution in men's wear (1) [M]. London, 1997
- [9] 宁俊, 韩燕. 服饰文化视角下的首都城市形象建设[R]. 北京: 北京服装学院首都服饰文化与服装产业研究基地, 2006
- [10] Christopher Breward, Edwina Ehrman, Caroline Evans. The London Look: Fashion From Street to Catwalk [M]. Yale University Press, 2004
- [11] Alistair O'Neil. London: After a Fashion [M]. Reaktion Books Ltd., 2007
- [12] John Peacock, Thames and Hudson. 20th Century Fashion[M]. Firefly Books Ltd. 2004
- [13] Doreen Yarwood. Fashion in the Western World [M]. B.T.Batsford Ltd London. 1992
- [14] Stella Bruzzi, Pamela Church Gibson. Fashion Cultures: Theories, explorations and analysis [M]. Taylor & Francis Group. 2000
- [15] Gertrud Lehnert. A History of Fashion in The 20th Century [M]. Germany. 2000
- [16] M. Bultitude. Get Dressed: A useful guide to London's boutiques [M]. The Garnstone Press London. 1996
- [17] E. Carter. Mary Quant's London [M]. London. 1979
- [18] A. De la Haye, C. Dingwall, Surfers, Soulies. Skinheads and Skaters: Sub-cultural Style from the Forties to the Nineties [M]. London. 1996
- [19] A. De la Haye. The Cutting Edge: 50 Years of British Fashion 1947-1997[M]. London. 1997
- [20] R. Ettinger. Psychedelic Chic: Artistic fashions of the late 1960s and early 1970s [M]. Philadelphia. 1999
- [21] V. Mendes. Pierre Cardin: Past, Present, Future [M]. London. 1990

- [22] V. Mendes and A. De la Haye. 20th Century Fashion [M]. London. 1999
- [23] L. Miller. Cristobal Balenciaga [M]. London. 2006
- [24] T. Polhemus. Street style: From sidewalk to catwalk [M]. London. 1994
- [25] Z. Rhodes and A. Knight. The Art of Zandra Rhodes [M]. London. 1984
- [26] N. Rothstein. Four Hundred Years of Fashion [M]. London. 1984
- [27] R. Barnes. Mods! [M]. London. 1989
- [28] T. Salter. Carnaby Street [M]. Surrey. 1970
- [29] R. Walker. The Savile Row Story: An illustrated history [M]. London. 1988
- [30] J. Watt. Ossie Clark 1965-74 [M]. London. 2003
- [31] C. Wilcox and V. Mendes. Modern Fashion in Detail [M]. London. 1991
- [32] N. Ikoku. The Victoria and Albert Museum's Textile Collection: British textile design 1940 to the present [M]. London. 1999
- [33] L. Jackson. The Sixties: Decade of design revolution [M]. London. 1998
- [34] L. Jackson. 20th Century Pattern Design: Textile and wallpaper pioneers [M]. London. 2002
- [35] V. Mendes and F. Hinchcliffe. Ascher: Fabric, Art, Fashion [M]. London. 1987
- [36] P. Devlin. Vogue Book of Fashion Photography [M]. New York. 1979
- [37] D. Hebdige. Hiding in the Light [M]. London. 1988
- [38] D. Hebdige. Subculture: The meaning of style [M]. London. 1979
- [39] [英] 琼·娜. 服饰时尚 800 年[M]. 贺彤译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004
- [40] [美] 珍妮弗·克雷克 (Claik, J.). 时装的面貌 [M]. 舒允中译. 北京: 中央编译出版. 2000
- [41] 郑巨欣. 世界服装史[M]. 杭州: 浙江摄影出版社. 2000
- [42] 王受之. 世界时装史. [M], 北京: 中国青年出版社. 2002
- [43] 华梅. 西方服装史[M]. 北京: 中国纺织出版社. 2003
- [44] 严国新. 时尚城市[M]. 北京: 中国计划出版. 2005
- [45] 程敏主编. 时尚在尖叫 [M]. 北京出版社. 2003
- [46] 英国驻华大使馆. 伦敦商旅手册[N]. 英国驻华大使馆交流中心, 2002
- [47] 李平. 英伦观光画卷[M]. 北京: 中国旅游出版社. 2005
- [48] Susan .B. Kaiser. 美国服装社会心理学 [M]. 李宏伟译. 北京: 中国纺织出版社. 2000
- [49] 华梅. 服饰与中国文化 [M]. 北京: 人民出版社. 2001

- [50] 黄燕敏. 服饰文化研究的社会学维度 [J]. 苏州大学学报, 2004 (7)
- [51] [美] 凯文·林奇. 城市意向[M]. 北京: 华夏出版社. 2001 年
- [52] 沙莲香. 北京人文环境与城市文化氛围 [J]. 北京社会科学. 2004 (1)
- [53] 张锦秋. 浅谈城市文化环境的营造 [J]. 建筑创作. 2002 (4)
- [54] 李当岐. 西洋服装史 [M]. 北京: 高等教育出版社. 2001
- [55] 钱乘旦, 许洁明. 英国通史 [M]. 上海: 上海社会科学院出版社. 2002
- [56] 张竞琼, 蔡毅. 中外服饰对览 [M]. 上海: 中国纺织大学出版社. 2002
- [57] 包铭新. 国外后现代服饰 [M]. 南京: 江苏美术出版社. 2001
- [58] Susan . B. Kaiser. 美国服装社会心理学 [M]. 李宏伟 译. 北京: 中国纺织出版社. 2000
- [59] 王介南. 中外文化交流史 [M]. 太原: 书海出版社. 2004

参考网络

- [1] <http://www.johnlewis.com/Shops/DSTemplate.aspx?Id=31>
- [2] <http://www.londonhistory.co.uk/>
- [3] <http://www.mywestend.co.uk/westend/shops-oxfordstreet.htm>
- [4] <http://www.british-history.ac.uk/source.asp?pubid=298>
- [5] <http://www.british-history.ac.uk/source.asp?pubid=298>
- [6] <http://www.victorianlondon.org/>
- [7] <http://www.historicaldirectories.org/>
- [8] <http://www.westminster.gov.uk/libraries/>

附录

访谈提纲

- 1、对于国外著名的时装街，如英国的邦德街（Bond Street）、法国的（Avenue des Champs）带给您最深刻的感受是什么？哪些方面最吸引您？
- 2、您认为中国目前有可以称做时装街的地方吗？在哪里？
- 3、您认为北京如果建造时装街，哪些街道或区域最具可能？最具潜质？
- 4、您认为打造北京时装街，需要具备哪些最基本的因素？
- 5、您认为目前北京和国外著名时装街的差距在哪些方面？（最主要的）
- 6、您认为除了国贸，高档精品汇聚外，LV、CHANEL 等顶级品牌有必要开成室外式旗舰店吗？为什么？
- 7、您平时最喜欢逛北京的哪条街道？购物会首选哪个地方？为什么？
- 8、您认为在北京购物时装，有哪些优点和缺陷？
- 9、能否谈一下您对上海和北京时尚区别的看法？您更倾向于或喜欢于哪个城市的时尚？

问 卷 调 查

请对下列问卷，你认为符合答案的选项“打勾”，可以多选，如果选“其它”，请写明理由，谢谢！

1、对于国外著名的时装街，如英国的邦德街(Bond Street)、法国的(Avenue des Champs)

带给您最深刻的感受是什么？哪些方面最吸引您？

A 国际知名品牌店铺汇集 B 橱窗秀 C 繁华的街道 D 古老而有特色的建筑群
E 其它

2、您认为中国目前有可以称做时装街的地方吗？在哪里？

A 王府井 B 东单 C 西单 D 国贸附近 E 新光百货周边 F 秀水 G 三里屯
H 东四 I 金融街 G 其它

3、您认为北京的时装街，需要几条，可以满足这个城市和旅游人士的需求？

A 一条 B 二条 C 三条 D 四条 E 五条 F 五条以上

4、您认为需要具备哪些最基本的因素，可以称之为时装街？

A 高档商店和知名百货云集 B 特色小型店铺汇集 C 餐饮、娱乐、购物一体化
D 其它

5、您认为目前北京有顶级品牌店铺汇集的时装街吗？

A 有 B 没有

6、您满意北京目前时装街上的橱窗布置(Window Shopping)吗？

A 满意 B 不满意

7、您认为，北京的时装街和国外著名时装街相比，最主要的差距在哪儿？

A 好的购物环境 B Window Shopping C 世界顶级品牌店铺汇集 D 缺少知名度和交通便利性
E 缺少自己独有的特色 F 其它

8、您平时最喜欢逛北京的哪条街道？购物会首选哪个地方？

A 王府井 B 东单 C 西单 D 国贸附近 E 新光百货周边 F 秀水 G 三里屯
H 东四 I 金融街 G 其它

9、您认为在北京购物，有哪些优点？

A 商店多、货品全 B 既有高档精品，也有特色小店，可选择性大
C 大型百货商场如国贸，购物环境好 D 货品的时尚流行速度快 E 其它

10、您认为在北京购物，有哪些缺点？

A 商店店铺分散不集中 B 缺少独特的特色 C 购物环境差 D 交通不便利
E 其它（流行更新速度慢，时尚潮流感差）

非常感谢您百忙之中参与这次问卷调查，您的意见对我来说非常宝贵，在此真心地预
祝您工作生活一切顺利！

北京服装学院中外服饰文化专业研究生

杨钊桢

公开发表的学术论文

- [1] 杨钊桢, 马小丰. 浅析伦敦时装街—从 Oxford 街和 Bond 街的发展看其对时尚的引领作用 [J]. 西安财经学院学报, 2008 (1) : 157-158.
- [2] 杨钊桢, 马小丰. 伦敦时装街 经典与时尚的恒久势力 [N]. 中国制衣, 2008-11: 32-35
- [3] 许海玉, 杨钊桢. CHIC 寻找·发现 [N]. 中国制衣, 2008-05: 14-19

致 谢

在撰写这篇论文过程中，我的硕士生导师马小丰教授从选题、拟定提纲、查阅文献、翻译原著到最终写成，都给予了严格的审查和孜孜不倦的辅导。在我提交论文初稿后，导师又不厌其烦地协助我修改，直至论文基本成行，对此，我感到由衷的感激并在此表示对恩师深深的敬意！此外，我还要向服装艺术与工程学院、艺术设计学院、外语系所有对我的论文写作提供过指导、提出过宝贵意见和建议的老师，中国纺织报社社长、中国服饰报社主编和诸多时尚杂志编辑在此一并致谢，感谢他们在我写作过程中提出的宝贵建议和意见。

这篇论文的写作从构思、查阅文献资料到最终写成大致花费了近一年的时间，其过程可谓十分艰辛曲折。鉴于资料查找十分困难，本人专业水平有限，论文中难免存在一些问题和缺陷。希望各位专家不吝赐教、提出宝贵的意见及建议，使其更加臻于完善。

最后，我想再一次向我的硕士生导师马小丰教授以及所有给予我支持和帮助的老师、同学，还有我的双亲致以衷心的感谢，没有这些人的帮助我的论文是无法完成的。