

文章编号:0253-9721(2006)07-0044-04

中国传统服饰文化元素对欧洲品牌服装的渗透

倪洁诚, 钱欣

(东华大学 服装学院, 上海 200051)

摘 要 探讨了中国传统服饰文化元素对欧洲品牌服装的渗透。从款式、色彩、面料和图纹方面介绍了中国传统服饰文化元素的特点和典型服饰元素——旗袍。探讨了欧洲品牌服装与本土文化和异国文化的关联。并通过对伊夫·圣洛朗、皮尔·卡丹、D&G、华伦天奴几个品牌的风格分析, 从外廓形、色彩图案、细节三方面得出其采用中国传统服饰文化元素的证据。认为中国的服装设计师在注重流行元素的同时, 更需要汲取本民族传统文化和民族特质以建立中国品牌。

关键词 传统服饰; 文化元素; 品牌服装; 服装设计

中图分类号: TS941.12 **文献标识码**: A

Influence of Chinese traditional costume culture on European fashion brands

NI Jie-cheng, QIAN Xin

(Fashion Institute, Donghua University, Shanghai 200051, China)

Abstract The influence of Chinese traditional costume culture on European fashion brands was discussed. The feature of Chinese traditional costume culture, especially, QiPao in Qing Dynasty were introduced from style, color, material and pattern. The correlation of European fashion brands and various culture including native and foreign culture were analyzed. Proofs of the influence of Chinese traditional costume culture on European fashion brands in terms of outlines, colors and patterns, as well as particularities via analysis of the styles of brands of Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, D&G, Valentino were found. Finally, this paper points out that while paying attention to foreign fashion elements, Chinese fashion designer should actively seek the native cultural elements and national traits to create our own brand.

Key words traditional costume; cultural elements; brand fashion; fashion design

欧洲品牌服装设计中运用了很多设计手法和设计元素, 其中就有中国传统服饰元素。中国服装界近年来也开始运用中国传统服饰作为设计元素, 但品牌效应却不如欧洲的品牌服装。国内对欧洲服装设计手法和设计元素的研究较多, 但对欧洲品牌服装中中国传统服饰文化元素的研究较少。

本文通过对欧洲品牌服装设计手法和中国传统服饰文化元素的运用进行分析, 并以欧洲知名度较高的服装品牌做为案例, 找出了运用中国传统服饰文化的元素, 以引起服装设计师的关注, 推动国内服装设计的发展。

1 中国传统服饰文化元素

1.1 中国传统服饰元素

重视感性、重视整体、追求天人合一, 是中国传统文化的一大特点。中华民族传统服饰文化是传统文化最直观的体现, 它比文学、音乐、舞蹈、宗教更容易被人理解和接受, 传统的民族服饰采用特殊的款式、民间的纹样、传统的面料、鲜明的色彩, 给人以视觉上的强烈感受。

在款式方面, 前开型的大襟和对襟式样是非常典型的服饰元素。前开衣最早起源于中国, 形成于

收稿日期: 2005-10-11 修回日期: 2006-01-18

作者简介: 倪洁诚(1980-), 女, 硕士。主要研究方面为服装设计理论与应用。

黄帝时代。中国服装有两种基本形制,即上衣下裳制和衣裳连属制,两种形制在中国几千年的历史中交叉使用,相容并蓄。女子穿上衣下裳式样的较多,男子多穿上下连属的袍衫。

从服装面料看,中国最早使用的是葛布、苧麻布和大麻布。葛布是由葛藤的茎皮纤维加工制成的;苧麻是我国特有的植物,欧洲人称之为“中国草”;大麻则被称为“汉麻”。丝绸则是中国享誉世界的服装面料。而中国人穿棉布较晚,棉花是从印度引进的,到元明之时,棉布才成为人们普遍穿着的衣料。

从服装色彩看,在上古时代,黑色被中国的先人认为是支配万物的天帝色彩,夏、商、周时天子的冕服为黑色。后来,随着封建集权专制的发展,人们把对天神(黑色)的崇拜转向对大地(黄色)的崇拜,所以形成了“黄为贵”的传统观念。黄色成为帝王的专用色,隐喻着统治者至高无上的地位。

在图纹方面,中式服装喜好运用图案表示吉祥和祝愿。从古至今,从高贵的绸缎到民间的印花布,吉祥纹样运用极为广泛。如龙凤呈祥、龙飞凤舞、九龙戏珠、蜥龙闹灵芝等纹图,不仅隐喻着图腾崇拜,而且抒发着“龙的传人”的情感。像鹤鹿同春、喜鹊登梅、凤穿牡丹、团鹤仙寿、福禄寿喜、连年有余、吉祥八宝等图案,则反映了人民对美满生活的希望。另外,官服的图案重视标识作用,明清文官为飞禽图案,武官为走兽图案。皇帝的龙袍象征真龙天子,龙袍上的十二纹章图案各有其寓意:“日、月、星”取其照临;“山”取其稳重;“华虫”取其文丽;“火”取其光明;“藻”取其洁净;“粉米”取其滋养;“宗彝”取其忠孝;“黼”取其决断;“黻”取其明辨。

1.2 典型服饰元素——旗袍

说起传统服饰文化元素,在近代,最为典型的就是旗袍了。因满族人有旗人之称,所以他们穿着的袍服,被称为旗袍。旗袍以长袍为主体,采用圆领、右掩襟,但是不开衩,其式样宽大平直,衣长到脚。选用的衣料都是绣花红缎,在旗袍的领、襟、袖的边沿部位都用宽图案镶边。旗袍的衣长距脚面5分左右,前后有缝,加大襟,领高1寸至1寸2分。袖长齐手腕,小袖口,旗袍外面套一件背心旗袍。清代旗袍很讲究装饰,在衣襟或袖口上会加些花条或彩牙儿。这种装饰,以多为美,有的达18道,京城里称之为“十八镶”。式样上,康熙、乾隆时期流行小袖,小云肩,有点接近明代服饰。乾隆以后袖口逐渐变宽,后来宽大到1尺多,称为“喇叭袖”^[1]。

上世纪20年代初,旗袍逐渐普及到满汉两族女子,袖口窄小,边缘渐窄。20年代末由于受外来文化的影响,长度缩短,腰身收紧,至此,形成了富有中国特色的改良旗袍。旗袍的这些设计元素在欧洲常被用作品牌服装的设计元素。

2 欧洲品牌服装

2.1 欧洲品牌服装简介

品牌服装与一般服装的区别是其内涵多,品牌总体形象相对完整,并有一定的市场认知度和商业信誉^[2]。欧洲品牌一般是经过长期的历史积淀而形成的,比如迪奥(Dior)、夏奈尔(Chanel)等。有独特风格的倡导者,如贝纳通、ESPRIT等,还有品牌文化赋予型,如Hugo Boss等。他们之所以能成功,在市场上占有一席之地,很大一个原因是他们各有其特点、风格。

2.2 本土文化与异国文化

欧洲文化起源于海洋文明,文化本能比较开放,易于融合外域服装文化。善于表现矛盾、冲突,在服装构成上强调刺激、极端的形式,以突出个性为荣,是一种明喻文化,重视造型、线条、图案、色彩本身的客观化美感,以视觉舒适为第一。它崇尚人体美,重视展示人体的性差异,不忌讳表现性感。古典模式是表现女性的第二性征,如露颈、露肩、露背、半胸,以紧缩腰围和垫臀来表现女性曲线美。现代模式则是以简约的形式表现人体的自然身形,以短露和紧身为现代时髦。

英国著名的文化研究者斯图亚特·霍尔指出:文化已经不再是生产与事物的一个装饰性附属物,不再是物质世界这块蛋糕上的酥皮。文化,现在已经与世界一样是物质性的^[3]。通过设计、技术以及风格化,美学已经通过市场营销、设计以及风格,渗透到现代生产的各个方面。西方的优秀品牌之所以能辉煌至今,一方面是经济的原因,另一方面服装本身的文化魅力也很重要,甚至成为其立足的主要原因。夏奈尔(Chanel)服装就是一个非常成功的案例。文化的差异影响着服装的定位、营销网络的建立和企业管理模式的确立。由于欧洲文化开放,强调个性,不同的消费者在风格上会有不同的喜好,更加大了开拓有效市场的难度。

在欧洲设计师看来,异国的风情与文化是很好的设计元素。欧洲品牌服装经常会运用一些其它国

家的设计元素丰富其设计,如非洲潮、印度风等。如 Etro 女装品牌就走非常民族的路线,近几年,用的是印度风,运用很多的印度印花图案。

3 中国传统服饰对欧洲服装的影响

3.1 欧洲品牌服装设计手法分析

中国古代的传统服饰元素经常出现在欧洲品牌时装里,不论是花纹还是款式的变形。比如,前开型的大襟、中式的立领、两侧开衩的下摆、吉祥纹样的运用等。

欧洲品牌服装的设计手法非常多样化,而且运用极其灵活。只要是特别的或是新的元素都有可能被用作设计之灵感来源,即使是很民族的元素经融合之后也极具时尚感,没有生搬硬套的痕迹。这种巧妙的结合,更加丰富了欧洲服装的设计元素。欧洲服装设计手法的运用,最明显的是外廓型的变化,不同的外型特征可以作为某一个时期的标志,或者某一品牌在某一时期的标志。比如,60 年代 Dior 流行的 A 型裙,是那一时期的典型廓型。

同时,色彩和图案,也是设计手法运用中非常重要的。图案的设计有面料的整体图案设计和印花设计。有很多欧洲的品牌,款式外型变化不大,但是注重色彩和图案的变化,比如,Etro 和 Pucci。这 2 个品牌的优势在于色彩丰富的面料图案设计上。Etro 运用具有民族特点的图案整体印花。Pucci 的图案设计则比较抽象,色彩明度更高。在欧洲的服装设计中几乎每个品牌都会用到印花设计。根据每年的流行趋势,印花的花型大小和位置会有所改变。

当然,仅靠外型、色彩图案的变化来设计是不够的,服装设计中,细节的变化占据着越来越重要的地位。细节的变化往往反映了一个品牌的价位、档次。通常,越是高档的品牌越是注重细节的变化。细节的变化范围很广,领口压线,袖口滚边,下摆开衩,甚至纽扣、拉链这些辅料的设计都是细节的变化。

3.2 中国传统服饰文化元素的运用

世界时装界是这样解释“中国风”的:中国风是一种追求中国情调的西方图案或装饰风格。属欧洲洛可可艺术的分支,反映欧洲人对中国艺术的理解和对中国风土人情的想象,倾听着西方传统的审美情趣^[4]。人们通常认为时装界的中国风始于 18 世纪的法国。

1977 年伊夫·圣洛朗率先在中国推出“中国风”

系列,与“蒙德里安”式同样引起世人轰动。设计师的灵感来源于中国清代官服中的凉帽与马褂等。款式上采用对襟马褂式,上装采用织金绦,在暗花背景上显金色和紫罗兰横条。宽短的袖子借用了清代马褂“袖仅掩肘”的特点。遵循“上衣宽松、下装紧窄”的时装设计规律,下面配穿黑色皮革紧身裤和极细高跟尖头舞台鞋。细节上采用皮毛滚边,加缀络流苏。帽子是斗笠形的,极似清代官员的凉帽,只是没有“顶戴花翎”。帽檐滚边的条纹采用了与上装相同的金色和紫罗兰条纹,以求相互之间的呼应。

1983 年,女装设计大师皮尔·卡丹设计了一件充满动感的女装夜礼服,取名为“中国宝塔”。这身裙装款式造型非常夸张,剪裁拼接也很复杂,连身裙肩部翘起犹如宝塔的飞檐,裙身盘绕而下的装饰效果暗寓塔身的层次,每一个转折,每一个回旋,都表现出强烈的建筑风。面料选用细腻的黑缎子,上面施以盘金绣,采用的纹饰也带有中国元素但加入了欧洲人的理解和诠释。

2004/2005 年秋冬服装发布会上,伊夫·圣洛朗又运用了奢华中国风作为主题,整场秀在中国京剧吊嗓加锣鼓点声伴随着充满中国味的花样年华混音版中展开,款式上采用仿旗袍式立领,合体的裙身;色彩上采用鲜艳的中国红。大量采用绸缎和丝制面料,细节上运用蝴蝶系着盘扣旗袍,龙纹、云纹、中国图腾,用提花、织锦、刺绣等各种布料及编织技巧,展现出极度奢艳亮丽的中国风情。

2005 年 D&G 春夏发布会上展现了以中国旗袍为款式的改良式旗袍。无袖连衣裙款式上用了传统旗袍的立领设计和斜开襟设计,下摆处右侧开衩至大腿根部,领子外围采用了传统的滚边作为装饰。此季 D&G 的主题是热情奔放的夏威夷,虽然款式是优雅的旗袍,但是其印花选用鲜艳的色彩,裙摆单边开衩,头部和斜开襟处配以花饰,这些无不体现了夏威夷式的激情与轻松,给优雅的旗袍平添了几分妩媚。此季的另一款还运用了中国传统国画的花鸟图案,用以大面积的印花,款式上连衣裙的下摆部借鉴了旗袍的高位开衩款式,上半部是泳装的款式,有内衣外穿的设计想法,面料选用薄牛仔面料,配上中国传统工笔花鸟图案,很轻松地将中国传统元素和西方的休闲风格融合在一起。另外整个舞台的背景,选用具有中国韵味的“竹”。

华伦天奴(Valentino)2006 春夏时尚发布会上的服装多处运用了中国元素,如将中国结作为腰饰,将中国结外轮廓打成玉佩的形状,配上两条长长的流

苏,借鉴了宋代将玉佩挂在腰前的形象,这是将中国传统元素作为细节运用在服装设计中的设计手法。另还采用了中国传统刺绣图案作为腰饰图案,在印花图案中运用最多的是中国传统写实花卉图案。

4 结束语

本文对中国传统服饰文化元素、欧洲品牌服装以及中国传统服饰文化元素对欧洲品牌服装的渗透进行了介绍和探讨。重点对伊夫·圣洛朗、皮尔·卡丹、D&G、华伦天奴的几个系列进行了具体的风格分析,从外廓型、色彩图案、细节三方面对其采用的中国传统服饰文化元素进行了解析。从这些分析可以发现,中国传统服饰文化元素并没有使这些欧洲品

(上接第 33 页)

超声波辅助淀粉酶退浆工艺的最佳条件是:淀粉酶用量 5 g/L,温度 50 ℃,处理时间 10~15 min。 FZXB

参考文献:

[1] 王爱兵,杨斌. 超声波技术及其在纺织品前处理中的应用[J]. 中原工学院学报,2003,(3):73-75.
[2] 张峰,殷佳敏,黄华. 纯棉针织物的超声波过醋酸漂白研究[J]. 印染,2004,(2):5-6.

牌服装落后于时代,反而更具时尚感。中国古典美学对现代的设计有着很好的启示作用,设计界应该吸纳自身传统文化,同时借鉴国外的服饰文化,设计出属于自己的品牌服装。 FZXB

参考文献:

[1] 赵超. 霓裳羽衣-古代服饰文化[M]. 南京:江苏古籍出版社,2002.
[2] 刘晓刚. 品牌服装设计[M]. 上海:中国纺织大学出版社,2001.
[3] 陶东风. 日常生活的审美化与文化研究的兴起——兼论文艺学的学科反思 [EB/OL]. <http://www.culstudies.com/rendanews/displaynews.asp?id=5145>.
[4] 楼慧珍,吴永,郑彤. 中国传统服饰文化[M]. 上海:东华大学出版社,2003.
[3] Yachmenev V G. 超声波对碱性果胶酶处理棉的效果[J]. 国外纺织技术(染整),2002,(3):16-20.
[4] 殷佳敏,张峰,张珂. 超声波在棉织物纤维素酶整理工艺中的应用[J]. 沙洲职业工学院学报,2004,(6):30-32.
[5] 殷佳敏,张峰,史新锋. 超声波/蛋白酶 DB-88 处理羊毛工艺的研究[J]. 印染,2005,(13):7-9.
[6] 金咸稷. 染整工艺实验[M]. 北京:中国纺织出版社,2000.