

高情感表达在服装产品设计开发中的应用

梁敏

(广州美术学院, 广州 510006)

摘要: **目的** 探讨高情感表达在服装产品设计开发中的意义和实现手法。**方法** 解释高情感的含义, 阐述高情感表达在当前全球化、快时尚背景下的重要意义。在此基础上, 结合服装及服饰产品的设计开发实例进行深入分析, 探讨在当代服装产品设计开发中实现高情感表达的方法。**结论** 在科技飞速发展的现代社会, 高情感价值的体现日益受到重视。服装中的高情感表达符合人们的心理和精神需求, 能引起消费者的情感共鸣, 赋予产品更为深刻的设计内涵, 并为当代服装及服饰产品的设计开发提供更为广阔的思路。

关键词: 高情感; 服装产品设计; 设计方法; 设计应用

中图分类号: J523 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)16-0048-04

Application of High Touch Expression in Fashion Design and Development

LIANG Min

(Guangzhou Academy of Fine Arts, Guangzhou 510006, China)

ABSTRACT: It explores the significance and methods of high touch expression in fashion design and development. It explains the meaning of high touch and expounds the importance of high touch expression under the globalization and fast fashion background. On this basis, it analyzes some fashion design and development cases and discusses the methods of high touch expression in fashion design and development. In modern society in which science and technology are developing rapidly, people pay increasingly attention to high touch expression. High touch expression in fashion design and development meets the spiritual needs and causes the resonance of consumers' emotion. It can not only give fashion more profound connotation but also provide new ideas for contemporary fashion design and development.

KEY WORDS: high touch; fashion design; design methods; design application

随着科技的发展, 人们的生活方式和消费需求也在发生着变化。在快节奏的现代生活和紧张激烈的社会竞争下, 人的真实感受往往被忽略, 因此, 人们对情感回归的渴望、精神愉悦的追求、个性服务的期望与日剧增。当代服装产品的设计开发不仅要做到设计良好、功能优越, 而且还需要借助情趣盎然的情感诉求来激起消费者的情感体验, 进而引发共鸣和认可^[1], 高情感表达成为服装产品设计开发的新趋势。

1 高情感的涵义

著名的未来学家 John Naisbitt 首先提出了“高情感”的概念并指出: 当社会引入新技术时, 高情感也必然作为一种起平衡作用的人类反应同时出现, 否则这种新技术就会被排斥。社会中的高技术越多, 就越想要创造出高情感的环境, 这种对高情感的补偿性的需求无处不在。人们必须学会在技术的物质奇迹和人

收稿日期: 2016-04-15

作者简介: 梁敏 (1973—), 女, 广东人, 广州美术学院讲师, 主要研究方向为服装设计。

性的精神需求之间取得平衡^[2]，既要承认技术是人类文化进步必不可少的部分，同时又认为艺术、故事、戏剧、宗教、自然与时间都是技术进步中同样重要的部分，因为它们能滋养灵魂、满足渴望^[3]。

2 当今时代背景下服装高情感表达的重要性

2.1 全球化的影响

20世纪80年代以来，以经济全球化为核心，涵盖政治、科技、文化、军事、意识形态等多层次和多领域的全球化进程席卷而来，全球化已成为当代最主要的时代特征之一。在全球化的背景下，当今的服装业也成为了跨越种族和地域的全球化产业。跨国服装集团选择低成本地区购买原材料，然后运送到劳动力充裕、用工成本和库存成本都相对低的地区进行生产和加工，通过低价采购和廉价劳动力生产获取利润。在这一过程中，各民族的风俗习惯和文化传统不断被侵蚀，大型跨国集团创造的潮流和产品成为了时尚的风向标。长久以来，各地域、各民族的人们一直在一个与之相适应的地理、气候、经济环境系统和由此积淀而形成的行为、习俗、心理、价值观念等精神层面上传承和创造着文化，这一演进过程决定性地塑造了一个民族的特性、气质和精神^[4]。然而，在全球化的冲击下，当前许多国家、地区、民族原有的文化传统逐渐被解体和丢失。如今，全球化对民族文化生态造成的破坏日益引起人们的重视和反思，越来越多的消费者希望在全球化的浪潮中，寻回自己的民族个性和文化个性，对民族文化情感需求的表达和体现成为了当代服装产品设计开发的重要方向。

2.2 快时尚的冲击

时装属于大众流行文化的范畴，当今服装产品的快速更新和国际化的供应链大大加强了当代服装的快时尚特点。人们对服装的需求和更换速度体现出前所未有的热情，服装进入了快速消费的阶段，快时尚品牌以大众的品位、低廉的价格和快速的反应成为大众消费的引领者。快时尚服装品牌不同于传统服装品牌，它们往往更追求款式时尚而非服装质量，通过快速更新产品、快速投入市场以及快速响应市场，不断刺激消费者的购买欲望从而获得持续的商业利润^[5]。在快时尚的引导下人们频繁地购买

新的时装产品，同时在穿过一段时间后就将它们丢弃。随着人们对快时尚的反思，服装产品快速被淘汰和更替的现状以及“用完即弃”的消费态度受到了越来越多的质疑，与之相对的慢时尚生活理念和生活方式成为新的导向，设计师在服装产品的开发中更多地引导人们将关注的目光由注重产品数量转向注重产品的内在品质，从自身的实际需要出发，关注自我真实的情感需求和情感表达。

2.3 可持续发展的要求

随着全球气候、环境的不断恶化，可持续发展问题成为了21世纪人类社会所面临的中心问题。世界各国对“满足当代人的需要又不损害后代人需要的发展”这一可持续发展理念达成了共识^[6]，所有的人类活动以及人类社会发展的产物都必须从可持续发展的角度进行审视与衡量，服装产品的设计开发当然也不例外。符合可持续发展要求的新型服装产品能满足消费者追求自然、舒适、健康、环保的情感需求，体现人与自然的和谐与平衡，日益受到消费者的喜爱和拥护。服装设计师和服装企业应该将可持续发展的观念贯穿于服装产品的整个产品生命周期中，充分考虑从原材料选择、款式及结构设计、工艺制作、生产流程、包装运输、销售、使用、洗涤到产品废弃回收处理的全过程对人体和环境产生的各种影响，持续关注绿色生态纺织品的应用、劳动力的保护、纺织品和服装的碳足迹、能源的可持续发展以及现有资源的循环利用等问题。设计和开发对环境亲和、对人体无害的服装产品，既符合消费者的高情感需求，同时又是设计师和服装企业应当负起的社会责任。

3 高情感表达在服装产品设计上的体现

工业化大生产给人们带来了高效和便利，同时也带来了同质化乃至同一化。“从人类文明的历史进程来看，多样性是文化自身发展的规律和属性，不同的自然环境、生产方式和历史传统孕育出不同类型和风格的文化”^[7]，这种多样性体现着不同的地域特征、社会条件、生活方式和价值取向，是人们对生命意义、情感需求差异化的表达与依托。服装是社会文化的表征，人们借由服装的穿着来表达其精神需求以及对某种文化心理的认同。服装设计师借鉴不同的文化元素，将丰富多彩和具有鲜明文化特

征的造型、色彩、结构、图案、装饰等融入服装产品的设计开发中,创造出既有时代特色又具有丰富文化内涵,能满足消费者高情感需求的作品。

这种设计创新并非是对传统文化元素的直接套用,而是强调将文化元素消化吸收并融入时尚概念,进而转化为现代设计语汇,应用在服装产品的设计开发中。台湾辅仁大学教师苏旭珺设计的苗族服饰创新包袋产品见图1,其款式撷取及转化自苗族服饰中的方衣领襟、围腰结构及平面裁剪特征,同时借用银饰中的扭转与编织等手法,将小羊皮切割成锯齿状的皮条,再用三层堆叠的方式重现苗族经典织纹与图腾,暗喻苗寨自然景观中的梯田与河流等自然景象,通过对苗族服饰的款式与造型、传统银饰结构以及传统装饰纹样的解构,提取元素并内化为设计语汇,进而转换为现代创作元素,重构于时尚包袋的设计应用中^[8]。又如台湾的龙笛实业股份有限公司将旗袍这一中华民族女性传统服饰的文化内涵加以提取和运用,结合现代的服装裁剪技法,以富有装饰效果的色彩和图案,设计开发出既具有时尚美感又蕴含东方文化精神的服装产品,以东方、从容、自信、优雅的品牌风格引起消费者的情感共鸣,得到消费者的认可。



图1 苗族服饰创新包袋产品

Fig.1 Innovative bag design applying the Miao costume

4 高情感表达在服装材料上的体现

随着社会的发展和人民生活水平的提高,人们更注重生活质量,更加关注自己赖以生存的环境。服装消费的理念已从符合功用、满足社会心理需求进一步深入到关注人自身的发展和社会未来的层面上,追求绿色环保、自然健康、返璞归真成为当代人不可忽视的情感需求。这些新的消费理念和情感需求都十分显著地表现在服装材料的开发与应用上。

越来越多的服装设计师在产品的设计开发中综合考虑人、环境与资源的因素,尽量降低对自然的消耗,减轻对环境的破坏与影响,选用生态环保的服装材料,如有机棉、竹纤维面料、莱赛尔纤维面料、

大豆蛋白纤维面料、甲壳素纤维面料等新型绿色生态材料,通过美丽的外观、自然舒适的手感、优良的服用性能,让消费者体验到人、自然与科技和谐发展带来的视觉、触觉以及心理上的愉悦感受。此外,废旧服装的循环再利用也通过设计师的提倡和引导,得到了越来越多消费者的认可和接受。设计师 Edson Raupp 创立的 Suitcase 服饰品牌,从英国慈善机构那里回收被废弃的男式西装外套,通过别出心裁的设计和解构手法,开发出一系列别具一格、形式多变、充满创意的包袋。用回收的男式西装设计的包袋产品见图2。这些包袋产品由回收的男式西装外套的袖子、口袋、领子等部件构成,肩带则采用废弃的汽车安全带。设计师运用自己的设计巧思,赋予这些废旧服装和材料新的价值。这些重新焕发新生的旧衣物不但体现了环保的理念,而且还蕴含着真实的历史内涵,承载着生活的温暖回忆和深厚情感^[9]。



图2 用回收的男式西装设计的包袋产品

Fig.2 Bag made from recycled men's suits

5 高情感表达在服装工艺上的体现

现代化的成衣生产使传统的手工艺制作逐渐被大机器生产所替代,然而传统手工艺大多遵循人与自然的和谐发展,追求美与使用的统一,因而更符合当代人们渴望回归自然、体验手工艺之美的情感需求。设计师不断探寻传统手工艺与当代服装产品结合的新思路,使之在适应新的生活方式和消费需求变化的同时,表达深层的文化基因和精神诉求^[10]。例如印度设计师 Anand Kabra 设计的运用扎染工艺的时装产品见图3,在真丝面料上运用传统的扎染工艺,通过自然过渡、变换流动的色彩晕染之美以及生动独特的手工艺制作痕迹,再加上精美的刺绣,开发出富于变化和视觉冲击力的服装产品^[11]。又如德国设计师 Isabell de Hillerin 通过与罗马尼亚和摩尔多瓦的手工艺者合作,将当地传统的手工艺织造和刺绣工艺与现代设计手法相结合,开发出风格独特、简

约时尚的服装产品。民族手工艺时装产品见图4,让当地的手工艺者得到尊重并改善了生活,使传统文化的价值得以体现,传统技艺得以保护和传承^[12]。



图3 运用扎染工艺的时装产品
Fig.3 Fashion design applying tie-dye



图4 民族手工艺时装产品
Fig.4 Fashion design applying folk handicrafts

以侗锦文化传承与创新为内涵的服饰品牌“梭说”,孵化自“新通道”社会创新项目的研究课题,其产品由设计师和当地手工艺者共同设计,并由当地织娘以纯手工织造而成。这种传统工艺与当代设计结合的产品开发,一方面增加了当地的就业机会,另一方面也通过设计师的深入参与,增进手工艺者对当地文化的自豪感,同时激发设计师、本土居民和手工艺者之间的知识共享,促进协同创新,既满足消费者对高情感服装产品的需求,又实现经济与本土文化复兴的双赢^[13]。

6 结语

服装是与人类关系最密切的物质形式之一,当代服装产品的设计开发应更多地关注人的精神层面和情感价值。更新理念、整合资源、以人为本,进行多角度、多领域的创新设计,开发出符合消费者需求的高情感服装产品,这是当今时代和社会发展的要求,也是服装产品设计创新的更高层次。

参考文献:

- [1] 郝秀梅. 基于情感表达的体验式包装设计探究[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 5—9.
HAO Xiu-mei. Exploration of Experience-type Packaging Design Based on Emotional Expression[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 5—9.
- [2] NAISBITT J. Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives[M]. Warner Books, 1982.
- [3] NAISBITT J, NAISBITT N, PHILIPS D. High Tech/High Touch: Technology and Our Search for Meaning[M]. Broadway Books, 1999.
- [4] 赖亚楠. 设计的文化价值和社会的文化系统[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 137—140.
LAI Ya-nan. The Cultural Value of Design and Cultural System of Society[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 137—140.
- [5] 郭惠玲. 快时尚品牌顾客满意度影响因素实证研究——以快时尚服装为例[J]. 中国流通经济, 2015(2): 98—102.
GUO Hui-ling. Empirically Research of the Influence Factors in Customers Satisfaction of Fast Fashion Brand: Taking Fast Fashion for Example[J]. China Business and Market, 2015(2): 98—102.
- [6] 江牧, 胡书可, 林鸿. 人类可持续发展视野下的工业产品设计反思[J]. 包装工程, 2013, 34(12): 79—83.
JIANG Mu, HU Shu-ke, LIN Hong. Reflections on Industrial Product Design in the Perspective of Sustainable Development[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(12): 79—83.
- [7] 蔡磊. 非物质文化遗产价值特征与保护原则[J]. 理论与改革, 2014(5): 125—127.
CAI Lei. Value Characteristics and Protection Principles of Intangible Cultural Heritage[J]. Theory and Reform, 2014(5): 125—127.
- [8] 苏旭珺. 异想世界: 苗族服饰的创新设计应用[M]. 新北: 辅仁大学织品服装系所中华服饰文化中心, 2012.
SU Xu-jun. Miracle World: Innovative Design and Application of the Miao Costume[M]. New Taipei: Chinese Textiles and Clothing Culture Center, Department of Textiles and Clothing, Fu Jen Catholic University, 2012.
- [9] BROWN S. Eco Fashion[M]. United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd., 2010.
- [10] 潘鸿飞. 回归生活——谈传统民间工艺的适用性追求[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2015(2): 103—106.
PAN Hong-fei. Returning to Life: Pursuing the Applicability of Traditional Folk Handicrafts[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts & Design), 2015(2): 103—106.
- [11] 哈利特·克莱夫, 约翰斯顿·阿曼达. 高级服装设计与面料[M]. 钱欣, 译. 上海: 东华大学出版社, 2013.
HALLETT C, JOHNSTON A. Fabric for Fashion[M]. QIAN Xin, Translate. Shanghai: Donghua University Press, 2013.
- [12] GWILT A. A Practical Guide to Sustainable Fashion[M]. Bloomsbury Publishing Plc, 2014.
- [13] 张朵朵. 隐性知识: 传统手工艺设计创新研究的微观视角[J]. 装饰, 2015(6): 117—119.
ZHANG Duo-duo. Tacit Knowledge: the Microscopic Perspective of Design Innovation Research on Traditional Crafts[J]. Zhuangshi, 2015(6): 117—119.