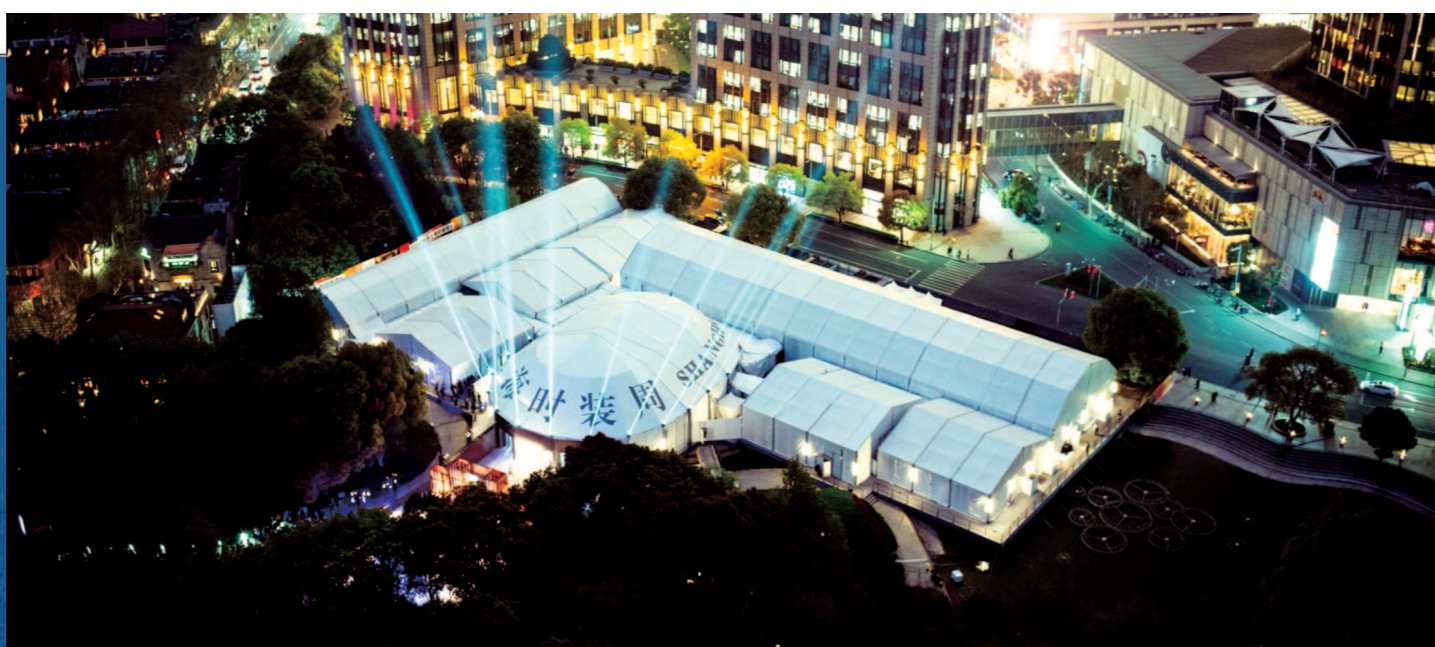




Shanghai Fashion Week 上海时装周

『上海时装周』这块金字招牌如何炼成的

历经17年正式获批成为国家注册商标,是制度创新更是上海城市营商环境新高度的体现



从朴素初心到接轨国际

1979年春天,颇有远见的法国时装设计师皮尔·卡丹将时装发布会开到了北京和上海... 1980年11月19日,上海服装公司组建了新中国第一支时装表演队... 1995年,首届上海国际服装文化节在上海举行... 2013年起,上海时装周推出“Design by Shanghai”设计师海外推广项目... 2015年,上海时装周以“中英文化年”为契机,升级为国家级文化交流平台... 2017年,上海时装周成为中意文化合作机制的中方成员单位...

新天地、外滩源、上海展览中心、800秀、中海国际等时尚地标。

如今,上海时装周已成为中国最具影响力、对接全球时尚资源最丰富的国内时尚活动... 作为串联产业链、撬动生态链的全城盛事,上海时装周不但为行业带来丰富有效的互动交流... 除了助力品牌打造,上海时装周取得注册商标这一里程碑式的成果,更是对上海时装周17年来平台价值的认可...

据统计,2018年上海时装周消费平均客单3319.2元,较2017年增长39%... 上海时装周期间,新天地、上海展览中心等时装周活动场所周边的新天地淮海路、南京西路和虹桥等商圈的消费监测显示,时尚消费总金额方面,上述重点监测区域消费总金额达到1.42亿元,较去年同期上涨58%... 上海时装周期间自主消费人群占比超过40%,为计划性消费人群的1.6倍。

有人说:“时尚,绝不是灵感瞬间迸发的产物,而是商业运作的成果。”上海时装周已不再只是满足热闹的活动,更是生产与设计充分融合的盛会... 上海时装周的影响力不断提高,随之而来的,是责任越来越大... 上海时装周的影响力不断提高,随之而来的,是责任越来越大... 上海时装周的影响力不断提高,随之而来的,是责任越来越大...

上海时装周好风营商出 国人瞻盛殊八转 多重华盛 锦绣服举 客入瞻盛 点成殊八 国客重华 多锦绣

从“裸奔”到更多可能性

从本土服装走向国际时装周,从表演性走秀发展为市场化经济活动,随着上海时装周的影响力越来越大,这一走过17年的知名品牌,亟需一张能保驾护航,助力迈向发展新高度的“通行证”——国家注册商标... 于是,在上海市政府相关领导的关心下,上海市商务委、上海市商标审查协作中心等各相关部门的共同推动... 事实上,由于“名字”和“商标”引发的纠纷,此前早有发生过... 为了避免类似情况发生,上海时装周一直在想方设法注册自己的商标... 上海市商标审查协作中心主任林海燕表示,上海时装周取得注册商标一大意义在于品牌打造... 除了助力品牌打造,上海时装周取得注册商标这一里程碑式的成果,更是对上海时装周17年来平台价值的认可... 一方面,上海时装周注册商标的获批让拥有了这一名称的独有性和排他性,避免了仿冒的乱象... 从实际应用角度出发,这意味着今后对于要冠以“上海时装周”之名的活动,会经历更加严格的筛选... 实际上,近年来,上海在知识产权保护方面不遗余力... 在强调知识产权保护重要性的同时,上海市商标审查协作中心主任林海燕还提到,外界不能对知识产权保护过度解读... 严格对知识产权的保护,同样也是上海打造一流营商环境的重要抓手... 2019年世界银行营商环境报告显示,中国总体排名位列全球第46位,比2018年大幅跃升了32位... 通过知识产权保护,营造一流营商环境,将继续成为上海的关注重点... 上海市工商联副主席、上海商标协会会长樊芸则谈到,2018年,上海马德里国际商标注册的服务窗口开到了义乌... 在相关政策东风频频传来的今天,上海市市场监督管理局总经济师杜贵根认为,上海时装周17年的品牌成长,见证了上海时尚产业发展的历程...

打造时尚新平台 助力“四大品牌”

“随着国家注册商标的获批,上海时装周也迈入了新的高质量发展阶段... 2018年4月,《关于全力打响上海“四大品牌”率先推动高质量发展的若干意见》全文发布... 上海时装周正在打造成为一个个平台... 上海时装周打造平台,就像搭了一个大剧院... 据了解,上海时装周通过搭平台、聚资源、拓渠道将服务做深做透... 何建华同时认为,在长三角一体化的过程中,城市聚集、引领尚好,上海责无旁贷... 上海不能搞各种秀?就像群聊百老汇、拉斯维加斯那样,很多人开着直升机过去看秀... 上海时装周应该逐渐打造成一场时尚大秀... 上海时装周的意义远远不在于这十几天、近百场秀场的展示... 所以,上海时装周的意义远远不在于这十几天、近百场秀场的展示... 所以,上海时装周的意义远远不在于这十几天、近百场秀场的展示...

对标国际 发展第三条道路

“上海时装周”注册为国家注册商标,具有了唯一性之后,“上海时装周”的特性、标识性是什么?如何提高它的美誉度... 对标国际市场,何建华深入分析了几大时装周... 随着社交媒体不断入侵人们日常生活,千禧一代习以为常的认知品牌的方式,不再是观看一整场秀... 前几天,樊芸在淮海路上看到一家门店,门口排了很长的队... 毫无疑问,随着国家注册商标的靴子落地,上海时装周未来的道路,将通过品牌和渠道的双向驱动,建立良好有序的贸易氛围... 另一方面,上海时装周还以持续打造亚洲最大订货季为目标,通过MODE上海服装服饰展各具特色的Outtimes、DFO、Alter、Tube、not Showroom六大各具特色的时尚贸易平台... 全球同行公认,古代文明时尚以东方为代表,现代文明时尚以西方为代表... 东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长董继生说:“我们将以上海时装周商标注册成功为契机,努力通过时尚产业发展,来实现传统制造业、服务业转型升级发展...”



- 1993年 上海服装文化节诞生
1995年 第一届上海国际服装文化节举行
2003年10月 首届“上海时装周”在滨江大道举行,正式被冠名
2011年08月 获国家商务部支持,升级为部市合作项目
2012年10月 明确“立足本土兼备国际视野”和“创意设计与商业落地并重”的特色定位
2015年04月 MODE上海服装服饰展全新举办,上海时装周平台贸易功能落地
2016年04月 活动版块全面裂变,扩大成为全城盛事
2017年04月 提出打造“亚洲最大订货季”
2017年12月 被纳入“上海文创50条”重点推进项目
2018年02月 再次获国家商务部支持,成为新一轮部市合作项目
2018年06月 “上海时装周”被列入上海“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
2019年03月 “上海时装周”成为国家注册商标品牌