

时尚产业发展加快城市繁荣

——访东华大学旭日工商管理学院教授沈滨



每一个城市的兴起和繁荣,总会伴随着一个行业、产业的发展。城市的繁荣需要经济、文化、生活等各方面的提升。而时尚行业推动着城市经济发展的同时,更能加快一个城市对文化和生活品质的追求。所以时尚产业的发展加快城市繁荣。近日,东华大学旭日工商管理学院教授沈滨接受记者采访时发表了上述观点。

中国紧跟潮流但缺原创

所谓时尚是建立在个人间相互模仿基础上的社会现象。当人口密度相对比较高时,人们的互相模仿现象就会尤为突出。沈滨介绍,随着中国消费者购买力的提高,中国已经成为了世界上最大的时尚消费市场之一。几乎所有的国际时尚品牌都纷纷进入中国,然而,中国的时尚产业与发达国家的时尚产业还有一定的距离。从国际时尚流行的过程可以看出,中国的时尚流行更多地跟随伦敦、巴黎、米兰、纽约、东京这些传统时尚之都,这些城市在全球时尚产业中的地位举足轻重。中国时尚产业一直紧

随国际一流的时尚设计、时尚品牌,但缺乏自主设计与创造,缺少自己国家或是城市的风格特点。

时尚品牌渐成城市标签

时尚为城市带来了鲜明的特色,沈滨讲到纽约的休闲与自然、伦敦的前卫与创新、巴黎的繁华与浪漫、米兰的古典与平和、东京的多变与活力,这些都大幅度提升了城市的吸引力,促进了城市的繁荣。当下,发达的时尚城市都拥有数量众多且高档的国际时尚品牌,例如从纽约诞生的唐可娜儿(DKNY)、从伦敦问世的巴宝莉(Burberry)、从巴黎走出来的赛琳(Celine)都是极具代表性的时尚品牌,而这些时尚品牌渐渐地成为了一个城市的标签。通过一个品牌,可以感受到城市所带来的生命气息。这种生命气息不仅仅是设计、创意,更是文化和底蕴。而这一切都将成为城市的吸引力,吸引着成千上万的崇拜者、投资者前来共同建设这个城市。

沈滨指出,消费者对时尚的看法往往会影响时尚行业的发展,而消费者的时尚观点又影响着—个城市的时尚指数和经济发展。

举个例子,意大利米兰的时尚产业被认为是世界时尚产业的金字塔之顶,处于时尚产业价值链之高位。米兰创造了世界一流品牌古琦(Gucci)、华伦天奴(Valentino)、范思哲(Versace)、普拉达(Prada)、阿玛尼(Armani)等,然而在这些时尚品牌的背后,更多的是政府和企业对时尚产业的重视、消费者对时尚的狂热。时尚行业以极大速率推动着米兰这座城市的发展。

文化应成中国时尚血脉

沈滨认为,中国部分城市发展时尚产业责无旁贷。而文化应该成为中国时尚产业的血脉,是内化的实力。5000年文化源远流长,我们有优秀的文化基因。文化的力量,源于“天行健,君子以自强不息;地势坤,君子以厚德载物”的追求,源于“路漫漫其修远兮,吾将上下而求索”的执著,源于“知行合一”的自觉……传统文化的精华,是构建中华民族时尚产业的精神财富。比如,在中国的大城市里,上海具有“东方巴黎”之美称,海派文化作为上海特有的文化体系,具有重大的商业价值。如何挖掘、润色海派文化,使之融入到设计、品牌、营销

过程中去,是目前本土上海时尚品牌需要考虑的方向。

当下在中国,科技的发展为时尚产业打开了更广阔的天地。例如目前中国大力提倡的互联网+,促进了时尚产业的融合,也改变了企业生产、销售模式,优化了传统产业结构。互联网的应用更是让时尚企业能与各行各业的企业进行有机融合,这种融合跨越了传统产业的界限,将技术、文化、制造和服务融为一体,有利于时尚产业链的延伸和新型产业群的生成,大大地拓展了经济发展空间。

这位专家最后表示,中国需要有自己的时尚中心,但不可能所有城市都成为时尚中心,不是所有大城市都具备时尚中心的条件。相比较,北京、上海应该是较有可能在将来成为中国时尚中心或远东的时尚中心甚至世界的时尚中心,但时尚发展从来都不是一路高歌的坦途,除了已有的条件外,还需持续地创造产业竞争优势,这取决于机会、产业和政府的努力。

本报记者 张炯强

中欧国际工商学院郑雪博士研究发现—— 宽容环境激发员工创新热情



本版供图 视觉中国

愿意宽恕的人不仅宽的是“胸襟”,更能跳得更高,产生“如释重负”的效果。中欧国际工商学院管理学讲师郑雪博士关于宽容对山坡坡度感知和跳跃影响的研究,证实宽恕他人不仅仅只是一种心理感受,实际上还会对人体生理机制产生影响。

郑雪在与华盛顿福斯特商学院管理学教授瑞恩·费尔等人组成的研究小组进行了两项实验,分别研究了宽恕对山坡坡度感知和跳跃高度的影响。这篇论文发表在《美国社会心理学和人格科学杂志》上。

不宽恕就像背包袱

第一组实验被郑雪称作“看山实验”。山坡坡度感知是心理学上一个经典的测量方法,通常被心理学家用于测量人的心理状态如何影响人们对周围事物和环境的感知。46名来自鹿特丹伊拉斯谟大学的学生首先被要求完成“人际关系调查”,写出过去经历的一次冲突,但其中一半人被要求写自己被他人冒犯后原谅了对方的经历(宽恕组),而其他人则被要求写类似事件中仍对对方持有不良情绪的经历(不宽恕组)。在接下来的“事物认知调查”中,参与者要对一座山的斜度进行口头估计、视觉测量和触觉测量。实验的结果显示,在宽恕组的眼中,山坡没有那么陡峭;而在不宽恕组的眼中,山坡非常陡峭。这是因为不宽恕就像背着一个沉重的包袱,消耗了人们宝贵的体力,让眼前的山峰变得异常陡峭和难以征服。

宽恕组成员跳得更高

72名伊拉斯谟大学的参与者和88名来自新加坡国立大学的参与者,在第二项实验中同样完成“人际关系调查”,然后被分成3组,其中宽恕组和不宽恕组与第一项实验一致,另外还增加了仅仅回忆近况的第3组(控制组),随后大家被要求在不屈膝的情况下跳跃5次,跳跃高度被研究人员详细记录。在控制了总体健康状况和正常运动量等因素后,研究者发现宽恕组平均比不宽恕组跳得更高,平均有7厘米的差距,但与控制组相比没有显著差异。和“看山实验”一样,不宽恕者如同背着一个沉重的包袱,无法跳得更高。

“积极”能获更大好处

“我们通过这样的实验来证实,不宽容就会真的像背上一个沉重包袱在背上,会影响一个人看世界的视角,会对认知发生变

化,同时对生理也产生影响。”郑雪认为,这项研究对企业管理同样有意义,“企业创新和宽容有很大的关系,不宽容环境下员工害怕犯错,就会不愿意创新。一件与宽恕有关的小事可能就会影响员工对一件工作的难度评估,会影响到员工的绩效、创新成绩。”

郑雪最近对领导与下属关系的研究中也有涉及宽恕。她发现,由于上下级的存在,不论表扬、批评、嫉妒、道歉,都会成为影响团队凝聚力和产出的因素。而在职场中,由于下属看待领导都带着怀疑的眼光,领导道歉可能未必真的有用,“领导向员工道歉要注意表达不能敷衍,平时要建立信任的工作环境,要遵守承诺树立宽容体谅的良好形象等。”郑雪说,“而作为被道歉者,有效宽恕也有技巧。比如认知上不要把被冒犯的事想得过于严重,尽量克服负面情绪,毕竟做一个积极的人会在心理甚至生理上获得巨大的好处。” 本报记者 易蓉 实习生 黄生睿

中国 MBA 创业大赛由上海交通大学 MBA 项目创办于 2002 年,已成为全国性著名创业赛事。日前“光明优倍”杯 2017(第十五届)中国 MBA 创业大赛组委会发布《中国 MBA 创业大赛参赛项目质量及发展状况报告》,深度访问最近五届 68 支进入总决赛中的 55 个项目,发现 MBA 参赛项目质量越来越高,三分之二的项目在参赛前后半年左右即开始成功运作发展良好,存活率高

高达 81%;七成企业的产品或服务已经打开市场局面,销售额年均增长高达 38.8%,并有六成企业实现盈利。

报告称,通过大赛涌现出一批小巨人企业,如 2016 年参赛的上海交通大学“大车队长”项目,创业半年销售额就达到 1000 万;同样 2016 年参赛的中国人民大学“思科德”智能电网项目,去年销售额超过 4000 万元。近三分之一参赛项目已获风险投资机构青睐,多个项目获得 A 轮融资。此外,从项目类型看,MBA 参赛项目始终围绕产业升级换代、消费升级而展开,从趋势看,逐渐向虚拟经济、平台经济以及高科技等方向倾斜,参赛项目引领着中国未来的创业方向。

在今天的赛事中,17 支团队从 200 支团队中脱颖而出进入全国总决赛,最终上海交通大学代表队凭借博莱生命医疗供应链管理项目蝉联冠军,首次参赛的江南大学的自主跟随智能机器人项目以及西南大学的基于 GIS 平台的一线式矿山监控定位广播信息系统项目获得二等奖,南洋理工大学、中国人民大学、南京大学的参赛项目获得三等奖。 本报记者 易蓉

超八成运作成功
六成已实现盈利

中国 MBA 创业大赛