

# 彝族服饰市场现状与发展探讨

沈良杰

(西昌学院 彝文系, 四川 西昌 615022)

**【摘要】** 彝族服饰产业的生存和发展与其市场有密切的关系,要创办和发展彝族服饰产业就必须研究彝族服饰的市场,了解和把握彝族服饰市场。目前,彝族服饰市场没有形成规模,不活跃。应抓住西部大开发的机遇,以彝族服饰产业自身的改革发展,并结合民族文化旅游,采取多种措施开辟市场、扩大市场、巩固市场,从而为彝族服饰文化产业的生存与发展提供市场的保证。

**【关键词】** 彝族服饰;市场;产业改革;旅游;营销

**【中图分类号】**G124 **【文献标识码】**B **【文章编号】**1673-188X(2005)04-0077-04

彝族服饰作为商品,其价值是通过市场的交换来实现的。因此,彝族服饰产业的存在和发展与其市场密切相关。在市场经济发达的当今社会,彝族服饰市场情况的好坏直接影响着彝族服饰产业的生存与发展,甚至决定着彝族服饰产业的命运。

我们要创办和发展彝族服饰文化产业就必须有其好的市场,只有打开市场,使彝族服饰商品具有一定规模,其产业才能存活与发展。因此,我们研究彝族服饰产业的发展,一个不能回避的重要课题就是彝族服饰商品市场的研究。本文就这一课题做一尝试性的探讨,以做引玉之砖。

## 一、彝族服饰及其市场状况

### (一) 彝族服饰文化

彝族服饰文化是彝文化中一道亮丽的风景线,彝族服饰千姿百态,五彩缤纷,各支系、各方言区的服饰各不相同、各有特色。从大的范围分,国内彝族服饰据《中国彝族服饰》<sup>〔1〕</sup>可分为(1)凉山型(美姑式即依洛式、喜德式即圣乍式、布拖式即所地式)(2)楚雄型(龙川式、大姚式、武定式)(3)红河型(元阳式、建水式、石屏式)(4)滇东南型(石林式、弥勒式、文西式)(5)滇西型(巍山式、景东式)(6)乌蒙山型(威宁式、盘龙式)。仅四川彝族(北部方言彝族)的次方言(或土语)区别,就以服饰为标志:如以男性裤脚为标志分为大裤脚是依洛人,中裤脚是圣乍人,小裤脚是所地人。这三种次方言区的彝族服饰都有着自已突出的宽式、图案多样化的特征,而

且每一种图案都可称得上是一幅名画。可以说,林林总总、各式各样、五彩缤纷的彝族服饰构成一个彝族服饰的海洋。

昭觉的彝族服饰产业开发利用是得天独厚的,具有其他地区不可企及的优势,昭觉人抓住这个机遇,进行彝族服饰产业的研究和开发是很有眼光的。说昭觉是开发发展彝族服饰文化产业的最佳地区,是因为昭觉地处彝族北方方言的圣乍、依洛、所地等彝语北方方言三大次方言汇集之地,也就是这三大次方言区的三大服饰“大裤脚(依洛)、“中裤脚(圣乍)、小裤脚(所地)等三大服饰的汇集之地,彝语北方方言(彝六大方言中最大的方言区)的语言和服饰都在这里汇聚了。服饰和语言一样,是每个民族的最主要的标识物。开发和发展彝族服饰产业不仅是经济发展的需要,同时也是传承和发扬民族优秀传统文化的需要。

服饰是一种文化商品,各民族的服饰都蕴涵着本民族的工艺美术、价值趋向、审美情趣、生产技术等多种文化因素。“服饰是一种无声的语言,几乎与人类历史同步发展。服饰的实用价值和欣赏价值使其成为民族文化的载体。”<sup>〔2〕</sup>服饰又是各民族相互区别的重要标识物。彝族服饰文化资源十分丰富,具有很高的开发价值。但要把彝族服饰文化开发出来,形成强势企业,占领市场,拥有一定的市场竞争力和抵御市场风险的产业是不容易的。我们不仅研究产业本身,我们还需要研究市场和开发市场的一系列问题。

### (二) 彝族服饰市场的现状

在过去长期封闭的社会中,彝族是个自给自足

收稿日期:2005-06-01

作者简介:沈良杰(1968-),女,副教授,主要从事彝族文化及彝语言文学研究。

的农业经济民族,即自己耕种自己吃,自己缝织自己穿的自足经济形态。这种经济形态铸就了彝族十分轻商的思想观念,致使过去的彝族社会的市场经济十分落后。所以,改革开放初期发生了许多笑话。如有一位彝人学汉人开了个饭馆,亲戚来了喝酒吃饭他不收钱,朋友来吃饭他不好意思收钱,两天下来就吃光喝光了,从此饭馆也就关闭了。又如周纲的报告文学《支格阿鲁的子孙们》里说,为了增强彝族人民的商品经济意识,史志义和童高祥决定试点,在西河区创办农贸市场。他俩满怀信心地下去,并把区乡干部们组织起来,他们走村串户,爬山涉水,经过三天的发动和准备,开始了。这一天,人们从各个山寨向这里走来。这一天,西河区所在地斯合乡非常热闹。史志义和童高祥非常兴奋地在人群中走动。但是,他俩忽然发现气味不对,买卖双方情绪都很热烈。人们在一起吸兰花烟,兴奋得脸上流光溢彩。然而,不是在讨价还价,而是在叙旧、聊天。谈家常。最后,竟然是所有的人把准备拿到市场进行交换贸易的各种农副产品,大家不分彼此,统统弄来吃了喝了。然后唱着歌,一路快乐地归去……<sup>[3]</sup>

到了市场经济如此发展活跃的今天,彝区的商品生产和市场交易还是落后的,特别是彝族服饰这样的产品由于受购买力和生产观念的制约,大多处于自给自足的状态,至少大量的农村情况是这样的。笔者对彝族服饰市场及其产业情况作了初步的了解。一些个体的织卖一体的门市和个别公司,也没有形成一定规模和固定的活跃的市场而举步维艰,难以发展壮大。相比之下,有些县城的情况还好一些。如昭觉、普格、美姑、布拖、喜德等县城的彝族服饰市场比较活跃,有的县城还专门开辟有“彝族服饰一条街”。但西昌则令人不乐观。笔者看到的西昌市区彝族服饰市场中彝族服饰(饰)门市情况不怎么好,门庭比较冷落。我们所见的西昌市内有14家彝族服饰门市。经考察和访问,这些彝族服饰门市的情况归纳起来有如下几个特点:

- 1、规模小。都是独家独户个体形式,其门市经营人数基本上只有一个,而且门面都小。
- 2、混合性。14家门市中只有3家是纯彝族服饰,其余都有餐具及其它工艺品混合销售。
- 3、许多门市销量不大,不活跃,不旺,利润不大。
- 4、大部份门市都直接在门市内加工产品,即边缝制边卖。(除金属及非布料饰品外)
- 5、绝大部分经营者的民族意识淡薄,文化素质

低,许多门面名称都没有。挂了名称的也对彝族自我意识表现出麻木性。有“阿果民族工艺”、“火把漆漆——公司直销”、“飞鹰民族服饰”,有“民族用品门市”、“旅游纪念品”、“杨洋民族服装”,还有“百汇服饰”等等。就是没有“彝族”二字,没有一家叫“彝族服饰”的,而且只有一家写有彝文字。

6、大部分门市处在市内偏僻的地方,口岸不好,不在中心商业区,即不能融入主体商业市场。

7、在经营管理观念上,只有个别门市经营人希望有人投资承头搞成大规模上档次的实力强的公司,而绝大部分则认为只有这么小规模单门独户的个体经营才行。他们没有市场竞争意识,没有市场风险忧患,他们没有合作精神,甚至害怕合作。一句话,目前彝族服饰行业的人绝大部分文化素质都很低,不能适应现代企业生存和发展的需求。

另外,一是凉山彝区经济落后,购买力弱,二是彝族经商意识不强,三是彝族自我服饰意识淡薄,服饰外族化严重,特别是男性更多的去穿大众化的时装,如西服、休闲服等。还有一个因素是旅游服务业不发达,导致民族服饰不能很好地作为旅游纪念品或旅游商品进入旅游市场。

## 二、形成和发展彝族服饰市场的思考

要打开彝族服饰市场的局面,要搞活彝族服饰市场,并非简单之事,需要思想意识的改革,彝族地区经济的发展,文化特别是民族文化的进步。在经济较落后的彝族地区,彝族服饰市场的发展不仅靠市场和文化的发展来发展,而且还要靠政府的调控和支持,下面提出几点看法供参考。

### (一) 彝族服饰产业自身的改革求发展。

我们说服饰是一种文化,服饰产业就是文化产业。当今世界,文化产业蓬勃发展,成为新兴的现代产业。“文化产业的兴起,像一轮朝阳磅礴于整个人类世界。”<sup>[4]</sup>在这种大好形势下,彝族服饰文化产业要抓住机遇发展自己,以强劲的势头和各种有效的措施开辟市场,稳固市场。

#### 1、保特色,改革创新。

没有特色,就没有自我,也就没有存在的价值。所以,彝族服饰首先要发扬传统文化,保持自己的特色。如察尔瓦、披毡及各类服饰要保持其固有的特色,这也是开发的目的是和价值所在。

改革创新要在保持特色下进行。以人为本,向多

样性、现代性、季节性、便捷性方向改革。彝族服饰改革要面向市场,要照顾不同人群、不同地区、不同年龄的特点和爱好,设计出适合各种人群的各种各样的样式来。我们承认彝族服饰很美很丰富。但传统彝族服饰有一个缺陷就是没有季节性。特别是衣服,由于彝族居住在较寒冷的山区,昼夜温差大而四季温差不大。因此,衣服四季不分明,材料都趋于厚重性或毛料性,且多以深色为主。要面向现代广阔的市场,就要改进为轻薄型,色彩深浅要多样性。为适应不同地区、不同人群的需求,彝族服饰还要在原有的基础上进行创新与改革,以利带来彝族服饰文化开发。要面向山外,面向世界,就必须改变其缺点。改革是传统文化现代化的必由之路;改革和开发利用彝族传统服饰文化是为了更好地保存彝族传统服饰文化。因为得到利用,发挥其功能的存活文化才能长期保存和发展,没有使用功能的文化就会慢慢消失。

## 2、扩大产业规模。

目前,彝族服饰生产是小型的或手工型的。这是非常脆弱的企业,其规模小、效益差,市场竞争能力弱。因此,要扩大规模,办成民族服装厂或公司之类的大型企业。这些厂或公司不一定只生产和经营彝族服装,可生产其它效益更好的服装,以带动彝族服饰的发展。如衣服可生产西服、休闲服等大众性服装。彝族服饰产业应形成企业集团,产销一条龙,在销售上应办成彝族文化商品超市、各地连锁店等形式,以巨大而稳固的企业规模抵御市场风险,稳步发展。

## 3、运用现代企业营销技术。

彝族服饰商品要充分利用现代企业营销技术和手段,不断开辟市场,扩大市场和巩固市场。如利用报纸杂志、广播电视、网络等现代传媒技术和渠道宣传、展示彝族服饰产品,千方百计加大其广告力度,促进彝族服饰产品销售。也要采取直销、促销、展销等营销方式进行多方面多层次地市场推销。彝族服饰营销还需要组织时装表演活动,要有自己的时装表演队,以体现和展示出具有雄厚实力的大型企业形象。总之,要加强市场营销策划和运作,提高彝族服饰的商场角逐势力,把握市场,占领市场,以促进彝族服饰产业的发展。

## 4、彝族服饰商品市场的定位。

彝族服饰市场在哪里?这些市场的大小、购买力及其相关情况怎么样等问题要进行了解和把握,需要做一比较科学的定位。根据初步的了解和分析,我

们认为彝族服饰市场应该定位在如下范围:

(1)各彝族地区县城、乡镇市场。这个市场是彝族服饰商品最大的市场,是几百万人的市场。如果打开和占领这些市场,彝族服饰产业的生存和发展就没有问题了。这就需要改革彝族群众的思想观念,提高人们的商品意识,改变自缝自穿的传统行为习惯,让彝族人到市场来买衣服和饰物穿戴。

(2)各旅游区。作为文化产业之一的旅游产业日益发展,有的地区已成为支柱产业。因此,彝族旅游区的服饰市场将越来越大,是彝族服饰文化商品的重要市场。通过多种多样的旅游服务形式,将彝族服饰作为特色突出的民族文化旅游商品销售给游客,既丰富了彝族文化旅游的内涵,又能拉动彝族服饰产业的发展。

(3)西昌市区。在凉山来讲,西昌是自治州所在地,是凉山彝族的政治经济文化中心,是各县各彝区商品交易的物流中心。西昌又是凉山地区旅游网络的中枢和重要的旅游区,其流动人口和旅游人口最多。据此,西昌的彝族服饰市场处于十分重要的地位,彝族服饰产业必须瞄准这个市场,开辟和占领这个市场。

另外,要大胆开辟成都、昆明、贵阳、北京等大都市甚至国际彝族服饰商品市场。当然,这是在上述市场的基础上采取的进一步措施,这是民族文化产业发展到成熟与强大的标志。

## (二)以旅游为依托打开彝族服饰市场

旅游业和旅游市场是彝族服饰的重要市场。在彝族文化旅游与彝族服饰市场的互动中,绚丽多彩的彝族服饰文化是凉山彝族文化旅游资源的重要组成部分,是彝族文化旅游业的重要内容中最具特色的物化旅游文化商品和旅游人文景观。反过来说,彝族文化旅游的形成和发展能大力推动彝族服饰产业的发展,并能拉动彝族饮食业及其相关的餐具产业、畜牧业、农副产品、服务业等等许多行业的发展,从而发展地方经济。因此,彝族服饰产业要以彝族地区旅游为依托大力发展自己。

彝族人有良好的传统旅游品格。彝族尔比诗言道:“雄鹰飞得远,见识超越同伴;小伙子走得广,知识超越同伴。”彝族人历来有着向往外面世界,喜爱旅游观光的性格。如“彝族克智<sup>①</sup>有‘吓博吓博咪(要去去看)’的心理;有‘去看,到嘉定城去看,去玩,到嘉定城去玩。’的传统旅游行为习惯。作为‘彝族文化产业系统的怡情产业——旅游休闲产业’<sup>[4]</sup>是



我们彝族文化产业中最具魅力，最有发展潜力的产业。旅游是一项人类高尚的文化活动，是集自然景观、人文景观、文化交流、餐饮休闲、商贸、服务、交通等多功能为一体的人类文化活动。旅游的观赏大自然美、各种文化的交流能陶冶情操，发现真善美，完善完美人格。其中文化交流就有服饰、语言文字、文艺美术等丰富的文化内容。服饰文化是最直观、最易交流的物化文化产品，它的旅游文化交流价值不可低估。旅游业是当今世界经济增长很快的行业，而文化旅游又是我国的主攻方向。凉山的文化旅游以彝族文化旅游最具特色和魅力，理当以彝族文化旅游为主题和主线来开发凉山的旅游事业。因此，彝族服饰产业的发展以彝族旅游业为依托，也成了必然。

彝族服饰要与彝族地区旅游结合起来，要瞄准旅游市场，以民族文化突出、经济效益好的彝族服饰投入旅游营销行业。云南石林民族服装厂就是这样的，其“阿诗玛”系列的彝族撒傈支系服饰供不应求，带来很好的经济效益。

那么，怎样以彝族文化旅游为依托来发展彝族服饰产业呢？笔者认为应做到以下几点：

1、参与性营销。以彝族风情旅游的形式，让游客在参与性彝族风情旅游活动中穿戴彝族服饰，费用可包括在其它项目内，如门票等。

2、赠送礼品式营销。以“赠送礼品”的形式推销彝族服饰商品，费用也包括在餐饮、门票等其它项目内。

3、展示性营销。各种彝族文化旅游的服务人员都要穿戴彝族服饰。随着旅游业的扩大与发展，这也是一个较大的消费市场。

4、普及性营销。要形成彝族人，特别是旅游区的彝族人穿戴自己的服饰。要在旅游活动中激活热爱自己民族服饰意识。别人都喜欢穿戴我们的服饰，我们自己更应该喜欢自己的服饰。这是文化旅游的另一大功能——激活民族意识，促使人们认识自己的民族，产生民族自尊心和自豪感。所以，这种普及性的彝族服饰营销不是没有可能的。

通过采取以上措施，使彝族服饰在旅游活动中与市场互动，逐渐扩大市场。这样，彝族服饰产业的发展前景就会很好。

注释及参考文献：

- [1]石嵩山.《中国彝族服饰》[M].北京工艺美术出版社,1990.06.
- [2]陆文熙.《凉山民族文化与旅游》[M].四川科学技术出版社,2001.12.
- [3]周纲.《支格阿鲁的子孙们》[A].四川民族出版社,1990.03.
- [4]贾银忠.《中国彝族旅游文化》[M].四川民族出版社,2003.09.
- [5]侯韦森.《市场营销学》[M].民主与建设出版社,2001.04.
- [6]仇向阳.《营销管理》[M].石油工业出版社,2003.09.

①“克智”：为彝族传统文学体裁之一，是一种以展示智慧和口才为主，常用于对赛的，可以即兴创作灵活增减内容的一种诗言文体。

致谢：本文在撰写过程中得到洛边木果教授的指导，在此致谢！

## On Current Situation and Development of Yi Dress Market

SHEN Liang-jie

(Yi-Language Department, Xichang College, Xichang, 615022)

**Abstract** : The existence and development of Yi dress industry have close relations with its market. In order to establish and develop Yi dress industry, we must study Yi dress market. At present, Yi dress market is not at its top. So we should make use of the opportunity of the development of western regions. With Yi dress industry's own reform and development, we should take the advantage of cultural tourism and many kinds of measures to open up the market, expand the market, consolidate the market, thus offer the assurance of the market for survival and development of Yi dress cultural industry.

**Key Words** : Yi Dress Market ; Industry Reform ; Tour ; Marketing

(责任编辑：周锦鹤)