

現代中國 + 全球化



中國的現代服裝比半世紀前更添姿彩。
資料圖片



中國服裝研究系列二之一

衣裳點滴

編者按：中國的當代服裝經歷幾十年的進化，當中所反映的特色、現象和趨勢，從側面折射出國情的演變，值得深入探討。本欄會以系列形式，一連兩集探討中國服裝的發展歷程、特點、社會分層象徵以及代表服飾等，從而了解服裝時尚與當代中國社會以至全球的互動關係。

■趙明德 浸大社會學系助理教授



香港浸會大學中國研究課程成立於1989年，至今已培養近兩千名本科生，為香港歷史最悠久的中國研究課程。香港文匯報與浸大中國研究課程合作推出通識專欄，以專業的角度，深入淺出地探究中國在社會民生、城市規劃、經濟轉型、外交政策等多方面的最新發展，為本港高中生提供具權威性的「現代中國」通識科單元學習材料。



圖中的工作服飾似是50年前中國人的日常衣着。
資料圖片

通識合作計劃

半世紀密密變 百姓衣顯民情

從「清一色」到「百花生」 歷3階段

當代中國的時尚文化分為3個階段：第一階段從1960年代的「毛時代」持續到1970年代末；第二階段包括1980年代到1990年代中期，是改革的早期；第三階段從1990年代中期直至現在。這3個階段是時尚不斷普及化和主流化的過程。

1960-1970年代

微解放裝 單調中玩花俏

在這段時期中，時尚被國家與社會共同組織地、有力地壓制。對時尚衣着的追求常被視為奇裝異服，被賦以負面的道德意涵。相反地，常穿着工作服、軍裝或勞動裝，則是社會主義社會勞動模範和合格成員的象徵，解放裝成為日常的裝束，大多數人的服裝以單調和劃一為特點。

同時，服裝的性別差異，尤其是能顯露女性化特點的款式和剪裁被壓制，富有女性特點的穿着被視為不道德，大多數人的服裝都呈現出中性化的特點。

不過，在這一時期，少數人以行動反抗對時尚的壓制。在中國的不同地區，對時尚的堅持程度不同，例如上海女性實現其時尚性，相對而言，她們更喜女性化的裙裝，並秘密地找裁縫製作或自己縫製與別人不同的服裝。在其他地方，雖然解放裝等因其道德和政治含義而為大多數人所穿着，但其中追求時尚的部分人會對這些單調統一的服飾作出微小的改造，如將寬大的軍服改短改小、裁出腰部的曲線，以顯出其時尚性。在上世紀70年代，的確涼襯衫在全國風行，成為一陣時尚浪潮，這種對面料的追求是在特殊款式、剪裁被壓制下，大眾為追求時尚而作出的努力。

1980-1990年代中

國際品牌進駐 牛仔服入城

在這個階段，道德規範和意識形態的控制一定程度上弱化。隨着改革開放和市場化的進程，國家逐漸放鬆對意識形態的掌控，社會道德的約束力減弱，道德標準更多元化，這些轉變在對時尚的追求上都有所反映，時尚實踐獲得更多空間，並得以逐漸擴展和普及。

城市中的衣着樣式出現巨大的轉變，不再由解放裝、軍裝、工作服一統天下，牛仔服、長筒襪、西裝、領帶等逐漸成為城市人的日常衣着。

同時，市場化令國際化的時尚進入中國，西方的高級時尚品牌，如皮爾卡丹，逐漸進入人們的視線；香港品牌，如佐丹奴和觀奇洋服，開始在城市中開設零售店。當然，無論西方時尚品牌或香港品牌，都未必是城市人的日常衣着，但它們的存在開始為人所了解，足以反映追求時

尚逐漸成為正當的意識形態。正是這個時期中時尚明顯的正當化趨勢，開啟時尚成為普遍追求的第三個歷史時期的大門。

1990年代中至今

名店猛增 躍成仿製中心

無論國家或社會，從1990年代中期開始，對時尚的態度都出現明顯的轉型。在全國範圍內，各級政府在發展經濟的壓力下，開始鼓勵消費。這並不意味大規模的消費從這個時期才開始出現，而是消費的重點和消費的方式都有明顯的、革命性的轉變。此前，家庭消費的重心是「大件」，即耐用消費品。在1970年代，就有結婚「三大件」等說法，即為建立家庭，應在日常生活中心攢下錢來，購買不易得到的縫紉機、自行車等商品；到1980年代，城市居民普遍追求的「大件」，變成冰箱、電視機等大型家用電器。而在「中國消費革命」的過程中，城市人消費的重點轉向文化產品，消費的轉變構成生活方式轉型的一部分。其中，對時尚的消費也獲得比以往更高的比例，不再是消費中的次要部分。同時，從這個時期起，消費主義成為中國城市的主導話語之一。

消費方式在中國的不同地區仍有區別。在城市地區，時尚的全球化程度更高，這是與中國加入WTO(World Trade Organization, 世界貿易組織)相伴而來的現象。時尚品牌在城市中設立越來越多零售店，時尚廣告業也迅速發展。對時尚的視覺表達在城市中隨處可見。中國開始擁有高度發達的時尚製造業，但其主要部分是國際化品牌在中國設立的工廠，產品為出口服務。同時，中國並非沒有本土的時尚設計，但其中大量是在仿製國際化品牌，這類仿製品的廣泛存在令中國成為高度發達的時尚仿製中心。本土生產的時尚產品大多在小型時尚零售店銷售，這類小商店從1990年代中期開始蓬勃發展，至今數量驚人。



中國年輕一代的服飾緊貼潮流。
資料圖片

農夫西裝下田 「先敬羅衣」難再

這一部分討論時尚與社會分層間不斷變動的複雜關係。服裝歷來是一種地位象徵，也是文化資本的表現形式，能表現出其穿着者屬於哪個特定的社會階層。有外國學者指，在過去的幾十年中，時尚的生產和消費發生一些變化，令根據時尚風格區分社會階層已不那麼可靠，也更趨不確定，在劃分社會階層時，人們需要更加審慎。這與大規模生產、傳媒宣傳、價格漸低及社會風氣等有密切關係。

中國時尚場域比西方複雜

當代中國的時尚場域比西方國家更複雜。西裝一度是中產階級的地位象徵，而從1990年代末開始，農民和民工都會購買和擁有西裝，並會時時穿着；城市中的農民工穿西裝在榨取勞力的血汗工廠中勞作，而農村中的農民穿西裝在田裡汗如雨下。同時，中國的企業巨頭經常穿運動裝、休閒裝或戶外野營裝在正式場合和傳媒中露面。在中國主要城市，從正裝、街頭服飾、假名牌，到一般的休閒裝束，各種各樣的服裝都能共處在高檔酒吧中。在上海鬧市的繁華街道上，購物的人群中既能找到T恤、牛仔褲，也有軍裝、藍領工作服裝，甚至睡衣。

此外，當代中國已成為世界工廠，擁有先進的機器，有能力、也知道如何為國際化時尚品牌製造高雅的產品。這種能力已

部分地被挪用於製造贗品、仿名牌產品和仿製品，中國南部是這類產品的世界生產中心，並因此而聲名狼藉。

判斷身份 不能單看表面

上述例子說明，時尚作為文化資本，其運作方式與以前大不相同。風格的等級被打破，時尚符號的意義已變得模糊。但與此同時，在新的社會文化語境中，時尚仍在以變化了的、微妙的方式作為文化資本運作着。時尚符號和風格等級確實被打亂，不過在某種程度上，它們可能會重新獲得秩序，或再恢復它們與語境中其他方面的聯繫。

假如一個人了解到現在是城市農民工和農民有穿着西裝的習慣，那麼他就可以調整西裝的意義，也可能開始尋找另外一些社會分層能在衣着上表現出來的線索。企業大亨之所以能在正式會議上穿戶外野營裝，是因為他們能承受得起違反穿衣法則所要付出的代價；而他們所僱用的員工則不行，因此員工只能穿白襯衫和細條紋西裝。

品評衣着 必須多角度分析

在任何公共空間中，混雜的風格可能同時存在，但是它們的同時出現並不代表各種風格在文化資本上都是平等的。夜店的管理人員歡迎穿西裝的男性進入，這是在

崇拜「名牌」掛滿全身

小知識

時尚品牌的符號權威是中國高度時尚消費的體現之一。1990年代初，就有品牌崇拜的明顯例證，如留在西服袖口的標籤。從1990年代後期至今，對品牌的迷戀更趨微妙，如男性的皮帶扣上、西褲腰部穿皮帶的扣子上，以及夾克領口的飾針，都滿布品牌標誌。男裝市場的各類商品中，都充斥仿名牌的時尚產品。這些本地化的穿着習慣和品牌產品，令中國的中低收入階層也有能力購買品牌符號。

基層花數月薪水買真品

另外，亦有部分中低收入階層追求購買真正的、非偽造的國際化品牌產品，在他們身上，消費主義更加突出。當中不少人，為買一個國際化品牌的提包，願花掉幾個月月薪。

與西方和東亞的發達社會相比，中國的人均收入低得多，但中國的城市人對時尚品牌的崇拜卻遠高於西方民眾，而與東亞發達社會程度相似。由於關稅，國際化品牌產品在中國的零售價格高於其在發達國家的售價。而本地大多數時尚產品的售價又絲毫不比發達國家時尚產品的價格低。

製衣工受雙重剝奪

非精英階層人士在本國為生產或售賣服裝產品而工作時，所獲得的工資極低，這樣，他們已被服裝相關企業所剝削；而當資本主義的消費意識形態令他們用工資中不到極不尋常的比例來購買這些品牌產品時，他們受到第二重的剝削。

為這類人大多準備好花錢，不過夜店的常客會暗地裡輕視穿西裝的男性，認為這種人缺乏時尚的知識。上海市政管理層也曾嘗試立法，把街道上穿睡衣界定成違規的行為，背後的原因就是睡衣不算是一種體面的風格。

時尚作為文化資本的運作仍持續，通過社會行動者對時尚符號更注重新意、更包羅萬象、更專業的評判，時尚的文化資本運作已成為常規化的社會過程。例如，對某個特定的時尚產品的文化資本價值的評判標準，已不只是它的品牌，還有其原產國、用料的质量、做工和款式，所有這些構成評判時尚的複合標準。對一個人的時尚文化資本評判，則基於對這個人衣着中所有部分的總體評價，甚至要看這個人的整個衣櫃室才能作出判斷，而不能僅靠看他某件單品的好壞。此外，對一個人時尚文化資本的評判，還要與他的教育文化資本、國際化程度文化資本、素養資本、外形資本、社會資本、經濟資本等其他相關因素相互驗證後，才能得出答案。一個人所處的物質環境對判斷他的時尚文化資本也非常有用：如果一名觀察者看見正在田間或工廠車間裡勞作的人，那麼絕不會因為那人穿西裝，就簡單地認為他屬於中等階層。時尚媒體也提供有關產品、仿名牌和抄襲名牌設計的仿製品的各種細節資料，那麼，建構真品穿着者與假名牌穿着者之間的社會區分，就再度可能實現。

概念鏈接

何謂血汗工廠？

血汗工廠(Sweatshop)泛指工作待遇和條件惡劣、工人權益備受剝削的製造業工作環境，很多時都指製衣工廠。

資料來源：《血汗工廠》，樂施會
<http://www.cyberschool.oxfam.org.hk/glossary.php?cod=109>

何謂世界工廠？

中國社會科學院工業經濟研究所所長呂政指出，所謂世界工廠，簡而言之，就是為世界市場大規模提供工業品的生產製造基地。
資料來源：
《中國憑甚麼成為世界工廠？(評言篇)》，人民網
<http://www.people.com.cn/BIG5/paper53/7227/697825.html>



中國當局查獲名牌贗品。
資料圖片

想一想

1. 根據上文，描述中國由1960年代至今的3個服裝演變歷程。
2. 承上題，解釋促成以上3個歷程演變的原因，並舉例加以說明。
3. 參考上文，你認為現在能憑衣着判斷一個中國人的社會階層嗎？為甚麼？
4. 參考上文，描述中國人崇尚名牌的現象及解釋其原因。
5. 參考上文，分析「製衣工受雙重剝奪」的原因和影響，並舉例加以說明。

延伸閱讀

1. Crane, Diana. 1999. "Diffusion models and fashion: a reassessment". *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 566 Nov: 13-24.
2. Davis, Deborah S. 2000. "The Consumer Revolution in Urban China". Berkeley: University of California Press.
3. Swidler, Ann. 1986. "Culture in action: symbols and strategies". *American Sociological Review* 51(2): 273-286.