

尚

——法国巴黎城市品牌的一字定位构想

文/张道奎

一字延展：

尚

时尚

引领世界时尚潮流的城市

有着深厚人文底蕴的世界时尚之都、烂漫之都和花都

通过多种渠道的资料搜集和整理，我认为，从品牌提炼和传播角度考虑，今天的巴黎应该首选时尚特色定位。

为什么要把巴黎品牌提炼到“尚”字上？

原因可以归结为以下七个。并且，这七个原因也是非常值得我们参考的：

一、巴黎的时尚从其城市格言就已开始

巴黎的城市格言是：漂浮而不沉没（拉丁语：Fluctuat nec mergitur）。

从这句格言中我们可以看出，巴黎是“漂浮”的，但却是有底蕴的。因为，她是不“沉没”的。既然“漂浮”，自然也就蕴含着其特有的时尚和烂漫的内涵。

二、巴黎给“外国人”的第一印象就是时尚

在营销中，最注重的就是第一印象。

一提到巴黎，没到过巴黎的人，通常马上就会想到的是巴黎时装、化妆品、酒吧、芭蕾舞、巴黎夜生活，还有协和广场、香榭丽舍大道、巴黎圣母院、凡尔赛宫、卢浮宫、凯旋门、埃菲尔铁塔、塞纳河、荷马史诗《伊利亚特》等时尚元素。其次才是拿破仑、巴黎公社、法国大革命、“世界会议城”（因联合国教科文组织和经济合作与发展组织等国际组织的总部设在这里，并且经常召开国际会议而得名）等政治元素。而作为法国最大的工商业城市，巴黎生产的汽车、电器、化工、医药、食品等最发达的制造业项目甚至被她的世界时尚之都形象所掩盖。

巴黎是世界公认的世界五大“时装之都”之首（其余四个“时装之都”依次是米兰、伦敦、纽约、东京），同时还是世界化妆品之都。比如，仅巴黎的世界级知名服装品牌就有皮尔卡丹、CHANEL（夏奈尔）、

louis vuitton（路易威登）、Christian Dior（迪奥）、ELLE……在一个不知名的“世界10大化妆品”排名中，巴黎就占有夏奈尔、兰寇、克里斯汀·迪奥、娇兰、碧欧泉、娇韵诗等6个席位。

三、巴黎有着“悠久”的时尚历史

巴黎时尚由来已久，美丽的巴黎女郎1950年的时装在我们今天看来，依然是那样的时髦。

我认为，时装仅仅是巴黎的时尚表现，浓厚的艺术底蕴才是其时尚的基础。

比如，巴黎拥有50个剧场，200个电影院，15个音乐厅。巴黎歌剧院是世界上面积最大的歌剧院，位于市中心的奥斯曼大街，占地11万平方米，整个建筑兼有哥特式和罗马式的风格。巴黎的著名剧院有：加尼埃歌剧院（原巴黎歌剧院）、巴士底歌剧院、喜剧剧院、持续上演莎士比亚古典作品新戏的Chaillot等。巴黎人的文化生活丰富多彩，娱乐形式文雅，艺术气氛很浓。因此，有人说，在巴黎，参观名胜古迹，只不过看到了巴黎的一半。

正因为如此，朱自清在他的《欧游杂记》中才说：“从前人说‘六朝’卖菜佣都有烟水气，巴黎人谁身上大概都长着一两根雅骨吧。”因为他们“几乎像呼吸空气一样呼吸着艺术气，自然而然就雅起来了”。

四、巴黎的地理位置和气候适合发展时尚

我们知道，作为世界时装之都，首先要有一个先决条件，那就是必须具有能够将服装四季区别分明的气候，这样才能拥有春夏秋冬格调鲜明的时装，而巴黎正好具备了这一得天独厚的自然条件。巴黎市位居巴黎盆地中央，属温和的海洋性气候，夏无酷暑，冬无严寒：1月平均气温3℃，7月平均气温18℃，年平均气温10℃。全年降雨分布均衡，夏秋季稍多，年平均降雨量619毫米，这样的气候对展示四季分明的服装极为有利。

五、巴黎市政府十分重视时尚环境营造

比如，巴黎将自己定位在了国际时装人才的大熔

炉，政府导向和协会管理使服装产业沿既定轨道有序地向预期目标推进。

巴黎市政府还非常重视生态环境建设。尽管城市用地十分紧张，政府还是尽一切可能在城市社区中增加绿地、花园和树林。巴黎的社区有公园397个，总面积358万平方米，平均每个社区有将近20个公园，人均社区公园面积1.67平方米。第12区公园最多，有24个；公园最少的是第2区，只有3个。最小的公园是Pihet—Beslay公园，也在第2区，只有92平方米；第19区的La Vilette公园最大，有3.5万平方米。不仅如此，在城市总长350公里的大街和林荫道两旁，共栽种树木10多万棵。

巴黎是欧洲历史上第一个对城市的宝贵自然财产——树木进行有效保护的都市，“树木报告”记载了巴黎为保护树木所作出的决定和行动。例如，巴黎通过地方法规，鼓励保护公共绿地和私人绿地；与土地开发商签订协议，保护建筑工地的树木；为了便于管理，巴黎已经为城市的每一棵树木建立了档案和辨认卡片。

正是基于巴黎市政府的重视，才为巴黎成为艺术之都和鲜花之都奠定了基础。使今天的人们能够看到，无论是在房间里、阳台上、院子中，还是在商店里，橱窗前和路边上，到处都有盛开的鲜花，到处都有迷人的芳香。

六、巴黎的城市布局就是为时尚而设

我们从巴黎的城市“时尚”布局中就可以看出，整个巴黎的每个区域都点缀着有亮点的时尚元素，因而使整个巴黎看起来，每个区都是时尚之区。

巴黎市区以西堤岛为中心，以顺时针方向螺旋排列着20个区，我们仅以1至9区为例：

第1至4区：位于塞纳河北岸，是巴黎最古老的市中心，也是名胜古迹和博物馆最集中的地区，特别是第一、第四区。卢浮宫、巴黎圣母院、蓬皮杜国家文化艺术中心都在这几个区里。

第5至7区：位于塞纳河南岸，第五区即著名的拉丁区。五、六两区内名校云集，是文化、艺术氛围最浓厚的区域，第七区是各国使馆、国家机构集中区，艾菲尔铁塔、奥赛博物馆、荣军院都在这一区。

第8、9区：在塞纳河以北，一至四区外围。香榭丽舍大道横贯第八区，高级时装店、高级餐厅、五星级

旅馆遍布，相邻的第九区则拥有春天百货、老佛爷等百货公司，是巴黎最繁华的地区。

……

七、巴黎在时时引领着世界时尚的潮流

我国著名作家冯骥才先生2001年曾经写过一篇题为《巴黎女郎》的见闻，他对当时的巴黎女郎作了以下描述：

“一提到巴黎女郎，我们的脑袋里会立即冒出一些浓装艳抹，奇装异服，香气四溢，行为浪漫的女人来。可是我们如今在巴黎连这种女人的影子也见不到！”

“我们印象里的巴黎女郎早已成为历史人物。当今的巴黎街头巷尾，五光十色闯进你眼睛里的大多是外来的游客。”

“她们的服装原来那么普通和简单，平时几乎不穿名牌，款式也很少标新立异。她们所理解的‘时尚’大概只是四个字——回归自然。所以，她们最喜欢宽松自如而决不得手碍脚的休闲装，鞋子基本上是平底的，很少高跟，手包大多平平常常。头发全是自然而然地一披或一挽。她们的头发本来就是金黄的，更用不着为了流行而去染成黄色。至于化妆，她们决不在自己的脸上胡涂乱抹，动手术、贴膜，搞得面目全非。”

……

从冯先生的这篇文章中我们可以看出，2001年的巴黎女郎已经不再崇尚“浓装艳抹，奇装异服，香气四溢，行为浪漫”，而是开始“回归自然”。

或许，她们这时的“回归自然”，在当时其实就是一种改变“浓装艳抹，奇装异服，香气四溢，行为浪漫”的新的时尚，因为，正是由于巴黎女郎们此前的率先“浓装艳抹，奇装异服，香气四溢，行为浪漫”了一段时间后，觉得需要改变，所以才又率先回归到了自然。

……

因此，如果以“尚”字给巴黎的一字定位构想成立，那么，我认为，巴黎在品牌梳理、传播和市场运营时就更应该把世界时装之都、时装、化妆品等时尚元素做到更加极致，而把其他亮点藏在时尚元素之后，依次跟进，通过时尚元素全面打开世界市场，带动其他元素跟进发展。