



国家“211工程”·中央民族大学三期重点学科建设项目
中国少数民族高等美术教育系列教材

ZHONGGUO SHAOSHU MINZU GAODENG MEISHU JIAOYU XILIE JIAOCAI



中央民族大学特色教材
ZHONGYANG MINZU DAXUE TESE JIAOCAI

民族文化与 时尚服装设计

钟志金/著



河北美术出版社

TS941.2
352



国家“211工程”·中央民族大学三期重点学科建设项目

中国少数民族高等美术教育系列教材

ZHONGGUO SHAOSHU MINZU GAODENG MEISHU JIAOYU XILIE JIAOCAI



中央民族大学特色教材

ZHONGYANG MINZU DAXUE TESE JIAOCAI

民族文化与 时尚服装设计



钟志金/著



河北美术出版社

编委会主任：殷会利

编委（以姓氏笔画为序）：

王建山 付爱民 甘庭俭 帅民风 向极鼎
吕霞 杜巍 何川 陈刚 金东云
格桑次仁 高润喜 康书增 奥迪 潘梅

主编：殷会利

责任编辑：苏征凯 韩方敏 张静

徐滨 张洪昌

责任校对：刘燕君 曹玖涛 王素欣 李宏 董梅

封面设计：徐占博 苏征凯

装帧设计与制作：翰墨文化

图书在版编目（CIP）数据

民族文化与时尚服装设计 / 钟志金著. —石家庄：河北
美术出版社，2009.12

（中国少数民族高等美术教育系列教材）

ISBN 978-7-5310-3480-3

I. 民… II. 钟… III. ①民族文化—中国—高等学校—
教材②服装—设计—高等学校—教材 IV. K28 TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第173323号

中国少数民族高等美术教育系列教材
民族文化与时尚服装设计

钟志金 著

出版发行：河北美术出版社

地址：河北省石家庄市和平西路新文里8号

发行电话：0311-85915035 85915045（传真）

网址：<http://www.hebms.com>

邮政编码：050071

制版：石家庄翰墨文化艺术设计有限公司

印刷：石家庄石新彩色印刷有限公司

开本：889毫米×1194毫米 1/16

印张：12

印数：1~3000

版次：2009年12月第1版

印次：2009年12月第1次印刷

定价：53.00元

序

少数民族美术是我国民族艺术非常重要的组成部分，在艺术学与民族学学科的建设中始终占有十分重要的地位，也是高等美术教育中一个非常重要的专门领域。我国少数民族高等美术教育的发展水平直接影响着我国当代艺术、少数民族文化艺术、少数民族原生态艺术保护等众多领域的建设发展，其教学与科研成果也是支撑国家整体文化发展战略的一个关键性环节。

当前，新中国少数民族高等美术教育已经经历了50年的发展历史，50年来，不仅为我国少数民族美术事业输送了大量的优秀人才，全国各民族高校美术院系和各民族地区艺术院校，都在教学实践当中积累了宝贵的教学经验和教学成果，从而形成了我们最为重要的办学特色。虽然各民族院校、美术院系，在成立以来一直为发挥少数民族美术特色做着不懈的努力。但从教学现状来看，我们所拥有的少数民族文化艺术资源优势还没有得到充分的发挥，我们的办学特色还未能以体制创新的新模式体现出来。尤其是现今，还没有完成一部系统完备、学术与教学水平一流的民族美术教育系列教材。鉴于此，在2007年1月，由中央民族大学美术学院发起，联合河北美术出版社、中国美术馆共同主办，在北京召开了“首届民族美术教育发展论坛”，会议集中了全国各民族高校美术院系、民族地区美术院校30多家单位的领导和专家，共同就民族美术教育的发展、民族美术教育系列教材的建设等问题展开研讨，最终确定了全国少数民族高等美术教育单位联合编写、出版这套系列教材，以创举共襄盛典。

少数民族美术学科包括三大范畴。一是少数民族传统美术；二是少数民族题材美术创作；三是少数民族地区当代美术实践。在当代中国美术创作、美术教育领域中都占有着非常重要的地位。本次出版的系列教材共11部，全部涵盖了上述三个学科分支，涉及少数民族主题绘画、少数民族建筑、服饰和少数民族传统工艺的各个领域。其中有些是老教授在多年教学经验基础上的总结，有些是作者最近几年最重要的研究成果。他们以直接的少数民族美术实践为引导，探索适合于我国少数民族文化多元性特征的民族艺术教育规律，从而促进当代少数民族高等美术教育的发展和创作的繁荣。

当代民族美术教育，如何更好地在新的历史时期持续为我国民族地区的发展建设输送高级专业人才？如何通过教育保持在全球经济、文化一体化的时代背景下可持续自我发展的特色？这将是全国少数民族高等美术教育工作者一个持久面对的重大课题。这套系列教材的出版，仅仅标志着我们为此迈出的第一步。

殷会利

前言

在如梦的人生与如梭的岁月中，每个人都有自己所涉及的各种专业领域的经历，服装领域是笔者人生当中所经历的领域之一。

涉及这一领域之初是“文革”时期的1968年，笔者带着一拨手持剪刀、尺子、熨斗以及脚踏缝纫机的裁缝匠师们，步入社会开始为人们做常服嫁衣，直到亲眼见证服饰文化的全盘西化，我国成为世界服装“制造大国”，以及在全球经济一体化背景下，中华民族文化在服装领域的日益觉醒。如今中国服装人期望改变服装“制造大国”的低创汇为中国风格品牌服装“创造大国”的高创汇，使中国服装业的发展进入一个新的时期。转瞬四十余年，笔者深知我国服装业界的人们，长期以来为中华民族文化在服装设计中的崛起，为创建培育中国风格的民族品牌服装，做了许多艰辛地探索和实践，其成果是多么的来之不易。笔者深深地感受到正在崛起的中华民族文化与时尚文化的融合，对于发展我们未来的服装业，对于改变中国服装的“制造大国”为“创造大国”在积存巨大潜力。

中央民族大学是一所具有深厚的民族文化积淀的大学，现已成为国家“211工程”“985工程”建设的全国重点大学，成为融科研教学于一体，为国家培养各民族高级人才的基地。服装设计专业是其中的一个实践性很强的专业，初建于1990年，之后中断招生，2003年恢复招生。

作为中央民族大学服装设计专业的创建者，笔者深知确立“承古扬今、立中融西，民族文化为根，时尚创新、品牌市场为本，学生就业为目的”的教学理念与教学指导思想就是我们的办学特色之所在，并把它落实到我校服装设计系的创建、专业培养，目标的制订中；落实到服装设计系的教学组织与教学改革中；落实到课程的课题教学实践中。笔者在主持中央民族大学“民族文化与时尚服装设计”为核心的六门精品课程群：民族文化与“图案设计”、民族文化与“裘革服装设计”、传统服装设计、中国少数民族服饰文化、民族服饰与服装设计、民族文化与时尚服装设计的建设工作中；在多年来主讲“民族服饰与服装设计”“民族文化与时尚服装设计”等精品课程，以及其他服装专业课程的教学，使笔者对“民族文化与时尚服装设计”有了更深的研究。近几年来，在以“民族文化与时尚服装设计”为核心的精品课程群的教学，经笔者指导的学生课程课题设计作品不断入围中国国际时装周等各类服装行业赛事，并频频获得金奖、银奖、铜奖等各类奖项，教学取得了初步的成果。加之笔

者在长期的教学工作中和服装行业活动中的研究体会,以及对国际服装艺术的深入观察,也使笔者对民族文化及服装设计领域的教学思路与课程的设计有了更多的思考。上述的工作经历与教学实践成果,使笔者自然有了一些心得,并不断地对各方面知识经验与日积月累的成功课程课题教学实践案例进行了一定的总结,这些教学实践案例的总结成为撰写本书的重要内容基础。

本书中大量采用的学生的课程课题教学实践案例的教学理念,来自于“承古扬今、立中融西,民族文化为根,时尚创新、品牌市场为本,学生就业为目的”的教学宗旨;来自于我们对学生的人生之道、成才之道、立业之道的专业思想教育。对学生的专业思想教育的重点是以下三个内容:一、要以服装设计师应具有的全面能力的标准来严格要求自己去关注社会的发展、心系中西文化的融合与演进,提高民族文化、时尚文化与艺术修养;二、心系服装设计师的志向,提高专业素质修养;三、心系企业竞争与发展的全局,提高行业心理素质修养。我们把教学宗旨和专业思想教育带到课堂教学,通过课堂课题的学习挖掘自己在“民族文化、时尚创造、品牌市场”上的认知、实践与把握的能力。由此,促使了学生们为成就自己未来的事业,在课程课题的教学实践与探索中,能够付出比他人更为艰辛的努力和勇往直前的精神动力。学生们在课程课题的教学实践与探索中品尝了专业磨炼过程的苦辣,从而有了我校服装设计专业今日的成绩,到目前为止,在刚刚毕业的仅有三届总共只有54名毕业生的情况下,就有51人次的51个课程课题设计作品入围“中国国际时装周”等各种服装设计大赛,并获得金奖4项以及其他各类奖项33项的教学成果(低年级也有许多学生已经开始有多项作品在赛事中入围并获奖),学生们也在成功的课程课题设计成果面前品尝了收获的甘甜。近三年来,每当笔者陪同学生参加课程课题设计作品入围“中国国际时装周”等各种服装行业大赛的决赛时,每当学生最终站在演示T台上领奖时,每当笔者为他(她)们拍下一张张精彩的瞬间图像记录时,发现他们已经从入学时的稚嫩慢慢走向成熟……笔者也正是在这个过程中逐渐有了“民族文化、时尚创新、品牌市场”的写作的成熟构想,形成了本书中的核心内容“民族文化与三位一体的服装设计”以及全书的布局构架。

目前在国内外由上述内容组成的《民族文化与时尚服装设计》的教材尚无先例,因此,笔者仅希望本书在这个领域起到抛砖引玉的作用。重要的是,时代的发展

需要我们去“开拓与创新”。“开拓与创新”包含着对实践经验的总结,尝试、探索,也包含着由于经验的积累、认知的局限而存在的种种不足,而需要继续实践与学习。笔者认为,我们在这一领域的探索、实践与经验的总结,对于运用民族文化进行服装设计创新的教学、丰富当今国际化的多元风格服装设计思路有一定的责任和义务。尽管本书的内容已经被列入为中央民族大学美术学院系列教材、“211”工程三期建设项目,2008~2009年中央民族大学校级特色教材立项项目,但笔者深知“民族文化与时尚服装设计”教学实践的时间相对于其他形式的教学实践时间尚短,还需要长期地实践才有完美的经验可言,所以笔者仅期望本书的出版,抛砖能够引出华玉,进而推动中国风格的服装设计。笔者深信,21世纪必将是世界范围的中国民族文化潮流的新世纪。

钟志金

2009年6月于北京京西



钟志金

畲族，1953年生。现为中央民族大学教授、研究生导师，服装设计系主任，中国美术家协会会员，中国工艺美术学会会员、漆画艺术委员会委员，中国少数民族美术促进会理事，中国流行色协会理事。

艺术作品先后选入孟加拉、日本、韩国、前苏联、捷克、波兰、越南、美国、加拿大、法国等国家以及中国台湾地区举办的各种国际艺术展，曾应邀赴美国举办三次画展。《新家》等多幅作品在文化部、中国美协、中国少数民族美术促进会等文化艺术组织主办的全国性画展上三次获“金牌奖”。指导学生的设计作品参加“中国国际时装周”等服装设计大赛获多项金奖。部分作品被中外博物馆、美术馆收藏，以及艺术团体收藏；部分作品收录于《中国现代美术全集·漆画》以及日本、韩国、中国台湾出版的专题集册中。在核心期刊上发表专业学术论文多篇，出版教学专著四部。艺术创作业绩受到北京市政府的表彰，被中国美术家协会与中国少数民族美术促进会授予“民族杰出美术家”称号。

目录

绪 论	1
提升中国的服装产业	
——建立民族文化与时尚服装设计的理念	1
第一章 民族文化与时尚服装设计系统	9
第一节 民族文化与三位一体时尚服装设计教学特点	10
第二节 时尚服装流行趋势与中国风格服装类型分类	11
第三节 三位一体时尚服装设计教学实践的动态系统	15
第二章 民族文化与时尚服装设计元素	17
第一节 民族文化的多元一体有序发展的格局	18
第二节 中华多元一体文化与传统民族服饰元素	19
第三节 民族文化在三位一体的时尚服装设计中的地位	31
第三章 民族文化与时尚服装设计造型	37
第一节 时尚流行服装中的人体姿态与衣纹造型	38
第二节 民族文化元素在服装设计造型中的运用	52
第四章 民族文化与时尚服装设计方法	71
第一节 民族文化与时尚品牌服装的设计定位与市场	72
第二节 三位一体主题系列服装的设计定位与设计方法	82
第三节 民族文化元素三个类型的时尚服装的市场及设计方法	110

第五章 民族文化与时尚服装设计实践	123
第一节 服装设计实践中的民族文化与专业素质修养	124
第二节 民族文化与三位一体的运动装时装化设计实践	131
第三节 民族文化与三位一体的成衣设计实践	154
第四节 民族文化与三位一体的礼服、裘皮等服装设计实践	167
 结语	 178
 参考文献	 179
 后记	 182



绪 论

提升中国的服装产业
——建立民族文化与时尚服装设计的理念



民族文化与时尚服装设计

过去,中国风格的服装,只能在西方强势经济、文化与服饰全盘西化形成的狭小空间中生存。在21世纪第九个年头的今天,中国人已经开始全面重拾民族自信。特别是在全球金融危机的此时,尽管中国风格的服装虽依然处于“全面西化”的市场环境中,但民族文化与时尚服装设计展现出的世界时尚中国风格服装已经开始有了自己生存的广阔空间,这得益于20多年来中国服装人不甘心于让西方服装来为我们延续中国的服装历史和服饰文化!他们为确立“以民族文化为根基,以时尚创新为前瞻,以品牌、市场为目标”这一方向的服装设计理念打下了坚实的基础。

一、服装的民族性、时尚性与创新性

20世纪80年代中国的社会逐步从传统走向开放,人们也从前所未有的文化的禁锢中解放出来。在此之前,西方资本主义国家的服饰文化早已经冲破了传统服饰的禁锢,西方服装的材料、技术与时尚性等方面领先于世界其他地区,处于服装文化的领先地位和领导地位,成为世界上大多数国家的主要服饰形式。而中国的服饰领域与经济、科技等各个领域都远远地落后于西方。改革开放使中国的经济科学技术逐渐得到发展,人们的思想观念急速更新,学习西方先进的服饰科学技术的热情高涨。改革开放初期法国著名服装设计师皮尔·卡丹于1978年率领国外模特儿团来到北京,向中国人展示了他的最新时装;1985年,伊夫·圣·洛朗来北京举办了其25年服装设计作品展。诸如此类琳琅满目、五花八门的西式服饰的材料、技术、时尚魅力迷倒了中国的服装人和着装人,因而许多人几乎不假思索地全盘接受了西式服饰的流行潮流。在几乎全盘接受西式服饰文化的基础上,中国服装人通过二十余年的前赴后继的拼搏,使中国的服装产业成为国家对外创汇最高的国民经济的支柱产业。1994年,中国在服装生产、服装出口两个方面创下世界第一的记录。此后,中国又成为世界上服装加工的一流设备最多、科技含量最高、服装品质最好的国家。中国成为世界上最大的服装生产基地,可以生产任何品种、一流品质的服装,“中国制造”的服装布满全球各地。中国近几十年间,进口的服装和“中国制造”的服装——“西式服装”被占中国人口92%(13亿人口)的汉族和少数民族,以十分自然的心态接受,约有95%以上的人把西式服装当做唯一的着装选择。中国民族服饰在国内和世界上几乎处于失语状态,它在现代西方服饰文明和经济强势的狭缝中只有一线十分狭小的生存空间。由此,造就了当代中国人的特殊着装心理:以西方时尚为独尊的中国服装消费者,已经不能离开西式服饰具有符合人体工程学的合体性、舒适性,具有时尚、纯粹、质朴、简约、洗练、实用等诸多的优势,因而心悅不疲地跟进西方时尚的主流,这已经是一个历史现实。对此,我国著名的社会学家、人类学家费孝通先生说:“我们中国虽然是世界上的服装生产和出口大国,却没有具有强烈的中华民族特色的品牌服饰,我们只是跟屁虫,想到这我就感到悲伤。”中国服装的现实不仅如此,在中国成为全世界西式服装品质最高的“制造大国”,以及西式服装的出口大国之际,西式服饰的时尚及其穿着的方便性,低廉的造价等优势使中国传统的绚丽丰华、做工复杂、造价高昂、穿着繁复的民族服饰遭到致命的打击。在近几年间,即使是边远区域的少数民族的服饰也在逐渐地淡出历史舞台,有些地区民族服饰只是租借而来用做节日服装,人



们日常穿着的几乎是现代西式服饰了，这是当今中国民族服饰文化的真实状态。

在这期间，中国的服装人、服装的消费市场都表现出中国服饰文化演进史上前所未有的、极度的“包容性与盲从性”。人们在中华大地上轰轰烈烈地经历了从西服热到运动装热，从喇叭裤到萝卜裤，从迷你裙到牛仔裤，从高跟鞋到耐克、到阿迪达斯，从鞋帽箱包到发型化妆等一茬茬有滋有味的西式服饰的流行。令我们自己都始料不及的是，跟进西方的时尚已经成为中国人一种不可代替的生活价值观，深入到人们的日常生活当中。人们对传统服饰文化没有任何依赖之心，而彻底地、心悦诚服地去接受西式服饰的时尚，并在紧紧地追赶中去效法，连同西式的服饰审美趣味也完全融入自己的审美观念之中。在这样的背景下中国文化与中国元素一直不被人们所关注，人们热心的几乎都是米兰在流行什么，巴黎的设计师在想什么；是那样理所当然地以拷贝或拿来主义的方式，神速地将西方昨天出现的新款式今天就复制到中国的市场上，充分地展露了自己的“模仿能力”，同时大量接受外来的订单，大踏步地发展了“中国制造”的服装产业，使中国的服装产业向国际化跨进了一大步。

然而，正是这一大步，使我们进一步远离了自己的传统文化，造成了传统民族文化元素与近代服装设计几乎彻底分离的状态，其间虽然有过几次“唐装、旗袍热”显示中国服饰文化从暗流到明潮，如图1，显示中国文化和中国服饰文化的自主意识的觉醒，但是服饰文化几乎进入全盘西化的主流境地并没有根本的改观。

在此期间国际服装界，越来越多的品牌在进入中国市场后，世界上的大牌服装设计师跨过运用红色、唐装、旗袍、龙等为人熟知的中国文化元素的门槛，开始进入刺绣、剪纸、水墨画、建筑造型、少数民族图腾等各种小径深入到中华文明的本源腹地之中寻找灵感，不断深挖中国元素运用于他们的品牌服装设计中。与此同时他们把中国元素抽象化、高贵化、精致化、现代化、优雅化，使之更具有文化精髓和艺术含量，他们所带给世界新的惊喜、新的时尚，这是他们有着敏感的市场意识与恰当的文化转型意识的表现，进而不断地构建了国际时尚中国风。如图2、图3、图4、图5、图6、图7，他们用中国元素去赢取中国广阔的市场空间，并有朝着市场的广度和深度发展的趋势。这诚如世界时装设计大师乔治·阿玛尼，于2006年4月在上海美术馆他的回顾展开幕时所说：“中国的文化及其精神，一直给予我个人无穷的设计灵感。”在这个背景下上海大学巴黎时装学院的时尚专家认为，目前国际一线品牌设计中所蕴涵

的中国元素只是部分中国传统文化的闪现，真正要使这股“中国风”形成大气候还得靠中国设计师自身的努力。

那么，我们在西式服饰样式已经成为国民不可割舍的着装选择的背景下，在备受世界瞩目的得天独厚的中华民族文化



图1 章子怡的各款礼服



环境中，是否也有和他们一样有着敏感的市场意识与恰当的文化转型意识呢？我们应以怎样的文化转型意识来对待服装的创新设计呢？对此，费孝通先生忠告我们：要对中华文化的全部历史有所自觉，有清醒地认识，有自知之明，有自信，且有文化转型的自主能力和文化选择的自主地位。幸运的是在世界上中国风方兴未艾的背景下，中国的传统文化也被我们自身所关注。我们在服装行业发展与服装教育的多年探索中，已经十分清醒地看到服装文化在欧洲早已成为左右和引导消费、形成规律性的服装流行，我们对它从陌生、了解、理解、接受，并且进入了一个较长的学习、模仿过程进而成为服装进出口大国。我们在通过对历史和世界时尚的研究中，不但找到了中、西文化的差异，更明白了“洋为中用”“古为今用”和民族文化元素在服装设计中的意义。二十多年来，我国服装设计师和服装事业经历了职业化和产业化发展的历史阶段：其间经历了1993年~1997年的时装设计师职业探索和群体形成时期；1998年~2002年的时装设计师职业内涵充实和群体规模扩张的发展时期，涌现出一批具有良好专业素养和职业风范的代表人物；2003年以后，随着经济全球化和成衣业的发展、时尚产业的兴起，“时装设计师”已经成为走向成熟的社会职业。中国的服装人驾驭的服装产业大车在快马加鞭地紧跑了二十多年之后，积累了许多创造中国时尚的经验，如今已经有11位“金顶奖”设计师和100多位“十佳”设计师，成为

图2 约翰·加里亚诺的作品

图3 Dior 2007~2008秋冬系列作品

图4 罗伯特·卡瓦利作品

图5 罗伯特·卡瓦利（Just Cavalli）作品



图6 乔治·阿玛尼作品

图7 张天爱作品

产业发展的一支生力军；我们已经有了自己的品牌和产业链，有了世界上最强大的服装加工配套能力，用一位外国买手的话说：“中国有能力加工任何款式、任何质量的服装”；我们在设备和技术上已经赶超了世界先进水平，服装业已经进入正常运行轨道，逐步与国际服装市场运作的规则接轨。中国的服装消费者也开始渐渐地认识到，在服装上有一定的民族文化元素与含义，服装就有某种意味，就有了生命。因而，服装消费者也开始关注在着装上的民族文化元素与内涵底蕴了。

中国服装人为了摆脱中国风格的服装只能在西方强势经济、强势文化与中国服饰全盘西化而形成的狭小空间中生存的状态，更为了民族服饰文化的复兴、中国风格服装品牌的崛起，而一直在忘我地研究民族文化，探索“民族文化与时尚、创新及市场”的有机结合。设计有“中国气派、中国风格、世界时尚”的服装的理念已经不断深入人心。

二、服装的民族、时尚、创新与服装产业的提升

当前服装产业界经历2008全球金融危机对人们意识形态的洗礼,按照国家提出的落实科学发展观来促进产业升级,创新已成为中国服装产业摆脱长期以来处于低创汇的局面,提高中国纺织和服装产业的国际竞争力的必要途径。中国纺织工业协会会长杜垚洲先生早在召开“中国时尚创意论坛——CBC(中国北京服装中心)发展与未来”以及“色彩中国2008启动新闻发布会”的开幕式致辞时就说过:“所谓产业提升用一个核心的词来表达就是‘创新’。过去中国是世界的加工厂,劳动力资源好,现在,中国的市场好,国际品牌的本土化进程加快,相比之下,本土品牌国际化的进程相对迟缓,困难很多。是什么问题呢?缺的是原创、创新。”^[1]杜垚洲先生提出:“产业提升用一个核心的词来表达就是‘创新’。”

当前服装业的“创新”一词特指科技创新和文化创新。文化创新包含“民族文化底蕴、时尚与市场运作”等方面的创新。杜垚洲先生在2008年4月26日举行的中国服装协会四届四次理事会上又强调指出:文化创意与艺术生产力是服装产业固有的一部分。品牌是物质实用价值和文化价值在消费者中的评价。企业应抓住市场机遇、摸索消费心理、挖掘中国文化元素,转变观念,加强服装的艺术追求、文化内涵及创意。^[2]杜垚洲先生还指出:服装产品不仅带给生产者一个高的品质,还要给消费者带去文化享受,审美的价值,个性化消费的价值,而不是趋同价值,这就需要加大产业文化创意。^[3]文化创意与艺术生产力是服装产业固有的一部分。品牌是物质实用价值和文化价值在消费者中的评价。法国高级时装公会名誉主席雅克-穆克里埃更是直言相告:我告诫中国年轻的设计师,他们永远不要忘记中国悠久的历史和文化……这种历史和文化必须要渗透到他们的设计当中。我私下认为,中国的时尚只有紧紧地依附中国的文化,才能成为吸引法国乃至欧洲时装界的巨大市场。中国服装设计师协会主席王庆也曾指出:“在未来的服装产业发展中,谁掌握了产业中的‘制创’权利,谁就将站在服装产业链的高峰,获得高额利润。”^[4]只有这样,中国的服装才能成为当今地球村时代人们在奋进中追求物质享受、心灵自由,追求炫酷的刺激体验、健康环保的乐活人生的时代生活标志,才能让人们穿出炫目多彩和内心快乐的感觉,才能有市场。

今天,中国已经具备生产世界上任何品质服装的能力,为“民族文化、时尚创新、品牌市场”提供了坚实的科学技术平台;今天,中国的经济、文化等各个领域在不断地崛起,为“民族文化、时尚创新、品牌市场”的研究与设计提供了广阔空间。因此,我们必须挖掘民族、时尚文化元素,加强服装的艺术追求、文化内涵及创意;摸清消费者心理才能抓住市场机遇。把创意、市场与树立中国风格、世界时尚的服装品牌联系在一起,把文化创意融入到不同的中国风格服装类型的品牌概念与设计当

[1] 参见《色彩中国2007. 11》2007年10月25日在“北京大红门(服装)会展中心”中国纺织工业协会会长杜垚洲,在“中国时尚创意论坛——CBC(中国北京服装中心)发展与未来”以及“色彩中国2008启动新闻发布会”的开幕式致辞。

[2] 参见《文化创意:品牌提升的下一个命题》、《中国服饰报》2007年6月8日。

[3] 同[1]。



中，并从宏观上把握不同的中国风格服装类型所针对的不同的市场需求关系，如此才能真正把握住市场，提升服装的产业效益。

三、建立民族文化、时尚创新、品牌市场，三位一体的理念

21世纪的中国是“世界服装加工基地、服装王国”，但只有少数几个民族品牌服装，本土品牌的国际化更是缺乏，产业创汇率极低，而高创汇率的世界各大品牌则劲刮中国文化风，站在这样一个世界服饰发展趋向的全局的高度，我们可以清晰地看到确立民族文化、时尚创新、品牌市场，三位一体的设计理念的重要性。它是“中国气派、中国风格、世界时尚”服装设计的根本，是中国服装品牌化、中国服装产业提升的重要组成部分。其实这个理念一直就是中国有志向的服装人由来已久的探索与实践的内容。如今，它已经成为中国人的共识和服装业发展的一个重要方向。因此，在服装教学中确立民族文化、时尚创新、品牌市场的三位一体的服装设计教学理念，是时代的需要。服装院校的教学应当适应这一社会进程的需要，建立民族文化、时尚创新、品牌市场的三位一体的教学体系，并与社会的需求接轨，使具有“中国气派、中国风格、世界时尚”服装设计成为当今和未来世界服装文化的重要构成部分，使中国的服装业向创新大国与品牌大国迈进。

我们还要正确看待中国文化转型与中西服装文化相互影响和双赢的一面。我们应当以客观而又平和的心态来看待自己的文化和西方时尚文化在地球村环境中被相互接受、吸收而形成国际间服饰文化互动融合的事实。我们还应当正确看待西方服饰时尚中优秀的部分已被国人融化为自己的穿着文化、理念之中，这就是当今民族服饰文化与时尚文化必须围绕市场进行转型的现实。如图8，张志峰先生的“东北虎”品牌中的“华夏礼服”。

当下我们应当全面看待国际间多元服饰文化互动、转型、融合的现实背景，以正确的品牌观念与市场规律来推进中国风格的服装品牌建设，才能提升我们的服装品牌知名度和产业效益。我们还应当正确看待中国在“世界服装加工厂”与品牌“制造”中实力的积极的一面，以及在可能的情况下收购国外成熟品牌，培养成为自己的品牌。这就需要我们以正确的观念来确立三位一体的服装设计理念，使中国风格的民族服装成为中国的、国际的服饰时尚主流趋势之一，在国际上与西式服装设计构成比翼双飞的态势。



图8 东北虎“华夏礼服”

目前我国许多服装设计师，如中国服装设计界最高奖项“金顶奖”的殊荣获得者张肇达、武学伟、武学凯、刘洋、吴海燕、计文波、罗峥……“十佳”设计师张辛可、卡宾、王鸿鹰、祁刚、屈汀南……一大批设计师，