

上海时装周 世界时尚新高地

——上海时装周成立20周年纪实

■ 撰文：何秀芳 茅佩云

编者按：上海时装周从最初的服装文化节，一路走来，以专业引领、创新实践、联动沪上各大城市地标，精心打造世界时尚新高地为宗旨，如今已经形成集全球新品首发、亚洲最大订货季、时尚高峰论坛、时尚周末等内容的时尚版图，打造出一季两季声震海内外的时尚盛事，成为上海文化名片的时代诠释。

提起闻名遐迩的上海时装周，尽管时隔20年，但是作为当年跑商业条线的记者，老李对“2003上海时装周”新闻通气会记忆犹新。这次会上明确，上海将每年在春秋两季各举办一

次大型服装时尚活动，春季为“上海国际服装文化节”，秋季为“上海时装周”。当年的时装周举办时间为10月25日—30日，届时将有六大国际品牌举行时装发布。

这六大品牌是9月在巴黎作春夏产品发布后，集体到亚洲来发布，他们选择的第一站就是上海，其意义重大在于，表明上海的国际时尚地位在提升，离国际时尚中心的距离越来越远。

全球最具活力的时装周



2020年10月13日，上海市副市长宗明（中）、市商务委副主任刘敏（左2）调研上海时装周发布主秀场和MODE上海服装服饰展，听取集团董事长董继生（右1）、总裁朱勇（右2）介绍参展情况（摄影：方整源）

上海时装周发轫于1994年5月，彼时，被视为上海时装周前身的上海国际服装文化节项目经审议通过，并得到国家文化部的批复。一年后（1995年3月），第一届上海国际服装文化节在上海正式举行。

当时的定位，更多的是在服装、服饰物质文化领域方面，想借此加强国内外服装服饰产业的交流合作、扶植民族品牌、丰富市民大众服装服饰市场。

这一概念一直被延用至1999年，那年，时任市经委主任黄奇帆牵头成立了上海国际服装服饰中心，将目标锁定于打造上海国际时尚大都市。为了扩大这一职能，2003年，首次举办上海时装周，并一直延续至今。

2008年起，上海时装周扩容，增至与国际接轨的春秋两季发布。此刻，面对全球经济迈向包容性经济发展的新局面，单向“展示”功能已难以立足与发展。

2015年，中国首个以SHOWROOM集体为特色，适应于买手制模式的时装周商贸展会——MODE上海服装服饰展于是创立。

该商贸平台是上海时装周为更好帮助品牌落地而设立的落地窗口。不但承担起为品牌与商业市场搭建联通管道的职责，为兼具品质与市场的国内外服装服饰品牌，特别是设计师品牌创造商机，同时助力国家供给侧结构性改革，为整个产业在服务供给端的升级提供坚实的载体支撑。

在记者老李的记忆中，上海时装周的商标注册一波三折。“上海时装周”自2003年正式冠名以来，由于“上海时装周”名字里的“上海”属于地名，“时装”又是通用名称，所以多年来一直难以注册商标。在原上海市许昆林副市长的亲自过问下，上海市商务委、上海商标审查协作中心等相关部门的共同协调下，以及东方国际集团经过一

年多时间的扎实筹备，2019年3月13日，上海时装周正式获得国家市场监督管理总局商标局批准，成为国家注册商标，被视为上海大力保护知识产权，进一步优化设计师创意设计营商环境的重大利好。

此次上海时装周注册的35类和41类商标，为服务类注册商标，为上海时装周在快速增长的时尚产业综合服务平台型业务发展中，提供了强而有力的知识产权保护，IP落地运营抓手和全球视野的市场前景。

上海时装周成为国家注册商标，意味着上海时装周成为上海又一块“真正”的金字招牌。

在这块金字招牌的背后，不仅是国家对上海时装周作为中国时尚产业标杆性公共服务平台功能和价值的认可，更充分体现了国家对于知识产权保护工作的重视，展现了上海城市营商环境管理水平的新高度。

彼时，东方国际（集团）有限公司党委书记、董事长董继生表示，上海时装周商标注册将成功成为一个契机，通过时尚产业发展来实现传统制造业、服务业转型升级发展。秉承“法治思维+品牌理念+合作共赢思想”，发展“大时尚”产业经济，大力保护知识产权，进一步优化设计师创意设计的营商环境，把上海时装周打造成全球时尚界的知名商标品牌，让商标、知识产权促进产业经济发展。

20年来，上海时装周秀场从原先浦东滨江、复兴公园的临时帐篷，转至新天地、船舶馆、太古汇、上海展览中心、800秀、长宁国际、西岸艺术中心等时尚地标；发布从以国际大牌专场为主，逐步将重心转移至对本土原创设计的扶持；内涵从单纯的作品发布平台，逐步链接贯穿整个时尚产业链，形成集作品发布、商贸展会、系列活动等内容的时尚版图，被国际时尚行业评价为“全球最具活力的时装周”，成为上海城市商业和文化名片。

目标——与国际四大时装周齐名



2012年4月11日至17日，以“灵感汇聚上海，梦想超越未来”为主题的2012上海时装周秋冬作品开始发布。

相关人士表示，上海时装周将进一步致力于逐步纳入国际循环体系，提升国际号召力，力求达到与纽约、伦敦、米兰、巴黎四大时装周齐名的国际影响力，体现上海国际大都市的城市形象。

当年，上海时装周近40场作品发布分别在八佰秀和新天地太平湖公园举办，八佰秀是一个老厂房改建的创意产业园区，已连续3年作为上海时装周发布的主场

地，并进而成为不远处上海南京西路时尚产业异军突起的重要支撑。上海新天地当年首次在人工湖上搭建起一个水上T台，霓裳羽衣映成一池碧水，时尚和近在咫尺的新天地石库门建筑群一起，成为上海春日里最美的一道风景。

而更让人惊喜的是，在上海时装周上，中国原创设计力量的崛起。尽管经过数年努力，上海时装周已成众多海外知名品牌争相加盟以期快速进入中国市场的一个捷径，但上海时装周更大的目标是搭建起一个展示本土原创设计力量的平台，让有才华却没

机会去国际时装周上发布作品的年轻设计师们在这里受到国际时装周更多关注。

现今，上海时装周全球新品首发平台经多年发展形成多维发布矩阵，全年发布规模达200余场次。同时，上海时装周定位打造本土设计师孵化基地，发布场次中原创独立设计师占比7成，并从上海时装周走向国际，在“LVMH青年设计师”“国际羊毛标志大奖”等多项国际大奖中代表亚洲新秀崭露头角。

统计显示，上海时装周打造的“城中盛事”，对城市区域经济的提升和助力作用已经越来越显著。上海时装周期间，相关活动在商圈整体客流提升、外籍消费者人数增长、时尚和餐饮消费显著增长、高端酒店（4星级和5星级）预订数量显著增长。时装周对区域经济与产业带动作用日益显著。

如今，上海时装周已经成为上海“四大品牌”建设的突破口，展示上海形象的新名片、都市合作的具体内容，并纳入“上海文创50条”重点推进项目。上海市委十一届四次全会将“上海时装周”列入上海“二个面向”提高城市能级和核心竞争力的重要抓手、上海全球新品首发的重要平台。上海时装周已成为优化营商环境，促进传统商业、工业生产供应链方式改革发展的的重要途径。

首创全球首个云上时装周

2020年，新冠肺炎疫情爆发，全球时尚行业受到不同程度的影响。在全球各大国际时装周纷纷停摆，各大时装周主办方一筹莫展时，原本宣布延期的上海时装周走了一条大胆尝试的路线，紧紧抓住互联网优势，携手互联网平台首创全球首个云上时装周，以即秀即买的创新模式，在一周时间内集结150个品牌实现了5亿销售额，受到全球关注。

当年10月，上海时装周成为全球第一个在疫情后恢复线下实体办秀的时装周，吸引了全世界的目光。英国奢侈品百货哈罗德及诸多国外品牌主理人为参与上海时装周，来沪主动接受14+7日隔离。

2021年10月以“未来见（建）设者”为主题的2022春夏上海时装周拉开帷幕，超过一百场男女装、童装、礼服新品发布，汇聚上海新天地、中国船舶馆、静安嘉里中心、静安八佰秀等中城时尚艺术地标，以MODE为代表的九大服装服饰商贸订货会也将同期展开。

此外，上海时装周积极探索数字化的未来和新消费场景的建设，以新技术赋能消费新体验。

2022年6月，一场为期三天的线上时装周呈现了精彩的“多元、创新、融合”元素的时尚盛典，“数字时装周”为疫情下的人们注入了生活的炫丽色彩和对未来的美好追求。

作为助力提升城市软实力、彰显中国时尚魅力的重要抓手。

为期三天每日六小时“秀场联播”，中国设计力量争妍斗艳，共同呈现了一场创意纷呈的时尚盛宴。

上海市商务委员会副主任刘敏表示：“在上海国际消费中心城市建设中，上海不仅要满足需求，更要引领需求、创造需求，不断集结社会各方力量，培育打造创新的消费市场和动能。我们也非常期待上海时装周为上海国际消费中心城市建设带来更强大的活力、做出更大贡献。”



领导与嘉宾合影（摄影：方整源）

国际化程度日益提升

上海时装周于2012年确立了“立足本土兼备国际视野”的发布格局与“创意设计商业落地并重”的特色定位，始终在立足本土和国际化的发展进程中快速推进。

上海时装周坚持引进来、走出去的发展策略。自2014年起，上海时装周打造了“Design by Shanghai 设计师海外推广项目”，多次赴伦敦、巴黎、米兰、洛杉矶等地展示中国本土设计师的先锋设计。2015年，上海时装周以“中英文化年”为契机，升级成为国家级的文化交流平台，举办“创意中国，风尚上海”系

列活动。2017年，上海时装周成为中意文化合作机制的中方成员单位。

上海时装周国际化程度的日益提升，受到众多国际时尚领域有重要影响力的时装品牌集团和行业机构关注。英国时装协会、法国高级时装公会、意大利国家时装商会、美国设计师协会等负责人纷纷来沪，与上海时装周洽谈合作事宜。同时，上海时装周期间也将集聚英美法意等多国买手、时尚大咖与媒体来沪，参与并报道上海时装周，上海时装周已成为国际时尚秩序循环中的重要一站。

上海时装周 亮丽的城市名片

后疫情时代下，逐渐复苏的中小企业、设计师品牌亟待注入更加活跃的市场动能。在此语境下，上海时装周通过打造“展”“商”并行的一体化生态，在产业上下游之间竖起桥梁，促进产业协同，以城市时尚文化IP促产业耦合，以与时俱进的新技术赋能优质内容创造，尝试探索将T台风尚与大众消费相结合的新路径，为行业各端交流互促提供优质服务平台。

展望未来，相关人士表示，作为上海时尚之都的重要建设者，上海时装周将继续着眼于搭建时尚引领平台，聚焦全球首发地、国际品牌策源地、本土品牌策源地，建设时尚产业生态圈。

上海时装周将始终保持平台的行业引领性，顺势而为，保持活力，横向聚集行业；纵向连通产业，线上线下载圈，精准触达C端。进一步引领时尚，定义潮流，拓展时尚消费的内涵深度，夯实时尚消费的产业厚度，优化时尚消费的供给丰富度，提升时尚消费的环境美誉度，聚力打造连接全球时尚资源的集聚枢纽。

上海时装周将以振兴民族品牌，拉动内需为己任，立足上海、辐射长三角地区、服务全国，力争为中国自主品牌、本土设计师营造良好

有序的发展环境，形成上海时装周平台提升与民族品牌振兴发展共同进步的良性循环。

上海时装周将以发展时尚创意产业、打造中国上海创建“智慧之城”为己任，以时装发布为核心，充分挖掘设计作品的多元价值，成为推动上海创意产业发展的一面旗帜。

上海时装周将以推动上海纺织时尚产业转型为己任，以时装周为催化剂，联动纺织服装产业链上下游，促进以纺织服装为主导的创意设计、营销策划、品牌推广以及终端消费等协同发展。

2021年初至今，在中国构建新发展格局的过程中，上海建设国际消费中心城市、深度融入国内国际双循环的行动步伐明显加速，时尚消费品产业建设更被首次列入支撑未来上海发展的六大重点产业之一。作为上海城市软实力建设的重要内容，上海时装周将乘势而上，不断丰富内涵能级、拓宽外延边界，成为上海一张亮丽的“时尚封面”和“城市时尚会客厅”。



本版部份图片由上海时装周组委会提供