

<<日本時尚考>>

图书基本信息

书名：<<日本時尚考>>

13位ISBN编号：9789861752006

10位ISBN编号：9861752005

出版时间：2010年06月30日

出版时间：方智

作者：李佑群

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<日本時尚考>>

前言

UNIQLO 啟動速食時尚風潮的日本國民品牌之神 我們過去始終認為時尚是來自米蘭、巴黎的產物，有時就連倫敦與紐約的街頭流行都被視為次文化的產物。在世人普遍裝著洋裝、西服的現代社會，我從未想像過有這一天，一支叫做「UNIQLO」的日本品牌，用疾走速度改變了世界服裝生態。

UNIQLO的發展史、營業戰略用好幾本書的篇幅討論都不為過，這個品牌可能也是亞洲人認知度最高、到東京血拼時提袋率最高的品牌吧？

標準日本中年上班族外表的社長（CEO）柳井正，也在近年順理成章地超越豐田汽車，成為日本首富。

一九八四年六月時，日本山口縣宇部市名為「Men's Shop OS」專門販售男性服飾的小郡商事，在廣島市開設了第一間「UNIQUE CLOTHING WAREHOUSE」，而日文「ユニクロ」的名稱便是來自這間店鋪的簡稱。

有趣的是，原本寫做「UNI-CLO」的簡稱，卻在一九八八年於香港登錄法人時，誤將簡稱填寫為「UNI-QLO」，便將此名稱沿用至今。

紅色方型的色塊中間，大大放著品牌英文名稱的白色字體，讓人對UNIQLO的印象深刻，一九九一年時，公司名稱正式變更為FAST RETAILING CO., LTD.

原本雖然僅是販售成衣的小商店，但是UNIQLO利用宛如美國風倉庫風格的裝潢，以及中國自營的優良工廠製作之低單價為特色，逐漸在業界打響名氣。

一九九七年時，UNIQLO開始以美國成衣大牌GAP為模仿對象，將品牌轉變為製造型販賣業（SPA），明確地將銷售策略定為低單價、高品質，一九九九年時一件一千九百圓的羊毛衫，甚至創下單款銷售八百五十萬件的驚人紀錄。

二〇〇〇年時以松任谷由實為代言人，推出五十一種顏色的羊毛衫，再次打破紀錄創下二六〇萬件的銷售紀錄，被業界視為「FLEECE旋風」革命。

在日本建立成衣王國，產生信心後的UNIQLO開始積極向海外拓展，於是在隔年航向英國。然而就在同時，UNIQLO在日本當地的商品庫存量激增，英國業績亦不若預期慘遭滑鐵盧，全球業績持續衰退。

UNIQLO於是改變策略，除了與時裝雜誌共同企劃新商品外，二〇〇四年時起用化學超男子、藤原紀香等人當作代言人，販售羽絨衣及兩千九百圓破壞性價格的美腿單寧褲系列，持續與外界設計師合作服飾，將設計師的名字放進標籤內。

一連串的行銷活動讓業績逐漸上揚，穩定了UNIQLO在日本成衣界的王者地位。

就我觀察，「2003年前進英國的挫敗」堪稱是UNIQLO日後發展的分水嶺。

沒有當時的挫敗，或許UNIQLO也只能夠在日本稱王，而並非如今日成就般席捲國際。

記得總監勝田幸宏曾經親口對我說過：「過去的UNIQLO只以廉價而高品質、大眾化的成衣為品牌核心，然而就在從英國撤軍後，UNIQLO才驚覺，原來今日的服裝品牌要永續經營，還必須添加一項重要的元素，那就是「創意」。

過去日本有一句嘲諷UNIQLO的用語，叫做「UNIBARE」，意味被人看穿身上穿了UNIQLO的衣服，暗喻對方很俗氣、很丟臉。

據說這樣的價值觀擴散也是業績下滑的原因之一。

然而加入了「創意」元素的UNIQLO，開始強化品牌成為流行指標的意圖，不但舉辦T恤設計大賞，也積極與時裝界的各大品牌聯名合作、參與TGC大秀，甚至請到不少時尚名人代言，重要的是，服裝款式本身看似簡單，實際上卻能跟上最新流行，比方當時流行的彩色窄管褲（SKINNY）、長版T恤等，充滿時髦特性的商品都可以在架上輕易找到。

許多人喜歡將UNIQLO與香港某些成衣大牌相比，就我看來光是「創意與流行」這一點，就大相逕庭。

除了倫敦店開始獲利之外，UNIQLO積極向海外展店，包括上海、首爾等地都陸續開設了旗艦店。

<<日本時尚考>>

二 五年時品牌與雜誌「relax」合作於東京北青山開設期間限定的「セレクト」(SEREQLO)，鎖定名媛為銷售對象；並且在大阪心齋橋設立了平均價格帶較高的「UNIQLO PLUS」，之後也用同樣名稱在銀座等地陸續開設了七間大型店鋪。

二 六年時進軍紐約蘇活區，引起騷動。

除了請到大師片山正通為紐約旗艦店設計操刀外，宣示與當地ZARA、TOP SHOP等知名成衣品牌競爭的意味也相當濃厚。

二 七年時，UNIQLO將東京原宿店改裝為專門販售T恤的「UT STORE HARAJUKU.」，不但持續與漫畫家、插畫家、造型師、攝影師跨界合作，未來便利商店的裝潢以及將T恤放進飲料罐的創意，都在當時引發話題。

同年年底正式在法國巴黎展店，二 九年十月時又在巴黎開設了紐約、倫敦之外的第三間全球旗艦店。

新加坡店與莫斯科店也在二 九年至一 年陸續展開。

除了不分男女老少的大眾款式外，UNIQLO持續強化商品實用性與流行性的特徵。

比方二 六年時推出獨創保溫發熱功能的系列內衣服飾「HEAT TECH」、八年時與Alexander WANG (華裔設計師王大仁)、Juliana JABOUR、Tim HAMILTON、LODEN DAGER等世界頂尖設計師合作商品，或是在東京Tokyo Girls Collection發表了與名模山田優合作的洋裝、藤原紀香合作的美腿褲等等，都引起搶購熱潮。

二 九年，UNIQLO除了推出鞋子副牌「UNIQLO SHOES」外，更與國際設計師Jil SANDER簽約，Jil SANDER除了負責部分商品的監製工作外，也會積極參與UNIQLO的特定發表秀。

二 一 年更將單寧褲系列定名為「UJ」。

現在的UNIQLO，已經與GAP、ZARA、H&M、TOP SHOP等世界級平價大牌齊頭，成為新時代「FAST FASHION」的領航員。

平價商品的供給，促使了流行文化的速食化，卻也提高了獨立設計師品牌的經營門檻，造就大者恆大、小者恆小的市場現實。

未來世界裡，好奇的是眾人身上的流行服飾元素究竟會趨於一致，或是更加繽紛多元？

社長兼CEO：柳井正

<<日本時尚考>>

內容概要

你喜歡「裏原系」的街頭風格，還是偏好「草食男」的清新打扮？

妳喜歡「澀谷系」的辣妹穿著，還是偏好「森林系」的少女裝扮？

日本是全世界自創時尚品牌最多的國家，從服裝、帽飾、鞋子，處處都可見到日本時尚界的活力

。雖然日本品牌與我們生活幾乎毫無距離，可是我們對這些品牌的背景熟悉程度卻可能不如LV或GUCCI等經典大牌。

當UNIQLO的柳井正社長成了日本首富、添加創意的日本「平價時尚」席捲世界的此刻，是該好好檢視日本時尚品牌的時候了！

熟悉日本時尚圈，經常往返東京 - 台北的作者李佑群，在《日本時尚考》中除了介紹日本品牌所帶動的風格、簡述日本流行的發展歷史外，更首度與多位日本重量級的設計師、造型師與模特兒跨界對談，並嚴選日本近七十個最主流、最受歡迎的人氣品牌，詳細介紹各品牌的背景、設計概念與代表作品。

相信只要三分鐘，就能讓你輕鬆了解一個名牌；整本看完，你就能變身時尚達人！

<<日本時尚考>>

作者簡介

李佑群 東吳大學日文系畢，日本上智大學研究所新聞學專攻。
與日本時尚圈友好，長年活躍於東京、台北、香港、上海，致力推動流行文化的提升，創刊統籌了多本影響台灣流行文化深遠的時尚雜誌，包括第一本日系雜誌《Cawaii！》、《mina》國際中文版&中國大陸版、《with》國際中文版&香港版等雜誌創刊總編輯、引進《ViVi》國際中文版&香港版，曾擔任《M'S》男性時尚雜誌、《BIKEI》男性美容雜誌等多本時尚媒體之社長兼編輯總監，現任《ROOM207》社長暨時尚總監，並擔任TVBS「女人我最大」、中視「金曲超級星」的達人老師，以及許多知名藝人造型師。
著有《La Vie東京密旅書：東京的100種時尚原味》。

<<日本時尚考>>

書籍目錄

PART 1：觀察．日本時尚CHAPTER 1：縱向檢視 - - 日本品牌流行簡史CHAPTER 2：橫向檢視 - 日本品牌的風格與帶動族群裡原宿系 / Salon系 / Kireme系 / 辣妹系 / 姊姊系 / 美國風 / B系 / Mode系 / 性感系 / 哥哥系 / 森林系 / 草食系PART 2：對談．日本名人CHAPTER 1：尾花大輔 N.HOOLYWOOD「日本品牌變得越來越有趣。」CHAPTER 2：伊藤壯一郎 吉井雄一 soe「從soe身上看見了現代的日本時尚。」CHAPTER 3：川島幸美 AULA AILA「性感與女人味是品牌讓女人著迷的關鍵。」CHAPTER 4：有 幸司 FACTOTUM「衣服本身不是主角，而是穿上衣服的人。」CHAPTER 5：日高正幸 BEAMS「擁有多重面貌是BEAMS能成為指標品牌的原因。」CHAPTER 6：Jun Hagan HAGAN「藉由品牌讓眾人感到幸福才是最幸福的事。」CHAPTER 7：加藤久典 LAD MUSICIAN「黑田雄一對品牌的執著，就是設計從不假手他人。」CHAPTER 8：渡邊知夏子 MyGazine girl「打破品牌迷思穿出自己的風格才是王道。」PART 3：直擊．時尚現場CHAPTER 1：N.HOOLYWOOD 2010 S/S服裝秀CHAPTER 2：soe 2010 S/S服裝秀PART 4：精選．日本品牌 A ABAHOUSE A BATHING APE A.D.M.J. ANAP AULA AILA ALBA ROSA ARTISAN ato ATTACHMENT B BEAMSC CECIL McBEE COMME CA DU MODE COMME CA ISM Comme des GarçonsD DazzliN' DEVILOCK DRESS33E earth music&ecology EGOISTF FACTOTUM FranCisT_MOR.K.S.G GDC GILFY G.V.G.V. HARE HEATH HYSTERIC GLAMOURI ISSEY MIYAKEJ JOURNAL STANDARD JOHN LAWRENCE SULLIVAN JUNYA WATANABE COMME des GARCONSL LAD MUSICIAN LESSTHAN* LIMI feu LIZ LISA LOWRYS FARMM mastermind JAPAN MIHARA YASUHIRO MOUSSYN NEIGHBORHOOD N.HOOLYWOODO Ohal* OZOCPE PEACH JOHN PORTERR RAGEBLUE Ravijour Ray Cassin RICO Roen rosebulletS Samantha Thavasa Scye SHIPS SLY soe SOPHNET. Spiral Girl SWORD FISH T TAKEO KIKUCHI TMTU UNDER COVER UNIQLO UNITED ARROWSV VISVIM W WA CKO MARIA Y Y-3 / Yohji YamamotoZ ZUCCA

<<日本時尚考>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>