

放眼國際市場，法國奢侈品管理學程首重學生世界觀

駐法國代表處教育組

法國是許多知名奢侈品品牌的發源地，為了培養這個特殊產業的人才，法國開創了奢侈品管理這個學門。著名法國珠寶商及高級製錶商卡地亞在 1990 年開設了第一家專培訓奢侈品管理人才的專業學院—巴黎奢侈品管理學院 (Institut Supérieur de Marketing du Luxe 又名卡地亞頂級奢侈品管理學院)，目前許多商業學院也設有相關的 MBA 或碩士同等學力課程。在法國，就讀奢侈品管理的學生中，有相當高比例是慕名而來的外籍生。法媒《世界報》於上週四訪問了 5 所開設相關學程的商業學院，簡介他們的教學宗旨和特色。

受訪的 5 所學校分別為巴黎奢侈品管理學院、法國時尚學院 (Institut français de la mode)、高等經濟商業學院 (Essec)、里昂高等商業管理學院 (EM Lyon) 和巴黎第九大學商學院 (Université Paris-Dauphine)。各校在訪問中一致強調教學國際化的重要性。「對全球市場的地理及文化適應能力」目前和技能知識 (Savoir-faire) 及人際能力 (Savoir-être) 並列奢侈品管理教育的 3 大主軸。

巴黎第九大學商學院教授 Denis Darpy 表示，儘管法國在時尚產業中居領先地位，如今奢侈品消費群多半已不在法國，而是以北美、阿拉伯半島和中國為主要市場。因此奢侈品管理教學必須更有彈性、國際移動力和適應力。

巴黎奢侈品管理學院主任 Thibaut de La Riviere 也認為，奢侈品管理學學程必須國際化，行銷和商業策略應顧及各地顧客的品味和消費習慣。該校學生在掌握了奢侈品文化和基礎行銷學和會計學後，就會被送至世界各地參與培訓。高等經濟商業學院奢侈品管理 MBA 的學生則先後到香港、杜拜和義大利，學習如何在其它「奢侈品大國」做生意。

在里昂高等商業管理學院，奢侈品管理學程分為 3 個階段。學生首先在巴黎學習精品的歷史和文化，之後前往倫敦或紐約 (與姊妹校帕森設計學院合作) 這兩個「商業首都」，最後再到該校位於中國上海的分校認識中國這個廣大的新興奢侈品市場。

在拓展國際視野的同時，法國的奢侈品管理學院也未忽略培養學生對於精品本身的認識，也就是前述奢侈品管理教育的 3 大主軸中的技能知識。高等經濟商業學院 Simon Nyeck 教授強調，奢侈品和藝術

與文化有密不可分的關係。巴黎第九大學商學院 Denis Darpy 教授則表示，奢侈品管理學程重視學生對產品生產流程的認識，包含設計、製造、行銷和發售每個環節。舉例而言，要成為高級鐘錶品牌的主管，必須先到瑞士汝拉溪谷(Vallée de Joux)，觀摩江詩丹頓、百達翡麗和愛彼等知名錶商在當地的工業部門。唯有如此才能在未來向客戶精確傳達產品出眾的特點。

法國時尚學院也採取類似的教學模式，該校管理學程主任 Françoise Sackrider 表示，第 1 階段的課程主要培養學生對產品本身、製造和設計過程的熟悉度，並瞭解工藝師、工人和裁縫的工作內容，他們可說是奢侈品產業的核心人物。

在人際能力方面，奢侈品管理學程教導學生如何管理負責創作的設計部門和負責執行的工程部門，並傾聽銷售人員的聲音，和滿足客戶的期盼，同時密切注意產業在全球的競爭。高等經濟商業學院 Simon Nyeck 教授強調，品牌管理階層必須具備絕佳的人際關係能力，才能確保各部門良好且和諧的運作。

資料來源：2017 年 3 月 24 日 法國《世界報》電子版

