

温州人经济研究中心

要 报

2015 年第 2 期

（总第 25 期）

温州人经济研究中心办公室

2015 年 10 月 20 日

※ 网络经济视角下的温韩时尚产业对接

网络经济视角下的温韩时尚产业对接

2014年7月，温州市委确定了“发展时尚产业，建设时尚之都”的战略部署，把发展时尚产业作为温州轻工业转型升级的最佳捷径，把建设时尚之都作为温州城市转型发展的特色定位。同年11月，陈一新书记率团对韩国进行考察访问，加快了与韩国深化合作的步伐，把与韩国的交流合作作为对外开放的主攻方向。今年1月中旬，温州韩国产业园正式揭牌，一批重点大型项目即将投入建设。如此紧锣密鼓的动作彰显了温州实现赶超发展的决心，也体现了温韩合作助力温州经济再创辉煌的重要意义。温州发展时尚产业的战略导向既定，温韩深化合作的大势必趋，那么二者得以快速高效的实现路径在哪里？我们认为网络经济可以给出答案。

温州着力发展时尚产业既是当地业态形势的倒逼产物，又是温州市政府审度现实迎战转型压力的制胜奇招。打造时尚之都，对温州来说非但必要，而且可行。温州有着丰厚的轻工产业基础，时尚产品制造能力优势突出。此外，温州本地汇聚了一大批优秀的时尚品牌，并与众多的国际大牌有代理合作关系，时尚资源丰富，时尚触觉灵敏，时尚资讯通达。而且，遍及世界的温商网络及其营销网络为温州时尚产业的国际扩展打开了窗口、递交了名片。但是，温州无论在行政级别、区位分布，还是在经济辐射、文化影响等方面都不占

优势。好风凭借力，时尚之都的建设不仅要最大价值地发挥自身的天资禀赋，更要借助一切可以利用的资源 and 力量，积极开展外联，广泛引进外援，扩大开放程度，提升国际水平。鉴于此背景，与韩国的时尚产业对接尤显重要，它给温州时尚产业的发展提供了一个历史机遇，给温州打造时尚之都找准了突破的发力点。

时尚产业就其形式而言，是跨越高附加值先进制造业与现代服务业产业界的多产业集群组合。而最有能力打通多产业连通关节、最能产生跨界经济效益的工具媒介就是网络经济。温韩时尚产业对接也能从网络经济的沃土中汲取营养、获得启示，因为网络经济和时尚产业有着天然的契合点：即时化、个性化、国际化等。温韩时尚产业对接过程中能否开发其网络经济价值将决定其进展的成败和效率。但是我们在温韩时尚产业对接过程中发掘网络经济价值必须要切合温州当地的实际情况，有所坚持。我们认为要秉承以下的原则和理念：第一，坚持现代工艺与传统行业相整合。温州的传统行业不能全部淘汰，也不可能全部淘汰，很多行业都是居民生活必需品制造业，这些传统行业的生命力是持久的，社会无论多么发达，这些传统行业仍能在占据市场的一席之地，这也是温州经济的根基所在。但是要想进一步焕发出传统行业活力，就需要在工艺上狠下功夫、多做文章。第二，坚持自身特色和国际化相融合。温州要想在时尚产业里有所

作为，必须要对自身有着清晰的认知，必须要充分挖掘自身的特质，鲜明地体现自身的特色。温州目前在时尚行业仍处于起步阶段，仍以赶追的姿态进行发展，绝不能盲目跟从其他先进国家和地区的脚步，以防止被湮没在同质化的洪流中，失去了自身的特色就失去了发展的先机，竞争力也就无从谈起。但是，坚持自身特色不是闭门造车，我们要又准又快地把握时尚脉搏，获悉即时时尚讯息，洞察国际时尚喜好，引领未来时尚风向。我们要把温州时尚产业做到水平的国际化、市场的国际化、影响的国际化。第三，坚持时尚的高端品牌与时尚的平民消费相结合。高端的时尚品牌意味着高额利润和巨大的时尚影响力，最能代表一个地区整体的时尚水准，这也是温州要重点培养的环节。但是，时尚的发展大趋势之一就是消费的平民化、大众化、易得化。抓住这个特点利于温州抢占低端消费的巨大市场，也利于健全时尚产业的体系结构，形成一个全民参与、全民推动的生动局面。

温韩时尚产业对接既有互补性的良性基础，又有影响发展的阻碍因素。但是我们借助网络经济的手段能放大其中的优势，也可以化解其中的困境。具体的举措，我们建议如下：

第一，树立互联网思维，活化对韩合作的形式。互联网思维可以简单的理解为互通互联网络一体。我们在对韩合作的过程中要跳离时空范围的束缚，做到实体互动的虚拟化、虚拟联系的价值实体化。互联网思维是一种灵活的思维方

式，是颠覆传统的考虑思路，我们要积极开动脑筋、活泛思想、大胆突破、勇于创新，寻找对韩合作的新形式、新路子，广设渠道，广开大门，赋予温韩合作新生机。

第二，建立温韩时尚产业对接的网络平台，及时有效地共享信息资讯。时尚产业需要信息的有力支撑，两地合作需要及时的信息传达。建立一个功能完备的网络平台，能为温韩两地的政府、企业和民众提供完善的信息服务，也让温韩合作在更加透明阳光的环境下运行，同时也利于在整个社会范围内集思广益、群策群力。

第三，构建人才虚拟社区，实现温韩两地人才的互通互联。韩国的时尚产业在高端设计和创新端口较温州有很大的优势，其关键因素就是韩国有大量时尚产业的精英人才，这是温州在短期内难以克服的短板，因为向韩国实体引进人才成本过高且数量有限，同时本地人才的培养需要较长的时间周期。但是时尚产业的特点决定了高端设计人才的使用可以主体缺场，比如 SOHO (small office home office) 的形式。基于这个特点，我们可以营造一个虚拟的人才社区，广泛吸收时尚界的人才参与社区共建，通过这种方式，温州时尚产业人才的蓄水池将会大大扩展，使包括韩国在内的世界各地人才为我所用。

第四，利用互联网建立与消费者的密切互动，打造终端参与式消费模式。时尚产业较传统产业更加注重个性化、差

异化消费，这就需要消费者的体验得到及时反馈处理。随着大数据、云计算技术的成熟，这样点对点的互动将会成为现实，消费者的需求偏好也会得到更好的满足。让消费者参与产品设计和生产过程中不仅可以使产品增值，而且可以巩固消费者的忠实度，起到边际成本递减的效果。这种终端参与式的消费在未来将会成为新的消费风尚，我们必须抓住先机。而这种模式不仅要应用到国内市场的用户，对韩合作中的贸易往来也要与终端用户和消费者建立良好互动。

第五，整合温商网络，攻坚温韩时尚产业对接难题。温韩时尚产业的对接工作的前期需要政府来主导，既要掌舵，又要划桨。但随着整个对接工程的逐渐推进，温州的商人、企业家势必要接手接力棒，发挥中流砥柱的作用。温商是温州经济的特色资源和独特优势，该群体很早就注重利用关系网络在世界各地经济中崭露头角。温商网络是网络经济的一种独特形式，在新形势下有着新的内涵，有效的开发温商网络的价值，对温韩时尚产业的对接有着特殊意义。因此，我们要发动这些在时尚产业一线的尖兵，整合这些翻腾在市场激流中的行家里手，让他们的价值在温韩时尚产业对接中得到最大的发挥，为温韩合作排忧解难。

执 笔： 林 俐（温州大学温州人经济研究中心）
翟金帅（温州大学商学院）

本期发送：省社科联；校办、校领导；各有关部门。

编 辑：杨黎慧

校 对：周 领

签 发：刘玉侠

浙江省温州人经济研究中心办公室编印

2015 年 10 月 20 日

印发(50 份)

联系电话：0577-86689005