

# 浅谈

## 服装设计、消费与文化的关系

□ 彭颢善

### 一、服装设计与文化的关系

提到服装设计中的文化情结，要避免两种倾向，其一是照搬历史，拷贝传统。这样就使我们的设计作品显得过于沉重。说到文化就离不开民族的，因为文化是民族历史的积淀，我们往往跳不开秦砖汉瓦、龙虎图腾、剪纸以及旗袍、蜡染等，好象只有《秦俑》、《青铜时代》才是民族的、有文化的，这在服装设计中是一个要避免的误区，尤其是针对消费市场更应如此。设计是一种融合，沈从文先生在谈及服装文化时曾写到，“服装反映的不仅仅是个人的穿着情操，还是这个民族一种深厚悠悠的文化”。从设计师唐伟的作品中，人们可以发现他对中国以及现代文化的完美结合。在1999中国时装周展示的作品“天的梦想”，以天梦、天语、天雾、天光、天艳为主题，以天的浩大神秘，变幻莫测为背景，通过音响、灯光、摄影、模特等文化载体，演绎了一组来自天的灵感，天的呼唤。飘逸潇洒、空灵轻柔的服装组合，较之以前的作品“红土遗梦”中的民俗风情、“遥远的梦”里的江南风韵，其文化内涵更加丰富，显示了设计师植根儒家文化的精髓、民族精神，说明服装文化的雄厚功

底。要避免的倾向之二，粗俗浅薄，哗众取宠。说到文化就在服装上绘上或印上“最近我很烦”“你吃苹果，我吃皮”、“别理我”等字样，这些俗称“文化衫”的流行作品只能是昙花一现，聊作青年人发泄某种情绪的工具而已，其生命力可想而知。文化离不开时代，当世界已步入知识经济时代的时候，我们设计师所追求的文化韵味应贴近时代。贴近时代不是把“电子管”、“网络”集成在服装上，而是深入研究其生活内容和环境，把人们快节奏，求创新的思想和意识完美地再现的课题。设计师崔游曾设计一组服装“惜今忆旧”，其主要理念为：告别领带，轻松自如，提倡人们在穿西装时，不要系领带。显然这种观念有悖传统文化，但它符合人们追求放松和自由自在的心理，符合当今社会某个层面的潮流。投入市场后深受消费者好评。现代少年，喜好街头文化，活泼好动，易于接受新事物，对潮流敏锐，生活趣味建立在身边的时事和各大传媒的议论。因此他们的穿着较轻便、时尚。其服饰表现为颜色鲜艳，款式超前，或短的、或小的、或紧的，有些极端，有些感官性，又有趣味性。

### 二、服装消费与文化的关系

成熟的消费者，有其自己的文化消费观念，有追求自我价值体现相匹配的文化品位。在服装消费心理上的表现，在于选择成功的品牌。“衣裳是文化的表现，是思想的形象”，服装所具有的独特的文化特征已成为人类展示自我权威和地位的最佳选择。莎士比亚曾说过：“衣裳常常显示人品，如果我们沉默不语，我们有衣裳和体态也会泄漏我们过去的经历。”比如，一个成功的男人的穿着，无形中展示着他的社会地位和经济实力。从颜色到质地，从品牌到品位，无不宣示其成功与骄傲。政治家的衣着总是那么严谨、庄重，却又稍显刻板。艺术家的衣着则是既随意，又有品位，少了一些拘谨，多了一些自由。事实上，每一位消费者在选择和穿着服装时，都有一个自我定位的问题，这种定位就是自我风格，自我文化追求的表现。法国服装设计师的优秀不仅在于能够设计出有文化内涵的作品，更在于植根消费市场。法国服装设计师拉克鲁瓦说过：“如果没有顾客购买的话，再美的服装也是挂在墙上的没有生命力的物品”。如何做好服饰文化的挖掘与研究，宣传与推广已成为市场繁荣的关键。宏观上看，中国时装界已形成一定影响的服饰文化节活动，无

论是上海、北京或大连，都是服装文化搭桥，企业唱戏，或时装表演，或流行趋势发布等，以期达到交易和繁荣经济文化的目的。每年一次的中国时装周就是将服装设计、服装文化、服装消费完美结合，促进服装事业发展的经典活动之一。所谓时装流行发布会，其实是一次时尚和文化的推广活动，具有思辨性。设计师希望把某种美好的东西，即其对服装文化和时尚潮流的理解，通过服装表演而加以解释说明，获得消费者的价值认同，从而达到争取消费者购买穿着和推广的目的。同时，一个好的品牌也需要营造与服装需求相吻合的具有文化氛围的经营环境。对真正影响消费者心理、情绪和购买行为的深层文化内涵的挖掘，应成为设计与消费的桥梁。一个好的服装品牌，要有一定的文化品位。无论是消费群体，还是品牌设计，营销市场的定位，最终都是以服饰文化的整体概念来说明服装的价值，以其特有的语言向消费者传递品牌的形象定位、质量、文化内涵以及功能方面的信息。在服装业成熟的国家，如意大利、法国等时装王国，一个设计师及其品牌就代表了一个社会阶层，一种文化层次，一种生活方式。说到底，服装消费就是文化消费，人们在选择某种服装、某个品牌的同时也就接受了其文化内涵。

### 三、倡导服装文化，促进消费时尚

文化是服装内在的精神，服装则是文化传播的载体，只有两者完美结合，才能促进服装品牌、服装消费的健康发展。随着市场经济的不断发展和知识经济时代的到来，中国已成为全球经济增长最快的国家之一，中国服装业正处于由自然品牌到设计品牌的关键时期。名师、名牌工程的实施，“中国时装周”的推出，无不推动服装业的发展。作为服装设计师更应研究服装市场的个性化，以产品的丰富多彩来服务不同的社会需求，并创造出适合某个社会层面的目标消费群体。对于服装风格，展示环境、时间、现场氛围甚至观众的定位等都要准确。只有这样，才能倡导服装文化，促进消费时尚。也只有将服装文化植根于民族传统，体现时代特征，并不断结合企业文化，在商业运作中加以研究、发展，才能创造出好的服装文化，促进服装业的发展。

(作者单位：浙江嘉兴职业技术学院)