

国际流行时尚服装设计丛书

FU ZHUANG SHE JI CHUANG YI

服装设计 创意

——先导性服饰文化
与服装创新设计

梁军 著



化学工业出版社

国际流行时尚服装设计丛书

服装设计 创意

——先导性服饰文化与服装创新设计

梁军 著



化学工业出版社

·北京·

《服装设计创意》以先导性服饰文化理论为构架,结合大量图片和实践案例,展开对先导性服饰文化与服装款式结构设计、服饰文化与服装创新思维、服饰文化与服装创新设计表现等内容的分析和阐述;该书图文并茂,服饰文化与服装设计知识构架关联密切;以独特的原创设计进行模拟实践,从而分析阐述服装设计创新的文化脉络。撰写思路具有独特视角,对行业提升服饰文化创新设计有较强的启发性,对高校探寻新的教学思路也有一种新的借鉴和启迪。

希望本书能够给服装服饰行业服装企业经营者、服装设计师一种文化高度的思考与技术角度的指导。

图书在版编目(CIP)数据

服装设计创意:先导性服饰文化与服装创新设计 / 梁军著. — 北京:化学工业出版社, 2015. 5

(国际流行时尚服装设计丛书)

ISBN 978-7-122-23365-3

I. ①服… II. ①梁… III. ①服装设计 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第053752号

责任编辑:崔俊芳

装帧设计:知天下

责任校对:陶燕华

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:北京画中画印刷有限公司

889mm×1194mm 1/16 印张10 字数201千字 2015年6月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:59.00元

版权所有 违者必究



前言

服饰是文化的载体，而服饰中服装设计行为的艺术审美、技术手段运用，往往是与社会文化思想、科学技术的前瞻性引领有着密切关系，并由此形成先导性服饰文化。

在后工业时代的今天，服饰文化潮流的演变正逐步形成以多元性的吸纳与开放为统领，来影响服装设计风格、设计表现形式及技术手段的运用。这使得服装的表象越来越难懂，人们对服装传统概念的理解正在被置换。

在当今后现代主义思想方法和设计语境下，服装在尝试了强调纯粹性和功能性，逐步出现了繁复多变、丰富多彩的局面，服装开始向装饰性、修饰性和历史风格上的折中主义回归。传统的服装设计理念被多元化、模糊化、不规则化，且不断吸收亚文化服饰中奇特、怪异元素的前卫性设计观念，反映在服装上就是造型的多变、表现手法的新奇怪异。当代服装正是以这种不同的着装方式、不同风格混搭的个性时尚，彰显着先导性服饰文化在新世纪的社会表征性意义。

先导性服饰文化观念与服装设计艺术、技术是当代服装发展的重要因素，代表着当今服装业科学、先进的设计思想与技术手段。先导性服饰文化观念能够使设计的形象化思维与技术的逻辑性思维有机结合。对先导性服饰文化观念与服装设计艺术和技术的研究、咨询、推介，能够更广泛引导扩展国内各种规模层次的服装生产经营者和服装设计者对服饰文化及相关理论的重视，从而具有前瞻性服饰文化高度，开展对服装品牌的培养，提升产品文化内涵和服装品质，学习掌握新技术、拓展设计思维、引发创新设计，逐步使国内服装行业能够在高起点的服饰文化氛围中得到发展。同时，还能够给高校服装设计教学思路以新的启示，从服饰文化引领性作用去分析运用相关服装设计知识技能，以培养能够胜任服饰文化产业创意的高端人才，而不仅仅是培养掌握一些服装设计知识技能的从业者。

本书选题源于吉林省文科基地重点招标项目，相关研究内容经过几年大量的案例实践、理论总结和提炼，最终形成以先导性服饰文化理论为支撑的服装设计与技术应用、服装设计创新的研究成果。项目研究过程中，除课题组成员不懈努力，部分研究生也积极投入到项目研究中，特别是2009级研究生王超、2010级研究生包阔，他们在项目研究中设计制作了许多有特色的范例、范围，还参与了部分章节的资料收集和整理工作。

本书图文并茂，具有可借鉴的丰富范例，构成了本书独特的撰写视角。希望本书能够给服装服饰行业的企业经营者、服装设计师一种文化与技术高度的思考；同时也能够为高校服装设计教育思路提供一种新的借鉴和启迪。

梁军

2015年2月

目录

001 第一章 先导性服饰文化与服装设计

- 002 第一节 先导性服饰文化概述
- 002 一、先导性服饰文化与服装业
- 003 1.后现代主义思潮与先导性服饰文化
- 004 2.先导性服饰文化内涵
- 005 3.先导性服饰文化对服装业的影响
- 007 4.未来服装业发展趋势
- 009 二、先导性服饰文化特征
- 009 1.文化的多元性特征
- 015 2.超前的概念性特征
- 018 3.时尚新潮的可传播性特征
- 019 第二节 先导性服饰文化服装设计理念
- 019 一、设计理念主体趋向
- 019 1.服装设计的文化性
- 020 2.服装设计的前卫时尚性
- 020 二、服装设计表现形式
- 021 1.服装的款式造型表现
- 023 2.服装相关元素表现
- 024 3.服装的材料表现

026 第三节 先导性服饰文化与服装工艺技术

- 026 一、自由灵动的服装结构
- 027 1.服装结构基本分类
- 028 2.服装结构中的省
- 029 3.服装结构与解构
- 030 二、精美幻化的服装材料及工艺
- 030 1.服装材料的推新与再造
- 031 2.高新技术创造的工艺品质

033 第二章 服饰文化与服装结构、面料的设计

034 第一节 服饰文化与服装结构设计

- 034 一、服装基本结构设计
- 034 1.原型基本结构
- 039 2.原型常规基本结构设计
- 040 二、服装结构的个性化设计
- 040 1.结构的特异性变化
- 041 2.原型非常规结构设计

043 第二节 服装结构与面料设计

- 043 一、平面原型结构的设计
- 043 1.设计意图结构分析
- 043 2.运用原型变化制板
- 044 3.纸样、坯布试型
- 044 4.样衣试缝、假缝

046	二、立体结构造型设计
046	1.立体结构造型设计程序
047	2.立体结构造型板型整理
047	3.试型与假缝
049	三、面料的二次改造设计
049	1.面料肌理样态改造设计
051	2.面料图案形态改造设计
052	第三节 服装设计技术美与艺术美
052	一、服装设计的技术美
052	1.服装设计技术美的内容要素
055	2.服装设计技术美的形式要素
058	二、服装设计的艺术美
058	1.服装设计艺术美的内容要素
061	2.服装设计艺术美的形式要素
065	第三章 服饰文化与创新思维
066	第一节 创新思维
066	一、创新思维的产生
066	1.生活方式与创新思维
068	2.审美意识与创新思维
069	3.服饰文化引发的创新思维

070	二、创新思维与服装创新设计
070	1.创新设计内涵
071	2.创新设计特征
075	第二节 创新性思维及其设计方法
075	一、创新思维方式
075	1.发散性思维方式
076	2.收敛性思维方式
077	3.逆向思维方式
078	4.柔性思维方式
078	5.虚拟性思维方式
079	二、创新性思维设计方法
079	1.物形结合法
080	2.联想拓展法
080	3.整体与局部法
081	4.逆向反对法
082	5.极限夸张法
082	6.转移变更法
083	7.形量增减法

085 第四章 服饰文化与服装款式、结构创新设计

- 086 第一节 服装款式造型创新设计
- 086 一、服装款式外造型设计
- 086 1.款式造型风格
- 087 2.款式廓型形态类别
- 088 二、服装款式内造型设计
- 088 1.款式内造型的构成要素
- 089 2.款式内造型设计分析
- 090 第二节 服装结构创新设计
- 091 一、服装基本型结构创新设计
- 091 1.原型省位转移变化设计
- 093 2.原型省转移与褶、裥的变化设计
- 095 3.原型省转移与分割的变化设计
- 097 二、服装基本结构延展创新设计
- 097 1.原型省与褶的延展设计
- 098 2.原型结构综合延展设计
- 102 三、服装款式与结构的创新设计
- 105 1.常规款式与结构创新设计
- 113 2.非常规款式与结构创新设计

121 第五章 先导性服装创新设计

- 122 第一节 先导性服装创新设计及其价值意义
- 122 一、国内外创新设计作品简析
- 122 1.创新设计相关作品
- 125 2.创新作品结构分析
- 129 二、先导性服装创新设计价值意义
- 129 1.开发新产品的价值
- 129 2.时尚趋势引导的价值
- 130 3.服饰文化发展的价值
- 132 第二节 先导性服装创新设计探索
- 132 一、创新设计作品表现形式探索
- 132 1.作品的设计理念
- 134 2.设计作品的表现形式
- 136 二、创新设计作品款式结构与工艺研究
- 136 1.作品款式结构设计研究
- 152 2.作品工艺制作研究
- 154 参考文献

|第一章|

先导性 服饰文化 与服装设计

所谓先导性服饰文化，是源于当代服饰文化受后现代主义思潮影响，越来越多地渗透融合了当代艺术的意识观念，从而呈现出一种设计行为具有艺术表现前瞻性的文化倾向。由于后现代主义体现了以艺术为先导的文化思想，因而，它也就成为当代服饰文化发展的前沿性先导理念。

在后工业时代的今天，服饰文化潮流的演变正逐步形成以多元性的吸纳与开放为统领，这使得服装设计创新往往显现出反常规的颠覆性。因此，进一步通过对先导性服饰文化观念及其影响下的服装设计风格、表现形式、技术手段的研究，能够更广泛扩展国内服装设计者的设计思维，提高创新意识，从而使服装设计艺术与技术在其先导性服饰文化观念的作用下互融升华。

第一节

先导性服饰文化概述

20世纪，人们经历了战争、冷战、环境污染、资源枯竭、核威胁、人口膨胀等问题。同时随着世界经济快速持续的发展，各种高新技术的不断出现，使商品的更新换代不断加快，一切事物都变得短暂易变。人们发现，虽然生活在商品与物质充裕的世界中，但个人的情感与心理上的满足却越来越少，人们开始对现代工业社会发展前景产生质疑，一种怀念和追忆前工业社会生活方式，生活环境的怀旧情结与新文化背景下的矛盾心理由此形成。因而，由后工业时代的社会文化思潮（即反现实的后现代主义思潮）统领的标新立异的服饰文化现象便得以蔓延。

一、先导性服饰文化与服装业

从人类服饰文化的发展途径可以看出，服饰变化其中一个重要方面，通常与那个时代主要文化艺术潮流有着密切关系，并且对服饰文化的发展起着主导作用。相反，服饰的变化也直接反映了盛行于那个时代的各种社会艺术思潮以及当时人们的思想、意识形态及处世哲学。例如，16世纪欧洲受到文艺复兴思潮的影响，掀起了一股复古热潮，人们对古典服饰产生了浓厚的兴趣，服饰呈现出古典艺术风格；17世纪的“巴洛克”艺术风暴，使原用于装饰建筑中的流畅线条、艳丽色彩、复古造型和追求神韵感的艺术风格融入了那个时代的服

饰中，成为当时西方时尚的主导；18世纪“罗可可”艺术思潮，使服装呈现出越来越复杂的古罗马宫廷式样；18世纪末19世纪初的新古典主义兴起之前，这种服装繁缛的装饰达到了登峰造极的程度。由此看出，不同时期的社会文化艺术思潮对人类服饰文化发展的影响和促进，使其形成了不同时期的服饰风格。而当代的服饰文化是以后现代主义文化艺术思潮为先导，引领着当今服饰文化的发展方向。

1. 后现代主义思潮与先导性服饰文化

后现代主义文化思潮不是一个具体的风格流派，而是包括思想意识、思维观念、行为方式、生活态度等方面的变化所形成的具有时代性的文化意识理念，它最初发端是从哲学、美术方面显现，继而扩展至艺术、文学、宗教、建筑等各个领域。后现代主义文化意识观念更为突出地表现在艺术领域，强调从任意艺术、反艺术、反文学、自我破坏等方面来阐释艺术的发展，具有多元性与复杂性。自20世纪初，马塞尔·杜尚以小便器命名展出的现成品美术作品《泉》之后，这种后现代主义的艺术思潮在西方得到更为广泛的传播，并逐渐波及整个艺术设计领域，由此而被人们称为后现代设计。

后现代设计最初是在西方建筑设计方面，是通过对现代主义设计的反对所体现出来的。它推崇设计形式要打破传统功能主义设计观念的束缚，强调物品的装饰性，展现出与功能主义完全不同的新设计理念。这种设计思想经过发展、传播、渗透并放大，涉及的范围越来越广泛。正如英国牛津大学教授泰瑞·伊格尔顿在其著作《后现代主义的幻象》中所说“后现代主义是一个复杂而范围广泛的术语，它已经被用来涵盖从某些建筑风格到某些哲学观点的一切

事物。它同时是一种文化、一种理论、一种普遍敏感性和一个历史时期。在文化上，人们可以把后现代主义定义为对现代主义本身的精英文化的一种反应，它远比现代主义更加愿意接受流行的、商业的、民主的和大众的文化”。后现代设计宣扬的是文化多元论，强调开放性与变异性，推崇高技术、高情感，强调以人为本，遵循人性经验的主导作用，以及个性化、散漫化、自由化的思想方法，也遵循形式的多元化、模糊化、不规则化，带有此中有彼、彼中有此的双重译码，同时还强调历史文脉、意象及隐喻主义的设计语言。服饰文化中的后现代设计倾向，出现于西方20世纪60年代，并经过70年代、80年代的进一步发展，而逐渐成为当今服装设计时尚趋势的主流。

服饰文化的后现代主义代表了当下人们的思想意识形态，服装不再受单一服饰文化观念和服饰风格流派的限制，而是多种服饰观念、现象和风格的共存。如解构主义、朋克、民族性、街头文化等，这些代表着先导性服饰文化观念的设计风格形式，在当今社会多元文化的融合互促中，得到了更进一步的发展。

2. 先导性服饰文化内涵

服饰从诞生以来与文化之间就是形影相随，它是人类物质创造与精神的聚合体，是人类文明、社会文化的重要组成部分。服饰既是一种物质外壳，也是人的自我意识和自我观念的外在表现，并且这些意识形态受不同文化和地域的影响。

在不同的民族和人群中，服饰文化有着不同的特征表现；在相同的民族和人群中，服饰文化也有不同的特征表现。如在具有相同的生存条件和文化背景的群体中，人们的生活方式、感情方式、认识方式、行为方式和评价方式可能是相同的，服饰文化特征表现为群体的趋同，呈现出连续性与稳定性。但随着社会的发展，人们进入了信息时代的今天，不同群体之间文化交流在不断进行，人们的群体趋同特征也在发生变化，这也就导致了着装方式、服饰式样和服饰观念的变化。人们的自主着装意识苏醒，自身成为服饰的主宰者，开始摆脱权威和传统去追求个性，在这种个性心理的驱使下，服饰表现出前所未有的多样化形式，服饰的流行也呈现出多元化的格局，服饰文化的模式和观念则有了本质变化，对过去的东西开始重新认识、逐步更新。

服饰文化是具象的服装与饰品式样，以及人们对待这些服装与饰品式样的认识观念与着装方式，它们一方面构成了服饰文化表层，另一方面构成了服饰文化的深层。服饰文化承载着特定背景的社会文化，是对这种特定背景社会文化的价值观、世界观、人生观、生活信念、生存态度等意识形态的反映。因

此，服饰文化作为一种很深地植根于特定文化中的社会活动的一种表现形式，有着与社会文化和社会背景相对应的现象，它的形成不是任性的和不可捉摸的，而是反映着这个时代的思想、折射这个时代精神的一面忠实镜子。

就服饰来讲，服装与饰品本身就是人类物质和精神文明的成果，人类又利用这一成果创造出了新的服饰文化模式，成为凝结在人类社会中新的一层的物质形态，继续体现着人的物质和精神的整体形象。从其发展进化过程中可以看出，人类把服饰作为一种大众化的、鲜明生动的传播体，传播着人们在不同社会文化与背景的影响下所产生的服饰文化观念。这种所传播的服饰文化观念具有很强的穿透力，能渗透到社会的各个领域，包括政治、经济、娱乐、艺术和科技等各方面，并在此众多领域中以不同的审美形态体现着这种服饰文化观念。同时服饰文化又是一门发展的艺术，它所体现的形式和内容上与传统文化有着必然联系，但又不受其约束和控制，而在这个基础上与社会文化背景的契合，使之得到了更大的拓展与延伸。

因此而言，先导性服饰文化观念是一种开放性的、多元化的、非固定的和大众易接受的服饰文化样式，与以往传统服饰文化相比带有序、非规范的语式。它是把服装与当代社会思想意识形态结合起来，通过服饰传导最新服装潮流与社会文化思想。它不局限于传统经典美学的范式，也不受制于某一服饰风格流派，先导性服饰文化观念具有相当的包容性和融合性。

3. 先导性服饰文化对服装业的影响

先导性服饰文化中所包含的相关技术层面,可以说也是当代服装发展的重要因素,它代表着当今服装业科学、先进的设计思想与技术手段,先导性服饰文化观念能够使设计的形象化思维与技术的逻辑性思维有机结合。对其相关研究、咨询、推介,能够引导各种规模层次的服装生产经营者对服饰文化相关理论的重视,学习掌握新的技术,提升产品文化内涵和服装品质,从具有前瞻性服饰文化高度开展对服装品牌的培养,逐步使国内服装行业能够在高起点的服饰文化氛围中得到发展,并由此催生出更多优秀的本土品牌。

(1) 从不同地域服装业发展看先导性服饰文化

我国的服装行业起步较晚,与发达国家相比,无论是设计意识还是服装工艺技术等方面都存在较大差距。改革开放以来,我国南方诸多省份依托地理位置优越条件,从最初国外流入国内的服装样式和工艺技术上进行模仿,继而通过走出去请进来进一步学习、吸收、借鉴,以及与国外企业的合作办厂,使服装设计理念和相关技术在这些省份得以运用和提升,因而使南方诸省的服装业得到了快速发展,由此也带动了整个区域经济的迅猛发展。

分析南方诸省服装产业的快速发展,其深层的原因,应该是与服饰文化观念较新、能够积极打造知名产品有着重要关系。一个好的服饰文化环境,必然会培育出好的品牌,而名牌产品增多也必然会更大地提高产品附加值,给企业带来更好的效益,从而拉动整个区域

经济的发展。反观北方经济发展滞后于南方的状况,特别是东北三省,很少有颇具规模的服装企业和知名的成衣品牌,各类商场中销售的服装成衣90%来源于南方省市。可以这样讲,由于东北长期以来一直是重工业发展基地,轻工业较落后,地理位置上又处于内陆,这种条件、环境的先天不足,从客观上严重制约了有规模的成衣生产产业的发展。

服装业的发展,整体上来说,一方面与地方总体工业经济发达与否有关,而另一方面则涉及服饰文化软环境的建设。服饰文化软环境包括培养打造一些有规模的知名企业和品牌。但打造知名企业和品牌不仅仅是靠设备和加工能力的硬指标,现代服饰文化理念与技术,以及服装高品质时尚意识都是不可忽略的重要因素。纵观国内服装业发达的省市,在宣传扩大品牌知名度时,往往是以企业打造知名设计师所代表的服饰文化形象推出时尚高端品牌,并通过参与国内一些影响性较大的时尚活动引起媒体关注,进行广泛报道,从而扩大品牌知名度和影响力。

(2) 从高级定制来看先导性服饰文化

在现今服装业的发展中,一种新兴的体验经济理念下的高级定制,将作为服装业一个新的经济增长点。“高级定制”即为量体裁衣,这种手工缝制传统的服装消费主流又开始回归,不过今天的“量体裁衣”已经成为一种高品质的定制,可手工缝制,也可走上工业流水生产线,融入工业化大生产流程。当都市白领个性化消费需求膨胀起来,定制几乎成了身份和品位的特别体现,这

种高级定制已经在一些正装品牌专卖店和高级写字楼、高级酒店中悄然兴起。尽管定制短期内尚不能成为一个占绝对销售份额的主流消费模式，但必然成为今后服装消费市场的一颗耀眼明星。

当今的高级定制的量体裁衣，其文化特征也越来越渗透着体验设计的宗旨，其形式是对传统思维的超越。现代服装的高级定制，从技术品质层面上带有法国高级时装定制的印记，但它更加以人为本，在强调满足顾客理性需求的同时，更强调满足顾客的感性需求——自我实现的渴望，使顾客能在拥有服装的同时拥有一段难忘、愉悦的经历。所以，在这种情况下服装设计的目的就不仅仅是为顾客提供高品质的服装，还要更多考虑如何在服装中增添一些人文情感所需体验的成分。因而，当今服装高级定制的境界，即是服装高级定制体验设计。服装高级定制体验设计的服务，优于现阶段我国工业品牌成衣及传统量体定制，它是满足顾客感性需求，渴望自我实现的最佳载体。此外，服装高级定制体验设计服务也更注重流行要素在产品上的集合，这些要素包括面料、辅料、款式、图案、搭配、结构、工艺等，虽然这些流行要素的应用无法使其量化，但设计师与顾客互动以感知获得的流行特征，可以从多方面派生出产品的时尚精神并体现着先导性服饰文化的内涵。

服装高级定制体验设计是源于体验经济，体验经济是指生产者以服务为舞台、以商品为道具，为消费者创造出难忘感受的经济形态，是一种开放式互动经济形式，主要强调商业活动给消费者带来独特的审美体验，其灵魂和核心是

主题体验设计。在传统经济里，人们主要注重产品的功能和价格，但随着体验经济时代的到来，消费行为已有了诸多变化——从生活与情境出发，塑造感官体验及心理认同，成为产品和服务新的生存空间。在体验经济时代，人们购买服装不仅仅是为了服装产品的功能或价格因素，已经从单纯追求理性价值上升到对理性价值和感性价值的双重需求；顾客对服装的需求已经超越了传统意义上的产品和服务阶段，他们更希望设计师通过服装设计为他们带来情感和文化的体验。在国外，这种服装体验设计已经发展得相当成熟，当今国际很多社会名流、明星不惜重金在大牌设计师主持下的工作室定制高级时装，可以说这已成为一种时尚，它是许多国际大牌树立品牌形象、推介产品的重要手段。

服装高级定制体验设计是近些年被引入国内的，在一些大城市中已有了良好的发展势头，用著名设计师郭培的话：“是服装带给顾客的内心快乐，改变或影响了他们的生活”。这其中服装带给顾客的内心快乐，正是体验设计理念为其创造了高附加值的品牌效应。因此说，品牌效应及经济前景是靠产品的好品质所带来的知名度和美誉度来营造，美誉度是品牌的价值所在，美誉度越好，说明受顾客欢迎的程度越广，美誉度与经济效益成正比。因而，可以说，服装高级定制体验设计是吻合现代人们生活方式，能够触动人们感觉、感知，具有人文精神理念内涵的新的经济形式和文化现象，这种经济形式和文化现象将具有无限广阔的发展前景。

4. 未来服装业发展趋势

未来服装业的发展,将会随着科技的进步带来更大的发展活力和更多的发展机遇。未来服装行业,高新技术应用将较为广泛,对行业外部科技进步也会比较敏感。在已逐步实现的服装业“工业化+信息化”结合过程中,信息化技术针对服装行业的专业开发已经开始,信息化在国内服装业的应用也越来越普遍,专业程度越来越深化。如无线射频等技术在服装领域的应用将优化革新服装供应链结构,使我国服装产业通过效率、质量、服务手段的比较优势得以提升。信息化技术的全面推广和深入应用,势必会给传统服装业带来变革,加速行业的创新发展。此外,在服装生产过程中智能化设备将会大幅度提高劳动生产效率,机械、电子高新技术的运用,能够使国内服装加工业的国际竞争力得到进一步增强。同时,以强化行业自主创新和吸收再创新能力,加大科技创新的投入力度,将会有效提高服装行业科技研发的整体水平,使科技成果转化应用普及率得到较快提速。在自主创新方面,以企业为主体,以产业链科技发展为基础,以产学研结合为依托,在关键共性技术和核心技术方面实现新的突破。

(1) 资本较量

“资本”将是企业最重要的资源之一。经过品牌培育期,市场上已经形成了一批发展10年以上、比较成熟、有一定品牌核心竞争力的企业团体,这些企业是大浪淘沙后留存下来的金沙,再次走到同一个竞争层面上,接受市场的再一次“提纯”。未来企业竞争将不再局限

于产品竞争层面,而是企业整体资源之间实力的较量,资本为王的时代和资本整合的时代即将到来,未来的企业都将面临整合与被整合的课题。为了抢占资本先机,也为了在资本战中更好地保护自己,企业上市将成为很多公司融资的主要手段之一,服装板块上市公司数量会快速增加。随着更多公司的上市,服装行业将进入“大企业”发展时代。

(2) 消费观念和购销模式的转变

都市新一代消费者有着“喜新厌旧”的消费倾向,更多消费者宁可多买几件时尚的“便宜货”,也不愿买一件“含金量”很高但价格不菲的服装。服装如手机,从买来的第一天起就开始贬值,时尚程度越高的产品贬值速度越快,保值的最佳方法就是小投入和快速淘汰。真正高品质低价位的“快时尚”离我们越来越近,以美特斯·邦威为代表的众多国产品牌已经进入“快时尚”轨道,但当下国内在高效物流系统、专业仓储运输、无线射频识别、逆向物流等高新技术环节仍不能达到“快速流动”要求,设计更新、市场促销等仍需与消费者进一步磨合。迎接“快时尚”时代的真正来临,还需要使市场细分、文化提升,并创造新兴市场和新的消费模式。

“网购”占销售比重将迅速提高。近年来,从国际奢侈品牌到“手工作坊”都在忙着开辟网上业务,从自建品牌官网到淘宝网专卖店,形式多样。互联网已经成为年轻一代生活中不可或缺的重要组成部分,3G、4G技术的普及应用,网上支付的便捷可靠等,更

为“网购”推波助澜。

（3）高附加值的个性化消费

高附加值的个性化消费，在网络越来越发达的今天，网络服装设计将逐渐成为主流。在越来越专业化、全球化的生产经营模式下，企业基于网络的CAD系统可以实现数据的共享和标准化，产品的并行设计也将为CAD系统的高效快速提供支持。为有效提升市场规模及产品利润，服装CAD与电子商务的融合是必然的趋势。一种基于Internet的服装企业远程数据传输和监控系统即将问世，也为服装设计网络化和服装企业信息化提供了有效的技术支撑。在这方面，国外公司已经开始了有效的尝试，并取得了相当的成绩。目前国外市场上的在线三维服装CAD的应用主要有两种：一种是用于精确的量身定做，该业务利用互联网通过远程控制实现，使人足不出户就可以接受世界一流设计师利用辅助设计系统的高效服务。这种基于网络的服装设计系统以美国、英国、法国、德国、日本、瑞士的较为先进。另一种是用于直观的模拟试衣，即通过对顾客体型的三维数据采集，进行互动式的服装设计，之后再生成相应的平面服装样片加工成所需的服装成品。这类业务也是利用互联网进行基于电子商务的远程操作实现。现在美国的Land'send公司在互联网上就可建立顾客的人体虚拟模型，通过顾客在自己电脑终端上的简单操作，可以试穿该公司所推出的服装，从整体以及各个角度观看自己穿上某套服装的视觉效果。另外，该系统还可进行立体互动设计，直到顾客满意。现在美国、日本、瑞士等国家研究开发的三维服装CAD软件已基

本能实现三维服装穿着、搭配设计并修改，反映服装穿着运动舒适性的动画效果，模拟不同布料的三维悬垂效果，实现360°旋转等功能。其中有美国CDI公司推出的Concept3D服装设计系统、法国力克公司的3D系统、美国格伯公司的AM-EE-SW3D系统、加拿大PAD公司的3D系统、日本东洋纺织公司的3D系统等。我国在服装的先进技术的应用方面起步较晚，在这一领域的研究已取得初步进展，实现了仿三维CAD设计，但离国外的技术水平还有较大距离。目前国内只有少数几个公司和高校开始了服装三维覆盖模式款式试衣系统的开发，且仅有部分软件进入了商品化阶段，在这方面，中国的服装业还有相当大的发展空间和广阔的市场前景。

（4）服装相关行业的设计开发

服装相关行业的设计开发，其实质就是人们用以遮羞避体和塑造个人形象的同一类物品，由此从头到脚都应包括在服装行业范围内。比如现在的市场结构，总是自然而然的发展为成衣商铺与鞋帽、饰品、箱包等商铺相互混杂的局面，究其原因就是这些都是服装行业不可分割的元素。现在的服装制造业由于资金、技术等限制，人为地将它们割裂开来，从而造成了某某裤业、某某鞋厂等。但是到了市场，它们还是不约而同地聚集到了一起。那么在技术高度发达的今天，资金雄厚的大企业完全可将它们有机地整合到一起。一旦时装、成衣设计与鞋帽、饰品等结合起来，其必将产生“1+1>2”的系统整合效应。在商铺里，不是由客户自己翻来覆去地思考如何搭配，而是由设计师事先推出一套一套的整体方案，然后在这些方案的基

础上再进行微调,这样很容易满足客户的各种需求。对于那些具有一定社会地位、经济条件比较好的客户,企业则可以向他们提供高附加值的个性定制,通过高度发达的互联网技术,实施在线服装设计。专业化的设计指导加上充分互动的购买方式,便可以在最大程度上满足其个性化的需求,同时为企业带来丰厚的利润。

(5) 着眼未来的品牌建设

南方某服装商会会长认为:“消费者越来越看重品牌的设计,同质化的产品已经没有竞争力,注重个性化的品牌需要更加专业化的设计”。着眼未来的品牌设计,必须以专业化的设计水平加上细致化的服务质量,再加上职业化的创新能力,三者合为一体,创造高附加值的尖端设计,才能共同推动企业的大船向着品牌的财富之岛全速前进。只满足于产品经营的加工型企业,什么时候也成不了领导潮流的服装业航母,必须将企业的战略中心转移到“品牌经营”上来。品牌经营要以服饰文化为基础,以先导性服饰文化观念统领服装设计为核心,并以此开发产品来带动服装产业及相关行业的发展,只有这样才能使品牌的经营不断迸发出勃勃的生机,获得源源不断的发展动力。同时还要在现实空间和虚拟空间发展品牌,扩大影响。在现实中,要建立高品位的商铺,吸引顾客称心满意的消费;在网络上,要建立专业化的网站,实施在线服装设计,以专业化的设计与具体客户充分互动,来打造超一流的服装品牌,使服装品牌成为代表地域行业经济发展的名片。

二、先导性服饰文化特征

先导性服饰文化是在服饰文化的逐步发展中形成的,它涵盖当今服饰时尚各种文化理念,推崇后现代主义高新技术,强调以人为本的人性经验的主导作用,遵循时空的统一性与延续性,历史的互渗性,以及个性化、自由化的思想方法和多元化、不规则化的形式,同时注重历史的文脉、意象及隐喻主义的设计语言。因其不局限于某一种形式并以最前沿的物形媒介表现人们的思想意识和社会形态,故先导性服饰文化具有文化的多元性、超前的概念性、时尚新潮的可传播性等特征。

1. 文化的多元性特征

先导性服饰文化受后现代主义文化思潮的影响,形成了宣扬开放性、变异性及个性化、散漫化、自由化的思想方法,强调文化多样性、模糊化、不规则化和隐喻、意向的设计语言。这种文化多元性特征在服装上表现为各种文化思想和艺术流派的融合渗透,如嬉皮、朋克、波普、欧普、材料艺术、装置艺术、街头文化、民族民俗文化;繁复多变、丰富多彩的解构主义表现形式,以及在服装服饰历史风格上的折中主义回归等。而这种文化的多元性特征,以波普、欧普、朋克、街头文化等文化元素的解构性运用最具代表性。

解构是源于解构主义,解构主义是在后现代主义文化思潮的影响下产生的一种激进反传统的思想倾向,它实质是对结构主义的破坏和分解。“解构”单从字面上理解,“解”意为解开、分解、拆卸,“构”意为构成、组合,结



(a) 胡赛因·查拉扬解构风格服装



(b) 川久保玲解构风格服装

图1-1 解构风格服装

合在一起意为解开之后再构成。它并非彻底瓦解作品中原本的意义，而是要将其解开，分析出其他意义，使一种意义不压制其他意义，让多种意义共生并存。进一步说就是打破一个固定模式，开创出多种多样的可能性，得出标新立异、活泼恣肆、令人耳目一新的结果。解构主义通常是运用现代主义词汇，却又颠倒、重构，既有词汇间的关系，又从逻辑上否定传统的原则，用分解的观念来打碎、重组，重视个体和部件本身，反对总体上的统一，创造出一种破缺不完整和不确定感。解构不单单是指服装的结构，还包括对社会模式和大众传媒中有关性别、地位、经典等流行套路的解构；对正统原则以及正统标准的批判和新的诠释。

解构在服装设计上，常把正常的服装结构打乱、打散，重新组合出新奇的服装结构造型，或是省略掉服装某一部分结构而强调另一部分服装结构，形成一种时尚、前卫的个性风格。解构并非无章法的乱来，也同样应该是经过反复推敲而确定的设计。例如胡赛因·查拉杨，他是解构主义服装风格的主要代表人物之一，他认为“在肉体的性感和空间之中，我们用自己所穿的和所动的体现出我们的文化”。他的服装是机智、思考的，将服装外轮廓和内结构随意地切割、组合，表现出对传统服装概念的反讽和嘲弄。再如日本服装设计师川久保玲，凭借着她最重要的设计观念——解构，设计出了具有颠覆性结构的服装，在国际服装舞台上引起了轰动，并且这种影响还一直延续至今天（图1-1）。