

我国新生儿襁褓服的创新设计与思考

章建春, 阮梦迪

(江西科技师范大学, 南昌 330000)

摘要: **目的** 针对国内新生儿襁褓服设计同质化现象严重, 缺乏本土特色与创意, 销售手段陈旧, 受到国外婴儿服品牌的强势冲击等现状, 思考相应的方法和对策, 以期与服装同行交流与商榷, 旨在为国内婴儿服装企业打造本土品牌, 扩大市场占有率提供行之有效的建议与参考。**方法** 为了快速解决襁褓服设计同质化、市场占有率低的问题。分别从面料、款式、色彩、图案等角度进行创新设计与思考, 尝试打造新中式风格的新生儿襁褓服, 并思考线上线下相结合的互联网+时代崭新的销售运营模式。**结论** 我国新生儿襁褓服产品创新设计: 应定位为新中式风格, 挖掘天然环保的功能性面料, 开发人性化的便捷穿脱式款式结构细节设计, 采用反璞归真的东方色彩配置, 植入寓意丰富的经典装饰纹样, 线下通过社区活动提供高质量的服务与体验; 线上通过网络社区论坛、微信公众号、新浪微博等形式进行推广宣传, 扩大品牌知名度, 实现线上线下快速营销, 营造优质循环的销售圈。

关键词: 新生儿襁褓服; 新中式风格设计定位; 款式结构设计与创新; 线上线下销售模式; 创新思考

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)06-0042-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.06.008

Innovation Design and Thinking on Newborn Infant Clothing

ZHANG Jian-chun, RUAN Meng-di

(Jiangxi Science and Technology Normal University, Nanchang 330000, China)

ABSTRACT: For domestic homogeneity phenomenon in design of newborn infant clothing, lack of local characteristics and originality, sales approach, a hit from the strength of the baby clothes brands abroad, the paper aims to think about the corresponding methods and countermeasures, in order to communicate with clothing industry and discussion, make local brands to domestic infant clothing enterprises, expand market share to provide effective suggestions and reference. In order to quickly solve the problem of homogeneity of swaddling clothes design and low market share, innovative design and thinking were made from the perspective of fabric, style, color, pattern and other aspects to create new Chinese-style baby swaddling clothes, and think about the new sales and operation mode in the Internet + era combined online and offline. The innovative design of Chinese newborn swaddling clothes product should be positioned as a new Chinese style. The natural and environmental-friendly functional fabric should be excavated. The humanized and convenient cloth-free design structure details should be developed. Oriental color configuration returned to innocence should be adopted. Class decorative patterns should be contained. High-quality service and experience offline through community activities should be provided. Online promotion should be carried out through online communities such as BBS, Wechat public account and Sina Weibo to expand brand awareness and realize online and offline rapid marketing to create a high-quality circulation sales circle.

KEY WORDS: newborn swaddling clothes; positioning of new Chinese style design; design and innovation of style and structure; online and offline sales model; creative thinking

收稿日期: 2018-11-12

基金项目: 2017 江西省文化艺术科学规划项目 (YG2017184)

作者简介: 章建春 (1970—), 女, 江西人, 江西科技师范大学教授, 主要研究方向为服装与服饰设计。

随着中国二胎政策的全面开放和国外婴儿服装品牌的强势冲击,我国母婴市场面临的商机和挑战并存,其中婴幼儿服装占据了60%的市场容量,已成为现代家庭重要的开支花费,需求量增长迅速。

十八大以来,习近平总书记提出我国实现中国梦、强国梦,即是要充分发扬中国优秀的传统文化精髓,强化民族文化教育。那么如何将我国优秀文化植入新生儿襁褓服的创新设计中,将潜在于意识深处的本土记忆翻腾出来,创造出可以识别、解读优秀传统文化的新中式风格襁褓服,作为送给孩子来到人间的第一件贴身宝贝,国内婴儿襁褓服的创新设计与研发已是迫在眉睫。

1 国内外新生儿襁褓服的设计现状分析

1.1 国内市场中的国外新生儿襁褓服现状

国外婴儿服市场起步早,发展得较为成熟,当下国内销售排名前十的婴儿服品牌有6个都是国外品牌,占据整个市场份额的一半以上,终其原因,一方面国外品牌对于婴儿服尺码规格会有规范化的系统管理,并拥有权威的研究新生儿生理机能与服装面料的专业研究机构。美国甚至推出了早产新生儿的尺码,充分体现了人性化关怀。又如日本“千趣会”婴童品牌推出的二合一新生儿内附网眼内衣,完全是依据婴幼儿人体工程学合理剪裁而成。此外,款式造型呈现本国的文化艺术特色,也是国外品牌的一大特色,如美国“迪士尼”利用自身的卡通形象的品牌效应生产的襁褓服,其中带有深入人心的迪士尼漫画的图案特色,且制作工艺精湛,功能细节全面细致,受到了国内外宝爸宝妈们的喜爱。

1.2 国内新生儿襁褓服设计现状

中国婴儿服装市场起步较晚,在十九世纪七八十年代父母会将全棉布料或薄被直接拿来当做襁褓给新生儿使用,现如今国内襁褓服质量也得到了一定的提升和改善,但在设计意识与面料创新等方面还存在较多的问题与不足。国内目前还没有专门针对宝宝襁褓服的品牌^[1]。经过对国内最大童装市场浙江织里及河南安阳婴幼儿童装城的实地调研,国内70%的厂家没有严格按照正规婴儿服装型号去进行生产,襁褓服装尺码规格也一直缺乏统一规范。其次,服装款式设计同质化现象严重,缺乏本土化特色与创意,处于中低档价位,产品市场竞争力弱。

2 新生儿襁褓服的创新设计与思考

2.1 品牌设计创新思考

2.1.1 新中式风格襁褓服的设计定位

虽然襁褓服的直接受众者是新生儿,但是购买者

却是父母。根据 Analysys 易观调查显示,当下母婴消费群体高等学历用户比例已达77%,他们对产品的要求已不仅仅满足于使用功能,因此,我国襁褓服品牌的创新设计首先应传承优秀的传统文化精髓,糅合现代风尚的设计理念,弘扬和铸造以人为本的设计文化,充分满足宝爸宝妈们的情怀和境界追求,打造出独具自身特色的新中式风格襁褓服。

2.1.2 功能性面料带来第二层肌肤般的呵护

面料成分是宝爸宝妈购买襁褓服的重要关注点,因而新生儿襁褓服的面料选择除了应具备亲肤和舒适性外,还应具有功能性和治愈性。

新生儿皮肤娇嫩,自身抵抗力薄弱,一天将近80%的时间都处于睡眠状态^[2],且尚无安全意识,遇到危险时无法用言语表达,因而应选择柔软、亲肤、防静电、防紫外线、抗电磁波等保护性功能的面料^[3]。此外,新生儿皮肤角质层薄,汗腺未能完全发育,自身抗菌能力差,体温高于成年人,不能自身调节体温,易流汗发热,且新生儿每天排泄次数较多,需要经常更换尿布,因此,要求面料应易洗易干、透气通风,具有天然抗菌的优越性^[4]。婴儿服除了选择全棉织物外,这里值得一提的是有“天然纤维之王”和“中国草”美称的夏布,它是利用苧麻纤维纺织而成的天然织物。由于苧麻具有正负电荷平衡,不会产生静电且无灰尘吸附的特点,经过与棉纤维或丝纤维混纺改良,具有了柔软亲肤、抗菌消炎、吸水快干、易散热的特性,对婴儿是一种纯天然的生态呵护,其自然独特的肌理效果与民俗风格纹样进行交汇与互融,可充分体现出浓郁的中式风格韵味。

2.1.3 独具特色的款式设计便捷服装穿脱性

对于新生儿这一特殊群体而言,从婴儿生理因素和家長选择性购买心理角度来考虑,襁褓服的款式设计,穿着的舒适度和穿脱便捷性都是首要的考量因素^[5]。而目前国内服装厂家在设计制作襁褓服时,常规只考虑到新生儿体型特征和服装面料的安全性,未顾忌是否方便穿脱,所以很难避免因婴儿洗浴更衣、更换尿布时多次翻动而造成的身体伤害。为方便宝爸宝妈为新生儿更衣,解决弯曲手臂穿脱袖子的困难,襁褓服的款式细节应强调功能性设计,即可打破常规,从袖中线侧缝处与襁褓服底部设计软质按扣进行连接,以规避服装穿脱时手臂弯曲给柔弱的新生儿造成的身体伤害。此外,由于新生儿的腹部肚脐易受风着凉,腹部的内脏器官需得到保护,因此,在款式设计中除采用中式交襟领将衣服偏一侧开门式设计外,腹部的腰封设计则可带来双层防护,例如全夏布改良面料襁褓服设计见图1,既护住了宝宝的腹部,又防止了宝宝翻动时门襟漏风受凉。

2.1.4 反璞归真的肌理色泽增添东方韵味

新生儿视网膜发育薄弱,对于鲜艳的颜色眼睛无

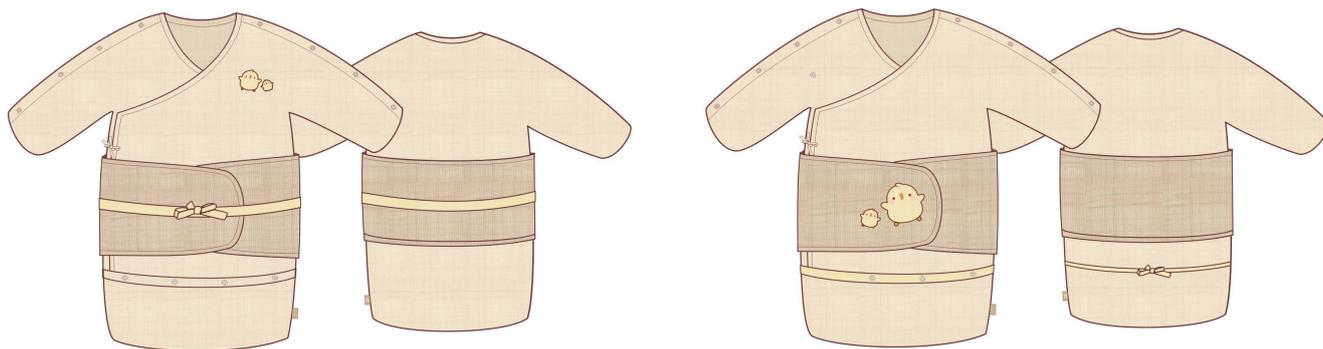


图1 全夏布改良面料襁褓服设计
Fig.1 Design of swaddling clothes with all grass cloth modified fabric

法辨别并具有刺激性伤害,因此,新生儿襁褓服应选取温和、舒适、反璞归真的天然色彩^[6],同时满足现代人崇尚自然、环保和健康的生活追求。此外,随着中国传统文化传承与发扬和新中式风格服装概念的产生,宝爸宝妈们将更青睐于含蓄优雅的色彩所体现的东方式精神境界的追求。目前在我国襁褓服市场中,用色普遍千篇一律,要想体现特色及差异性,再做常规色彩的复制将毫无意义。为了使单纯简约的新生儿襁褓服变得生动起来,可在宝宝无法吮吸的位置进行局部的色彩装饰点缀^[7],并选用植物性染料染色,安全环保,或采用天然布帛本色,装饰点缀半立体的本色绗缝卡通图案^[8],既可强化服装的品质感,又可体现出人与自然相和谐的精神本质。

2.1.5 传统文化寓意的纹样装饰赋予美好祝愿

纵观目前婴儿服市场,国外动画片中的卡通形象装饰充斥其中,导致孩子从一出生就被动接受异国文化。而优秀的国产动画片如“大闹天宫”、“九色鹿”等在形式和内容上都能充分体现出儒家思想和道家文化的哲学观点以及传统的伦理道德观,因此我国襁褓服的装饰纹样应借鉴国产动画的经典人物形象和艺术题材,以卡通形象的表现形式和水墨淡彩的绘画风格来借物寓意^[9],使龙的传人从出生时就能感受到我国优秀传统文化的熏染^[10],同时也可唤起宝爸宝妈儿时的美好回忆。此外,随着二胎政策的开放,宝爸宝妈面临的另一难题便是两孩之间亲情的建立和维护,因此在襁褓服的设计中,可将孩子的生肖纹样作为细节装饰,或将大宝喜爱的图案纹样装饰在襁褓服上,拉近距离,增进孩子们的亲密感。

2.2 品牌宣传与销售策略思考

2.2.1 线下社区活动为宝爸宝妈们提供高质量的服务与体验

购买襁褓服的消费者大部分为即将待产的准妈妈,这类消费群体不方便长时间出门购物,对育婴知识没有全面了解,为了解决这一系列问题,在线下,可在品牌形象体验店或社区服务上门体验活动来宣传和推广襁褓服品牌,聘请金牌婴幼儿教育专家和服

装设计师与宝爸宝妈采取开课讲座或访谈活动的方式进行最直接的育婴交流,讲解新生儿生长周期与心理周期变化,树立起专业权威感和服务信任度,不断培养和扩大品牌粉丝群体。还可在妇产医院或月嫂中心开展销售或走访活动,采取用户体验的方式,让宝爸宝妈们感受最纯天然和人性化爱心设计的人间第一件襁褓衣。

罗兰贝母婴市场研究报告见图2^[11],3、4线城市出生人口数量占总数的80%,可见二胎政策的开放在3、4线城市的号召力影响力较大,且这类城市购物中心百货商店少,竞争压力小,因此在品牌推广初期,可在2、3线城市开设门店或代理销售模式进行推广和宣传。

2.2.2 互联网+时代为母婴市场催生崭新的运营模式

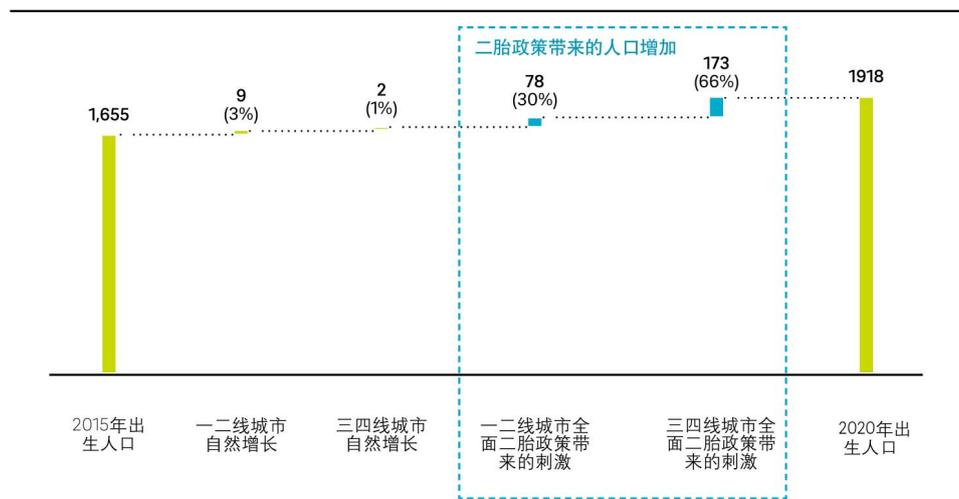
互联网移动客户端时代,据Analysys易观分析调查显示,中国移动母婴社区用户渗透率将随着移动互联网进一步普及,其中25岁至35岁的市场用户占59.4%的比例,31岁至40岁占7.2%,女性群体占80.7%,显而易见,母婴社区+电商模式的优势前景可观。

25岁至35岁消费群体是襁褓服购买的消费主流,他们是伴随着互联网长大的原住民,擅长在微信与新浪微博及各大网络社区进行分享和吐槽,因此“口口相传”和“晒文化”成为销售策略驱动的主要关键词,对于商家而言,文化营销和口碑营销是营销重点所在。

襁褓服品牌推广可通过网络社区论坛,比如母婴论坛,准妈妈论坛,关注母婴类微信公众号及新浪微博对襁褓服进行广告宣传,在平台售卖。

同时,结合宝妈社区互动、交流、协作等优势,完成线上线下快速营销,利用消费者之间的层层传播,建立起宝爸宝妈粉丝群体,扩大襁褓服企业品牌知名度。还可依靠“母婴网红经济”销售模式,利用微博上大V认证的辣妈和妇幼保健医生,通过亲子教育和疾病预防及处理的方式精准传播,产生用户之间的心灵交流和互动,宣传襁褓服的优势和特点,刺激消费者的购买欲望,生成优质循环的销售圈。

出生人口预测 [2015-2020E, 万人]



数据来源：国家统计局；计生委；罗兰贝格模型测算

图2 母婴市场研究报告
Fig.2 Research report of maternal child market

3 结语

综上所述，我国新生儿襁褓服应秉承“文化为魂，品质为体”的设计理念，定位为新中式风格，运用天然环保的功能性面料和人性化的款式细节设计，并植入传统经典的装饰纹样，通过线上线下相结合的销售运营模式，在提供产品的同时提供全方位的服务，从而建立起强大的粉丝经济群，彻底解决国内襁褓服设计同质化、市场占有率低的问题。本文旨在为婴幼儿民族服装企业打造品牌、开拓市场提供行之有效的方法与策略参考，以期与服装同行交流与商榷。

参考文献：

- [1] 马华云. 婴幼儿体型特征及服装结构的研究现状[J]. 轻纺工业与技术, 2012(41).
MA Hua-yun. Research Status of the Physical Characteristics and Clothing Structure of Infants and Young Children[J]. Light Textile Industry and Technology, 2012(41).
- [2] 庞丽娟, 李辉. 新生儿心理学[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1993.
PANG Li-juan, LI hui. Neonatal Psychology[M]. Hangzhou: Zhejiang Education Press, 1993.
- [3] 张英. 新生儿内衣设计探析[J]. 纺织导报, 2010(6).
ZHANG Ying. Analysis on the Design of Newborn Underwear[J]. Textile Guide, 2010(6).
- [4] 王式竹. 论影响襁褓服设计的因素[J]. 山东纺织经济, 2011(1).
WANG Shi-zhu. On Factors Influencing Swaddling Clothes Design[J]. Shandong Textile Economy, 2011(1).
- [5] 冯雪, 张兵. “无障碍”婴幼儿服装设计探略[J]. 南通纺织职业技术学院学报: 综合版, 2010(6).
FENG Xue, ZHANG Bin. Research on "Barrier-free" Infant Clothing Design[J]. Journal of Nantong Textile Vocational and Technical College: Comprehensive Edition, 2010(6).
- [6] 杨莹, 吴志明. 基于益智的婴幼儿装色彩设计[J]. 纺织科技进展, 2009(1).
YANG Ying, WU Zhi-ming. Design of Infant Outfit Color Based on Intelligence[J]. Progress of Textile Technology, 2009(1).
- [7] 王薇薇, 张峰. 襁褓服装的安全防护性及舒适性设计[J]. 江苏纺织, 2008(2).
WANG Wei-wei, ZHANG Feng. Safety Protection and Comfort Design of Swaddling Clothes[J]. Jiangsu Textile, 2008(2).
- [8] 孟苗, 王飞. 婴幼儿服装的安全性及发展趋势[J]. 天津纺织科技, 2017(9).
MENG Miao, WANG Fei. Safety Performance and Development Trend of Infant Clothing[J]. Tianjin Textile Technology, 2017(9).
- [9] 赵青. 功能性新材料在现代服装设计中的应用[J]. 艺术科技, 2017(7).
ZHAO Qing. Application of Functional New Materials in Modern Fashion Design[J]. Art Technology, 2017(7).
- [10] 吴玉娥. 婴幼儿功能性服装的设计分析[J]. 针织工业, 2017(5).
WU Yu-e. Design Analysis of Functional Clothing for Infants and Young Children[J]. Knitting Industry, 2017(5).
- [11] 易观智库. 2016 中国母婴市场专题研究报告[EB/OL]. (2014-08-13)[2018-09-30]. <http://www.enfodesk.com/SM-website/maininfo/reportdetail-id-411877.html>.
Easy View Wisdom. 2016 China Mother and Child Market Special Study Report[EB/OL]. (2018-09-30)[2014-08-13]. <http://www.enfodesk.com/SM-website/maininfo/reportdetail-id-411877.html>.