

学校代码: 10126
分类号: _____

学号: 31112019
编号: _____

论文题目

时尚文化对现代旗袍 审美特征的影响

学 院: 艺术学院

专 业: 艺术学

研究方向: 北方民族艺术研究

姓 名: 塔宇峰

指导教师: 包晓兰

2014 年 10 月 14 日



原创性声明

本人声明：所呈交的学位论文是本人在导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。除本文已经注明引用的内容外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得内蒙古大学及其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签名：塔子峰 指导教师签名：刘时良
日 期：2014.12.9 日 期：2014.12.10

在学期间研究成果使用承诺书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，即：内蒙古大学有权将学位论文的全部内容或部分保留并向国家有关机构、部门送交学位论文的复印件和磁盘，允许编入有关数据库进行检索，也可以采用影印、缩印或其他复制手段保存、汇编学位论文。为保护学院和导师的知识产权，作者在学期间取得的研究成果属于内蒙古大学。作者今后使用涉及在学期间主要研究内容或研究成果，须征得内蒙古大学就读期间导师的同意；若用于发表论文，版权单位必须署名为内蒙古大学方可投稿或公开发表。

学位论文作者签名：塔子峰 指导教师签名：刘时良
日 期：2014.12.9 日 期：2014.12.10

时尚文化对现代旗袍审美特征的影响

摘 要

旗袍是中国传统服饰的典型代表，面料的采用，款式和颜色的设计以及图案的选择，不仅反映了过去历史时期生产力的发展状况和科学技术的发展水平，而且与当时的社会审美意识、经济发展状况、政治形势、民族韵味、文化精神等有着紧密的联系。现代旗袍既传承了中国传统服饰的经典文化，又结合现代的审美特征，注入时尚的设计元素，使旗袍表现出独具时尚文化的审美特征。通过分析旗袍物质和精神的审美特征，总结出时尚文化对旗袍的审美要求，即时尚文化与传统文化并重。

本文通过对时尚文化和旗袍的概念、特点及以审美特征做了归纳分析后，在综述时尚文化的表现形态、表现形式和旗袍的审美特征；又在相关分析的基础上，对时尚文化与传统文化的关系进行了观点的阐述，结合对旗袍市场实地考察，掌握旗袍市场发展的现状。然后采用访谈调研设计问卷内容，确定现代女性受时尚文化的影响，生活方式、消费观念、文化理念发生变化。最后得出现代旗袍的审美特征和时尚文化对现代旗袍的审美要求，从而设计出符合现代女性需求的旗袍和旗袍文化，是本文的研究重点。

关键词：时尚文化；现代旗袍；审美特征

THE INFLUENCE OF FASHION CULTURE ON THE AESTHETIC CHARACTERISTICS OF MODERN CHEONGSAMS(CHI-PAO)

ABSTRACT

Cheongsam is a typical example of Chinese traditional costume, and its adoption of fabric, designs of styles and colors as well as the options of patterns not only reflect the productivity development status and the developmental levels of the historical periods, they are also closely associated with the social aesthetic consciousness, political situations, ethnic flavor and cultural spirit of that time. Modern Cheongsams not only inherit the classical culture of Chinese traditional costumes, but also combine the modern aesthetic characteristics and inject the fashionable design elements, thus making Cheongsams manifest the aesthetic characteristics of fashion culture. Through the analysis of the aesthetic characteristics of materials and spirits of Cheongsams, this paper summarized the fashion culture's aesthetic requirements on Cheongsams, namely paying equal attention to fashion culture

and traditional culture.

Through and summary and analysis of the concepts, characteristics and aesthetic characteristics of fashion culture and Cheongsams, the Paper integrated the manifesting patterns, manifesting form of the fashion culture and the aesthetic characteristics of Cheongsams; meanwhile, on the basis of relevant analysis, it elaborated the ideas on the relationship between the fashion culture and the traditional culture; in combination with the on-site survey of the cheongsam market, it grasped the current status of the market development of Cheongsams. Then, through the questionnaire contents by conducting interviews and surveys, it established the influences of modern fashion culture on the females as well as the changes in their life styles, consumption attitudes and cultural concepts. Finally, it derived the aesthetic characteristics of modern Cheongsams and fashion culture's aesthetic requirements of modern Cheongsams so as to design the Cheongsams that conform to the needs of modern females, which is the keynote of this Paper's research.

KEYWORDS: Fashion culture; Modern cheongsams;

Aesthetic characteristics

目 录

引 言.....	1
一、旗袍的演变.....	8
1.1 旗袍的起源.....	8
1.2 旗袍的演变.....	9
1.2.1 清代传统旗袍.....	9
1.2.2 近代改良旗袍.....	10
1.2.3 现代时尚旗袍.....	12
1.3 旗袍的审美特征.....	15
1.3.1 旗袍的物质特征.....	15
1.3.1.1 旗袍的色彩之美.....	15
1.3.1.2 旗袍的造型美感.....	17
1.3.1.3 旗袍的质地美感.....	17
1.3.2 旗袍的精神特征.....	18
1.3.2.1 身份的象征.....	18
1.3.2.2 文化的象征.....	19
1.3.2.3 艺术的象征.....	20
二、时尚文化的概述.....	22
2.1 时尚文化的概念.....	22
2.2 时尚文化的表现形态与表现形式.....	24
2.2.1 时尚文化的表现形态.....	24

2.2.2 时尚文化的表现形式.....	26
2.3 时尚文化的审美特征	28
2.3.1 时尚文化的物质特征.....	28
2.3.2 时尚文化的精神特征.....	29
2.4 时尚文化与传统文化的关系	29
2.4.1 时尚文化基于传统文化.....	30
2.4.2 时尚文化传承传统文化.....	30
2.4.3 时尚文化发扬传统文化.....	31
三、时尚文化对现代旗袍审美特征的影响	32
3.1 旗袍市场的现状	32
3.1.1 旗袍市场调研.....	32
3.1.2 旗袍市场的现状分析.....	32
3.1.3 影响旗袍市场发展的原因.....	33
3.2 长春市现代女性对现代旗袍观点的调研与分析.....	35
3.2.1 访谈调研	35
3.2.2 问卷调研.....	36
3.3 时尚文化对现代女性的影响	37
3.2.1 生活方式的影响.....	37
3.2.2 消费观念的影响.....	38
3.2.3 文化理念的影响.....	39
3.4 时尚文化对现代旗袍审美特征的影响	40
3.4.1 旗袍文化符号的影响.....	40

3.4.2 旗袍形制的影响.....	40
3.5 现代女性对旗袍的审美要求	42
3.5.1 抓住传统文化精髓，探寻时尚设计.....	41
3.5.2 设计中国韵味的时尚面料.....	42
3.5.3 传统与现代相融合.....	42
3.5.4 中西方文化相碰撞.....	44
结语.....	48
参考文献.....	50
附录.....	52
附录 1:	52
附录 2:	54
附录 3:	55
致谢.....	56

引言

一、研究背景和研究目的

随着社会经济的高速发展、社会制度的深度改革，在大众传媒、信息全球化的催化下，具有时效性、商业性、短暂性、群体性、新颖性、矛盾性等特征的时尚文化在和谐、平等、多元的社会文化环境中迅速传播，普遍流行并影响于现代人衣、食、住、行的方方面面，对人们的思维方式、价值观念、审美观念、行为规范、生活方式等产生了深刻的影响。在现代社会中，每个人都向往时尚、追求时尚，使得时尚文化的物质表现形式多种多样，影响着人们的物质生活和精神生活，例如：时尚的服装产品、工业产品、家居装饰以及时尚的生活用品等。服装设计是最直观、最具时尚性的产品设计。现代服装设计在很大程度上主要传达时尚性和文化感。对于喜欢追求时尚、个性服装的现代女性已成为时尚文化的积极参与者和忠实追求者。那么，如何分辨积极、向上的时尚文化，正确地追求时尚文化是当下关注的话题。

旗袍是中国女性最具有代表性的传统服装，中国女装的典型代表。20 世纪 30、40 年代是旗袍发展的鼎盛时期，成为中国女性的标准服装，无论平民妇女、工人、学生，还是上流社会高官富人的太太都穿旗袍。此时，奠定了旗袍在中国服装史上不可替代的贡献和地位。旗袍可以充分展示女性的曲线，表现出中国女性温婉贤淑、端庄优雅的气质被当时的女性所追崇，人人视旗袍为美、为时尚。随着社会的发展，时代的进步，旗袍已渐渐疏远现代日常生活，成为一些特殊场合的礼服和服务性行业的工服。由此可见，在现代人的眼里和心里旗袍仍然是美丽的。那么，为什么现代女性在日常生活和工作中很少穿旗袍？在当今快速、时尚的社会环境下，如何传承和发扬旗袍的精髓，是我们棘手思考的问题。

二、研究思路

为了解决这些问题，要了解旗袍在现代女性心中的地位和对旗袍的要求。还要了解时尚文化对现代女性文化观念、工作方式、生活方式以及对服装的影响。笔者通过搜集网络信息、查阅大量相关书籍、文献和访谈调研、问卷调查的研究方法。主要分为以下研究内容和研究步骤：首先，对时尚文化和旗袍的概念、特点及审美特点做了一定深度的研究与分析；其次，对其时尚文化的表现形态和旗袍的审美价值做了相关的维度分析。通过自己的认知对时尚文化与传统文化的关系进行了观点的阐述。再次，以调查问卷和访谈的形式，掌握旗袍市场的现状，以及时尚文化对现代女性和旗袍审美特征的影响。最后，受时尚文化的影响，总结现代旗袍的审美特征和时尚文化对现代旗袍的审美要求，从而设计出符合现代女性需求的旗袍和旗袍文化，是本文的研究重点。

三、研究意义

时尚文化在新的社会文化生活和经济中发挥着重要显著的作用，它成为现代社会文明的重要组成部分，对现代人的人生观、世界观、价值观有着很大的影响。很多学者已从时尚文化的边缘研究到中心研究，涉及不同学科、不同领域的研究内容和研究方法。

时尚文化有着丰富多彩的文化内容和表现形式。人们对时尚的态度和选择反映这个时期的文化特征。在过去男耕女织的农业社会，所有的一切都是传统的、重复的模式，人们的价值观是吃饱穿暖、尊老崇旧的思维观念。他们的字典里没有时尚、流行之类的词语。对于当今经济全球化、信息全球化的时代，社会经济的发展从根本上改变了人们旧有的价值观念，建立起新的文化价值观念，人们追求新颖独特、富有文化、品味的时尚事物。

随着社会经济的发展，现代生活水平品质的提高，人们对服装产品的物质特征要求不仅穿着舒适美观，而且对服装产品的精神特征有着更高的要求。如何将现代旗袍设计独具时尚特色和富有文化内涵，满足现代女性的穿着要求，促成消

费者的购买行为,同时具有艺术性和商业性的现代旗袍,并获得较高的经济回报,是今后服装企业和服装设计师必须面对的核心问题,对服装市场经济的发展具有重要的意义。

四、研究现状

4.1 关于时尚文化的研究现状

随着时尚文化在现代社会的快速传播和广泛流行,对社会、经济的发展起到巨大的影响,从而被学者们关注并提出的新文化。笔者集中研究时尚文化、审美特征并与传统文化的关系,以旗袍为中心分析时尚文化对现代旗袍的发展影响。国内外相关学者的研究都对本文提供的准确的理论参考,本文做出以下综述,希望在博阅众多研究成果的基础上有新的贡献。

国外关于时尚文化的研究早在 15 世纪。法国是时尚的发源地,法国人视时尚是重要的事情,甚至于有人请求查理七世开设独立的时尚部。^[1] 18 世纪,时尚已经不是只有富人才可以享有的专属品,变得更平民化,几乎成为现代人生活中的重要部分。到了 18 世纪后期,欧洲美国社会学家开始视时尚是一种社会的发展方向。亚当·斯密是给予时尚地位的重要哲学家之一,时尚在人类学研究中占据重要地位。他认为“时尚最先并且最重要的应用领域是品味概念占据中心位置的领域。时尚适用于服装、美容美发、娱乐、建筑、聚会等,对精神、思想有一定影响”。^[2] 进入 19 世纪,德国人格奥尔格·西美尔 (Simmel Georg)。西美尔指出时尚是对流行趋势的模仿,同时满足人的从众心理和异同心理。他认为时尚可以划分阶级层次,并正式提出顺流理论 (Trickle Down),即时尚是从上层、高端阶级顺向大众、平民阶级。19 世纪后期,美国社会学家伦伯格 (Blumberg) 提出了逆流理论 (Bubble Up),他认为现代社会中的许多时尚是从一些亚文化或底层文化兴起的,例如:街头时尚、摇滚文化、嬉皮士文化等,受到大众的喜爱、追捧,也得到高端阶层的认可。资本主义的发展与奢侈的消费生活密切相关,

^[1] (法) 齐美尔格·西美尔. 时尚的哲学[M]. 费勇等译. 北京:文化艺术出版社, 2001.

^[2] (挪威) 拉斯一史文德森. 时尚的哲学[M]. 李漫, 译. 北京:北京大学出版社, 2010.

松巴特认为奢侈的消费生活是时尚生活的直观反映。美国经济学家托斯丹·凡勃伦在《有闲阶级论》中提出“炫耀消费”的概念,首次把服装和消费文化联系起来,以昂贵、高端的时装只适合上层阶级的角度解释时尚,认为时尚是证明社会地位的手段。对于研究现代时尚文化的社会学和经济学有重要的指导意义。

综上所述,西方社会学界对时尚的研究源源不断,对时尚的起源、定义、特征及传播等各方面都做了详细而丰富的论述,为后人对时尚研究留下了宝贵的理论依据。

国内关于时尚文化的研究与国外相比虽起步较晚,但研究成果也已有很多。关于时尚文化内涵的研究,^[1]作者董超群在《时尚文化对青年大学生价值观影响研究》中指出时尚不单是一种社会行为,融合了生活文化、观念文化、消费文化、大众文化、娱乐文化等形成一种广义的文化现象。生活文化方面包括服装时尚、旅游时尚、家装家居时尚。观念文化层面倡导“绿色”,包括“绿色出行”、“绿色服装”、“绿色食品”,现代人在新社会环境的带动下,形成新的时尚文化观念——“绿色生活,保护地球”。娱乐文化是最引人关注、受人喜爱的新的文化现象。近年,各地方电台收视率较高的“中国好声音”、“爸爸去哪儿”、“我是歌手”等大众娱乐性节目受到男女老少的喜爱。

有关时尚文化引导研究的作者刘冠君在《论中国当代时尚文化的发展及正确引导》中分析了时尚文化与其高于使用价值和商品价值的奢侈消费更是紧密结合,包含着特定文化内涵的多元符号体系而存在,是社会发展、进步的表现,又反作用于社会文化的进步。^[2]

有关时尚文化与时尚传媒的研究,作者刘倩在《中国时尚文化形成的背景分析》中得出时尚传媒对中国社会转型期的时尚文化的形成起着重要的作用。时尚传媒传达的内容是形成时尚文化的重要来源;时尚传媒是时尚文化必不可少的载体,本身也是时尚文化一个重要组成部分。^[3]

综上所述,国内外关于时尚文化的研究已十分广泛和深入,为本论文的研究提供了理论基础和论证依据。

^[1] 董超群.时尚文化对青年大学生价值观影响研究[D].上海:复旦大学社会科学部,2010.

^[2] 刘冠君.论中国当代时尚文化的发展及正确引导[J].科学社会主义,2008(2).

^[3] 刘倩.中国时尚文化形成的背景分析[J].西南民族大学学报(人文社科版),2005(5).

4.2 关于旗袍的研究现状

旗袍兴起于上世纪二十年代,三、四十年代发展到鼎盛时期。由于当时中国的经济、技术发展落后,导致旗袍的工艺技术、面料制造受到社会发展的滞后性,对旗袍的研究只局限小范围的研究,存留下来的文献寥寥无几,内容的传播速度又慢。进入七十年代,受中国经济、政治形式的影响,导致旗袍的发展落到低谷。到了八十年代,旗袍又在中国女装中慢慢恢复。从八十年代以后,大量的旗袍款式、旗袍面料出现在中国服装市场上。

关于旗袍史学方面的研究,作者袁杰英《中国历代服饰史》中对清代的传统旗袍的造型、款式等特征做了细入的分析,以及对近代旗袍的发展做了详细的说明。^[1]同时它的另外一篇文章《中国旗袍》更全面系统地阐述了旗袍的发展过程以及未来的变化;综合地分析了影响旗袍发展变化的原因。^[2]刘瑜编著的《中国旗袍文化史》全书按照地域的划分全面地介绍了旗袍的起源和发展变迁;并详细地介绍不同地域旗袍的款式、装饰、配饰等的不同。^[3]徐冬撰写的《旗袍》中系统全面地展示了具有含蓄东方美的旗袍,包括旗袍的历史演变、传统的制作工艺,以及选择旗袍的方法和保养时应该注意的事项等。^[4]孙彦贞《清代女性服饰文化研究》本书探究满汉女性服饰文化的传承演变,将汉族传统女性服饰的形成同少数民族服饰文化的冲突交流做简略的历史回顾。^[5]陈云飞《穿旗袍的西湖—解读百年旗袍审美文化》,通过编写不同的社会地位、社会角色人物穿着不同款式、风格的旗袍,全面、深刻地剖析了旗袍对中国女性、中国女装市场所做的贡献。

旗袍的造型、款式变化随着社会文化、经济、政治的变化而变化。旗袍造型的变化趋势是从平面结构的宽袍大袖演变到立体结构凸显女性曲线的合体旗袍。

在旗袍款式研究上提供了大量资料的《近代中国女装实录》,包铭新作者通过实物图片将鸦片战争到新中国成立之间的女装旗袍的款式展现地淋漓尽致。^[1]

^[1] 袁杰英. 中国历代服饰史[M]. 高等教育出版社. 1994 年.

^[2] 袁杰英. 中国旗袍[M]. 中国纺织出版社. 2002 年 1 月.

^[3] 刘瑜. 中国旗袍文化史[M]. 上海人民美术出版社. 2011. 6.

^[4] 徐冬. 旗袍[M]. 时代出版传媒股份有限公司, 黄山书社. 2011. 9. 第一版.

^[5] 孙彦贞. 清代女性服饰文化研究[M]. 上海世纪出版股份有限公司. 上海古籍出版社. 2008. 6 第一版.

^[1] 包铭新. 近代中国女装实录[M]. 东华大学出版社. 2004 年 12 月.

徐冬的《旗袍》提供了丰富的现代时尚旗袍的图片,对中国旗袍传统工艺的镶、滚、嵌、荡、盘、绣等的介绍;将传统工艺与现代技术的结合,给传统旗袍加入了新鲜元素。^[2]刘元风的《服装设计学》刘老师从美学、设计构成学、服装心理学、市场营销学等角度,对服装设计做了全面的、系统的讲述,配有文字说明和大量的图片,对未来旗袍的设计提供了很大的帮助。^[3]袁仄的《现代服装设计学》中分别介绍了服装设计的基本原理与方法,包括主题定位、风格定位、系列及颜色、面料等设计技术。并对时装款式、颜色、面料流行规律的预测,时尚信息的搜集与分析方法作了专题介绍。^[4]

有关旗袍发展方面的研究,《2006 年中国旗袍市场现状分析及发展研究报告》中对中国旗袍市场现状做了深入的市场调研,通过调研得知旗袍市场现状的优势与弊端,在此基础上对未来旗袍的流行趋势作了初探。^[5]关培元的《新潮旗袍—服装设计的民族化与时代感创作初探》中探讨了旗袍的传统民族文化研究与现代时尚文化的审美思维研究,列举图片的形式,探讨了如何将传统民族文化与现代时尚文化高度统一的研究。^[6]张朝阳、窦俊霞的《旗袍的发展与结构分析》中强调旗袍的结构造型要与人体结构完全吻合,旗袍是最适合表现东方女性的丰腴与风韵。^[7]胡月的《关于民族传统服装新生思考》指出民族文化和传统文化在现代服装产品仍然存在着,并在某种层次上得到了增强。争取做到本土文化和世界文化、传统文化和时尚文化的融合、发扬和创新。

世界各地的服装设计师被悠久的五千年的中国传统文化深深地吸引着。旗袍的极致造型和东方韵味深深打动了国外设计大师们。早在 1941 年巴黎高级女装设计师巴伦西亚加将旗袍的元素设计到晚礼服上,裙身采用旗袍的直线型裙体,裙身摇曳,直线流畅;领子采用旗袍的中式立领,淋漓尽致地表现出礼服的端庄与细致。国际著名高级女装设计师迪奥,于 1957 年推出一系列春夏礼服,礼服风格中国风十足,其中两款礼服极具中国旗袍的特点;裙身直身,侧面高开衩,造型挺拔婀娜,凸显穿着者的高贵典雅。20 世纪九十年代中期,世界时装舞台

^[2] 徐冬. 旗袍[M].时代出版传媒股份有限公司. 黄山书社. 2011. 9. 第一版.

^[3] 刘元风. 服装设计学[M]. 高等教育出版社.

^[4] 袁仄. 现代服装设计学[M]. 中国纺织出版社.

^[5] 2006 年中国旗袍市场现状分析及发展研究报告. 中国市场研究中心.

^[6] 关培元. 新潮旗袍—服装设计的民族化与时代感创作初探[J]. 中国服装 1987 年第一期 12—13.

^[7] 张朝晖; 窦俊霞. 旗袍的发展与结构分析[D]. 2005 “中华杯”国际服装论文.

兴起东方风，中国的龙凤、祥云吉祥图案以及汉子形象都被西方设计师应用到设计中。中国大襟袄上的圆弧形下摆、疙瘩儿、立领等多次出现在设计中。^[1]中国旗袍的款式没有西方裙装繁多复杂的装饰，却更直接地反映女性的自然美，这种美来自于穿着者的内涵与气质。正因如此，旗袍成为中国传统服装的代表，更是中国经典服装的代表，被世界接受和赞扬。

^[1] 95 年春秋夏季东京时装发表会流行趋势概述[J].《时装》1955 年第二期 32—35.

一、旗袍的演变

旗袍是中国传统服饰的代表，是体现东方女性身材和魅力的中国服饰代表。旗袍能够表现出女性的独特韵味，具有东方特色的形式美感及含蓄美感，是中国传统文化和多元文化不断融合、发展的产物。旗袍的演变是中国传统文化不断传承的体现，旗袍在中国多民族、多文化的背景下，在不断继承、完善、发展、创新的中国旗袍才如此灿烂辉煌。

1. 1 旗袍的起源

旗袍是经过社会的变革、制度的改革由清代时期满族妇女穿的袍服演变而来。
(见图 1. 1)



图 1. 1 清代身穿各式旗袍的宫廷贵妇

(来源《旗袍》徐冬，全国百佳图书出版单位，2011 年第一版)

在形制上历代袍服的款式、结构有很大变化。早期中原地区的袍服一般裙身宽大，底摆长至脚踝，袖肥大而宽阔，袖口处收缩；而流行于北方少数民族地区的袍服与中原袍服恰好相反，一般为圆领、右衽、带扣袂、窄袖，腋下部位收缩、下摆宽大，两侧或四面开衩。随着少数民族地区与中原地区人们的文化交融，少数民族穿的袍服被传入中原，被汉民族接受，并发展成为人人都穿的大众服饰，

旗袍就是大众服饰其中一种。

1. 2 旗袍的演变

近百年旗袍的变化非常大，变化千姿百态，变得风情万种、婀娜多姿。服装形式的变化受文化发展的影响。随着社会的发展，制度的变革，人们的生活方式和审美发生变化，旗袍演变出多彩多姿的款式与颜色，美不胜收，让人应接不暇。

1. 2. 1 清代的传统旗袍

满汉文化的融合是中国服饰文化在清代时期最大的变革，旗袍泛指旗人所穿着的旗装，是满汉文化变革的重要标志。旗袍单从字面了解泛指男、女旗人所穿的长袍。到清朝后期，满汉民族妇女的袍服仍然风格交融，服饰差别日益减小，旗袍逐渐流行全国。满族贵妇的旗袍面料多为绸缎，图案大多选用吉祥纹样。^[1]

（见图 1. 2）清朝中前期经济的逐步发展，封闭的农业社会拥有大范围的耕地面积，农作物大幅度的增加，经济领域呈现了蓬勃发展的局面。清代的手工业规模也逐渐扩大，对外贸易急剧增长，一直保持着贸易顺差的局面，刺激中国经济发展起到了非常大的作用。工商业的发展又刺激了城市欣欣向荣的发展，此时经济的快速增长、城市的繁荣发展使旗人女袍变得繁琐、奢华。

^[1] 高卫红. 浅谈旗袍文化与魅力[J]. 今日科苑. 2009 年, 3. 第 103 页.



图 1.2 清代末期汉族女性的裙套装

（来源：《旗袍》徐冬，全国百佳图书出版单位，2011 年第一版）

从鸦片战争到辛亥革命，帝国主义的侵略使中国经济受到很大的冲击，内忧外患、国力衰弱，中国出现了“被开放”的发展，人们的思维理念、生活方式、穿衣观念也出现了保守与开放的更替时期。当时旗袍的款式、整体造型轮廓仍然沿承清代中期的宽袍衣身，线条简单顺直，但中国当时受西方社会文化影响，旗袍也慢慢地发生变化，袖子变短并缩紧，露出手腕；旗袍身长缩短到脚踝，色调清素淡雅，装饰手法上去繁求简，盘绣、镶滚等制作工艺减少，旗袍风格趋于简约、素雅。可以说，清代满族妇女所穿的长袍与汉族女子服装的特点相互融合，演变而来现代的旗袍，当时的旗装才是真正现代意义上的旗袍前身。

1.2.2 近代的改良旗袍

辛亥革命结束后满清王朝灭亡，随后的民国时期中国服饰文化出现了跨时代的变化。民国时期的国民服装特点是中西方文化的交融，西学东渐使旗袍演变成

为国民服装。

辛亥革命推翻了满清统治，废除了中国千年的封建制度。临时任命国家大总统孙中山通过强令的方式进行服饰改革，废除满朝的服饰、辫发，穿着服色自由，这些意味着清朝历史文化结束，新时代、新文化的到来。在中国传统服饰文化中，服装的主要功能是表示穿衣者的社会地位、身份以及职业。民国时期中国服饰最大的改变是废除了中国数千年的穿衣等级制度。议员、部长、总统等政治高层领导人穿的服装，人民教师、大众商人也可以穿；学生可以和老师穿同样的长袍，至于穿什么颜色、质量的面料都可以自由选择，没有制约。只有在舞台才可以看到清朝时期的官帽、形色不同的礼服和官服。民国时期彻底清除清朝官员的服装及服饰，但旗袍保留下来，融入西式设计，呈现新的旗袍款式，成为民国时期汉族女子主要的服装样式。（见图 1.3）



图 1.3 身穿马甲旗袍的汉族女子



图 1.4 穿旗袍的母亲和孩子

（图 1.3、图 1.4 来源：《旗袍》徐冬，全国百佳图书出版单位，2011 年第一版）

辛亥革命后社会发展处于跌宕起伏的转折时期，导致经济发展不平衡，服饰变化也出现不平衡的状态，出现了新旧、中西并存的局面。随着西方文化的传入，服饰的款式、颜色、造型受到影响，旗袍也受到很大的改变。西方纺织品大量涌入中国，使当时旗袍的面料种类丰富，质地柔软、挺括有弹性，做出的旗袍特别

合体舒适,受到广大女性的青睐。当时上海女子已经开始流行烫卷发、高跟鞋,身穿合体旗袍,而此时其他省份有的妇女还穿三十年前大镶滚边的袖衣,脚被裹成“三寸金莲”。^[1] 19 世纪洋务运动提倡“中学为体,西学为用”,积极倡导民众向西方学习,向世界潮流看齐。^[2]到了 20 年代末,受西方文化影响旗袍款式有了明显改变,如腰身收紧、开衩变高、裙身变短,旗袍的腰线变的更合体,更能展现女性凹凸有致的曲线特征。^[3] (见图 1.4)

20 世纪二三十年代,旗袍受西方女裙装的影响,腰身收紧合体,袖口变小,裙身变短,开衩提高,造型上非常相似于西式直腰女裙。旗袍在中国非常普及和流行,几乎每位都市女性的衣橱里都会有一两件旗袍,是都市女性喜爱的日常服装。

1.2.3 现代时尚旗袍

在改革开放的影响下,促使经济发展、人民生活水平提高,中国服饰发生很大的变化,款式新潮、颜色丰富、材质优良逐渐成为衡量服装的标准,此时的服装款式各式各样、花样繁多。由于生产技术的提高、物质资料的丰富,可以制造出各种颜色、花纹、质地的纺织品,为旗袍流行的款式、造型设计提供了基础的保证。人们已经意识到穿衣不仅是为了保暖实用,更是一种文化。中国旗袍在有选择的保留了传统工艺、图案等基础上,更重视表现和表达人体曲线美、高端优雅的外在气质。直到今天,旗袍的延续与发展,旗袍真正成为中国传统服饰中的经典。

随着改革开放的带动下,人们的审美意识受到影响,人们追求时尚,讲究穿戴。很多青年开始关注服装款式、面料颜色以及图案的设计。中国服饰的发展趋势是传统经典与新潮时尚并存,在这种趋势下,传统的旗袍款式与现代的时尚款式活跃在时尚的 T 台上。20 世纪末,电影《花样年华》为旗袍提供了一个向世界展示的平台,电影中女主角张曼玉把旗袍的特征表现的淋漓尽致。张曼玉穿着旗袍展现出含蓄、内敛与温柔,纤巧的中式立领,裙身合体表现出挺拔的身躯;

^[1]袁英杰.中国历代服饰史[M].北京:高等教育出版社,1994年,第217页.

^[2]刘伟伟.对中国旗袍文化之美的符号学解读[D].山东师范大学,2010年.

^[3]王丽华.服饰文化[M].呼和浩特:内蒙古出版社,2005年,第157页.

精准的开衩高度走起路来轻盈摇曳，处处显得旗袍精致、高雅、性感。精致的盘口锁住关键的部位，展示出独特的精致。旗袍是中国经典服饰中的代表，充满了含蓄的美。（见图 1.5）



图 1.5 电影《花样年华》旗袍

（来源：<http://image.so.com>）

到了 20 世纪 30 年代，旗袍在保持中国传统文化内涵的同时，又融合并演变出中西方文化交融的现代旗袍。在一些工艺处理、裁剪方法、面料运用、细节设计、图案选择等方面有了很大的变化，要求更合体，更注重造型。比如中式的立领采用西式荷叶领、西式翻领；袖口采用荷叶袖等；单开襟变为左右开襟并镶花边；结构上采用腰省、胸省变得更合体，之后又出现过琵琶襟、对开襟、连身袖等形式。^[1]（见图 1.6 和图 1.7）

进入 21 世纪，中国地位的不断提提高，中国服饰文化备受世界时尚国家的广泛关注，不论在国际杂志、T 台以及国际市场上都能看到中国的服饰。21 世纪的现代时尚旗袍整体造型注重整体、结构严谨、线条流畅，不加过多的元素装饰。裙子的两侧开衩方便行走的同时，又修饰了腿部的纤长。凹凸有致的“S”型形体是现代旗袍最稳定和最有特色的元素之一。国际著名的中国影视演员巩俐在奥斯卡国际电影节的颁奖晚会上，一袭中国旗袍引起了“旗袍热”的时尚风暴。（见图 1.8）此后，诸多外国明星也都选择旗袍出席国际活动，从而打破只穿西方晚

^[1]陈庆菊. 从旗袍看中西文化的差异与融合[J]. 湖南行政学院学报. 2004 年 27(2). 第 45 页.

礼服的局面，成为国际的带有国家传统服饰文化的代表。^[1]



图 1.6 20 世纪 30 年代穿旗袍的女人



图 1.7 20 世纪 30-40 年代中年女性穿的

旗袍

(来源:《旗袍》徐冬, 全国百佳图书出版单位, 2011 年第一版)



图 1.8 中国女星巩俐出席戛纳电影节穿着旗袍

^[1]毛敬. 中国旗袍及向世界的传播[J]. 淮北职业技术学院学报. 2009 年 3. 第 34 页.

(来源: 中新网)

1.3 旗袍的审美特征

旗袍是中国传统服饰的典型代表,面料的采用,款式和颜色的设计以及图案的选择,不仅反映了过去历史时期生产力的发展状况和科学技术的发展水平,而且与当时的社会审美意识、经济发展状况、政治形势、民族韵味、文化精神等有着紧密的联系。由此可见,旗袍的盛衰与变化是中国服饰史发展的转折点,是中国近现代社会的意识形态、经济、政治、制度的深刻变化。

1.3.1 旗袍的物质特征

旗袍作为中国女性传统服饰的代表,表现东方女性的独特韵味和温柔儒雅的品质。高贵细腻的丝绸质地、严谨流畅的结构线、华美绚丽的色彩渲染出女人的柔美与温润,细致精良的镶、滚、嵌、盘、绣等装饰工艺,最终呈现一件简约、凝练的中国传统服饰——旗袍。

1.3.1.1 旗袍的色彩之美

旗袍自身是一种将中国传统服装与现代服装的结合的产物,作为经典服饰代表的旗袍也将色彩使用达到了一种新的极致。色彩本身都有着自己不同的语言,诉说着感受,对于不同的时间、地点,将不同的色彩配合使用将会产生不同的审美感受,有的色彩会给人热情洋溢、自由奔放,有的色彩则会给人清新淡雅,成熟稳重的感受。

红色作为中国传统色的代表,在节日中最常使用的颜色主题色彩。红色是一种富含丰富感情的色彩,是喜庆活跃温暖的代表。红色被放到旗袍上搭配使用,使人感到一种强烈的温暖,使人感到充满了力量。(见图 1.9)

黄色的黄字与皇子同音,因此在中国的传统色上黄色是一种代表着权利,代表着尊贵象征着身份的颜色。黄色本身拥有不同的表现,因此也被大量的使用到旗袍上。不同层次的黄色给予人们不同感受。

绿色是自然的颜色，能体现出穿旗袍人的优雅、娴适的气韵。穿着绿色的旗袍彰显一种自然、生长、清幽，会让人想到自然中的花花草草，带来一种自然的感觉。

蓝色是一种深邃的色彩，代表着智慧与理性的色彩。穿着蓝色的旗袍的女性会因为蓝色的而感到一丝清凉。

紫色是一种混合色，由热情洋溢的红色与宁静致远的蓝色混合而成。在古代紫色由于难以被调制而变得稀有，因此紫色也是一种高贵、奢华的象征。（见图 1.10）

黑色象征着黑暗与沉默，代表了庄重干练的本质，自身却又显得神秘。

白色是一种最为简单却又不简单的颜色，彰显了神圣，最能体现高雅、纯洁的颜色便是白色。在满族人的眼里，白色是象征着祥和之意，在很多旗袍上都会配以白色花边。

旗袍的色彩是一种经典，不同的色调有着不同的表现，要么如工笔画精雕细琢绚丽多彩，要么如水墨画悠远高雅，却带着一丝丝的质朴。



图 1.9 红色旗袍



图 1.10 紫色旗袍

(图 1.9、图 1.10 来源:《旗袍》徐冬, 全国百佳图书出版单位, 2011 年第一版)

1.3.1.2 旗袍的造型美感

在中国五千年的历史中出现了很多具有代表性的传统民族服饰,然而旗袍能从众多民族服饰中脱颖而出成为代表,与其特有的造型密不可分。

旗袍是上下一体的服饰,结构紧密,曲线优美流畅。这种曲线既能体现中国女性的曲线美,体现了中国的含蓄,具有中国哲学理念“天人合一”的特征。在经历了岁月的洗礼之后所形成的廓形结构与东方格调,成就了旗袍永恒的经典,深刻的影响到了海内外的设计们,让人难以忘却。

旗袍的立领是旗袍设计中最值得称赞的部分,将女性的颈部装饰的高贵迷人,立领的设计既代表着传统的中华民族对于贤良淑德,典雅知性的欣赏,同时也代表了端庄、严谨、不容侵犯的含义。直托脸部的设计像枝叶一般撑起了脸庞这一朵娇艳的花朵,给人以无限的美好。最具代表性的就是旗袍额元宝领,配合着下摆,静中带动,带有一种“守”的境界,从而被设计师们所称赞不已。(见图 1.11)



图 1.11 旗袍的各种领型

(来源:《旗袍》徐冬, 全国百佳图书出版单位, 2011 年第一版)

旗袍的开衩是一种为了方便走路行动的方便,同时走路时双腿的时隐时现,略带朦胧的感觉,这种“露”与“遮”代表了传统与现代的结合。

1.3.1.3 旗袍的质地美感

如果说色彩与造型是旗袍的灵魂,那面料就是旗袍的躯体,是形与色所附着

的基础。在不同的历史阶段旗袍面料的选择是有所不同的,不同的面料也具有不同的格调和特点,或高贵艳丽,或者质朴淡雅。在选取制作旗袍的面料要依据穿着的季节,所处的环境以及用途和穿着人群的年龄、职业、体态等去选择适合自己的面料。

不同的颜色搭配不同的质地的面料会碰撞出不同的火花,毛料质地的面料体现庄重与知性;丝质面料或者纱织面料则体现旗袍的清幽与柔和,体现一种宁静致远的感觉。花丝绒由于其面料的自身图案和颜色鲜艳而不浮于表面,又不失庄重,彰显高贵与典雅:纯棉质地的旗袍,带给人一种祥和温暖的感觉。现如今,随着科技的发展,有更多不同质地的面料被生产出来可供选择,人们依据自己的喜好突出自己的个性美,将不同的颜色和不同质地的面料进行搭配穿着。

1.3.2 旗袍的精神特征

1.3.2.1 身份的象征

旗袍可以说是西方人开始关注并了解中国的代表,不同于西方将上衣和裙子连接的连衫裙,与东欧俄罗斯布拉吉制式也不同,和同样是亚洲国家越南的长衫也存在很大的差异。所以这种带有独特中国韵味的服装成为了东方女性的象征性形象,被誉为是上乘之作也不算是夸大其词。如今的旗袍,在其廓形、面料、色彩、装饰纹样、内涵寓意都是中国从古代到现在历经上千年中服装的精华沉积,是我国优秀传统文化的继承。世界也因为中国的旗袍开始想要了解中国,认识中国。因此我国在1929年将旗袍定为我国的“国服”,因为旗袍早已经被世界认为中国最正式的礼服,旗袍不仅仅被国人所赞美,同时也受到了世界各国的欢迎。

旗袍不仅仅是我们的国服,也是我们大众百姓的所喜爱的全民服装,根据不同的场所,不同的身份,使用相应的面料和颜色及图案纹样进行裁剪制作穿着,凭借旗袍简单却不失韵味的结构,廓形优美,式样具有代表性,可以完美体现出穿着女性的曲线美,成为一道靓丽的风景,这种美的展现被作为是我国对整个人类服装文化发展的伟大贡献之一。旗袍可以说是整个中国女性引以为傲的服装,受到了国人的宠爱和赞扬。最大的体现就是当今中国与世界各国交往中,中国仍将旗袍作为中国女性的代表进行推广,尤其是如今在中国派驻世界各地大使夫人

在参加各种国际宴会、仪式，节假日活动时，高雅的旗袍必定是整个活动中最要耀眼的明星，被众人所聚焦成为大家赞美的主题。中国每年出访其他国家的政府使团中政府要员的夫人或者女性官员都会将旗袍作为出访必带的服装之一。因为旗袍作为一种极具识别性的服装，是一种身份的象征，在中国参与国际之间的交流活动中有着传播的作用，可以让更多的人认识中国了解中国，对中国在世界上的形象有着不可估量的作用。（见图 1.12）



图 1.12 习近平携彭丽媛见巴基斯坦总理谢里夫

（来源：新华网）

1.3.2.2 文化的象征

一个民族的文化 有很多部分组成，服装便是最重要的组成部分。全世界之所以有各种各样的服装是由各个地区民族自己特有的文化而形成的。不管是否以自己特有的形式存在，它们的出现必然存在一定的联系。世界各地的服装当然不是一直在自己的地区封闭传承，在历史的岁月中各大洲的服装发展都在相互影响相互碰撞。都在学习彼此服装的优点，因此每个民族服装的发展都是存在着相互联系。反映了这个地区或者国家当时的文化特点。作为我国服装典型代表的旗袍就是有着悠久的历史，最初形成于我国的少数民族满族服装，随着历史岁月的变迁，旗袍逐渐也在不断变化，直到今天形成深受我们国人喜爱的制式。旗袍这种现如今代表这整个中华文明，衬托着中国女性高贵典雅的气韵。不同的年代都拥

有自己特有的文化,表现出不同年代的独特,每一次变革都是为了变得更加适应潮流,更加出彩。旗袍本身就是一个文化符号,依靠其独特的优势有着其他服装无可代替的地位。五千年的华夏文明铸就了旗袍的文化底蕴之美,成就了旗袍在中国悠久历史中的地位。

旗袍在我国是集我国文化之精髓的大成之作,是我国民族文化意识形态的代表之一。一个时期的民族文化是通过各种形式展现出来,而所处时代的服装正好便是最为核心的组成部分,不管人们是否因为岁月的变迁,理念的变化,喜好的转变,这些改变都无法去除民族文化给我们打上的深深印记。民族文化就像是基因植入在我们的身体里无法被抹去,这与我们所生存的环境、对审美的理解、道德的积淀有着密不可分的联系。我们的服装文化与民族文化是一种相互依存并且一脉相承的关系。

在古代人的社会生活中都存有着当时的生活观念、方式、伦理道德以及女性的形象,这些都深深受到了儒家文化的影响。因为中国自古以来这种自给自足的农业生产方式决定了中国人喜欢过清静悠闲的生活,充满危险刺激的活动不受中国人的欢迎,因此我们的服装都是宽衣大袖长衫,显示自己生活的富裕和高贵的身份,外形随风飘逸洒脱,对于人们之间的吟诗作对、舞笔弄墨,最能体现当时中国人的生活状态,安静祥和一直是中国人的追求。中国人在社会礼教潜移默化的影响下,强调自尊自爱。古代女性的身体曲线被藏在密不透风的服装中,因此女性展示了她们高贵、优雅、内敛、温柔的形象。旗袍是早期满族的服装,传统的旗袍是直身宽松肥大的,没有收腰的设计,将女性包裹的很严密,甚至露出脖子都是大不敬,被看做是一种耻辱。

旗袍可以说是中国女性服装的典型代表,旗袍的服装文化不仅融入了中国的传统文化理念,将特有的东方韵味融入到服装的装饰和配色上。将传统与现代的结合,不失传统文化的底蕴又与时代的脚步同行,因此旗袍走在了中国传统民族服装的最前列。

1.3.2.3 艺术的象征

就艺术的层面来看旗袍的艺术之美,旗袍的艺术价值是不可估量的,在艺术家们的眼里,旗袍是被着重表现的艺术瑰宝。无论是设计大师加利亚诺、刘家强,还是电影美学大师王家卫、关锦鹏。这些大师们从不同的角度去阐释旗袍的

美,传播着旗袍的艺术价值,同时也将旗袍创造成一种符号,这种符号便是作为华夏文明一脉相承的代表。但是艺术的表现又有不同,例如电影导演王家卫对于旗袍的表现是一种性感的魅惑,相比关锦鹏导演的朦胧中的怀旧和消沉,艺术的表现就是那么的多种多样。在此之上艺术家们也对旗袍进行了自己的艺术在加工,从而产生了不一样的艺术风格。

我们国家的传统艺术是多种多样的并且都有自己的不同的审美体系和艺术价值观念,但是每一种传统艺术形式相互之间都有着多多少少的联系,相互影响,相互渗透。旗袍既体现了中国传统文化中的“铺锦列绣”和“出水芙蓉”之美,也渗透着中国传统绘画艺术的技巧,在相互映衬中找到艺术的共鸣。

旗袍在很大的层次上就是中国绘画的一种表现,旗袍整体结构制式中的“藏”与“露”便是中国绘画中的所特有的绘画理念是相通的。这种“虚实相间”的理念在中国画中的展现就是墨色的不断的多层次的渲染、精于勾描的叙述,以高深的留白技法,将这些形式杂糅之后使用形成摄人心魄的视觉冲击。中国画中的精于勾描如同旗袍的“铺锦列绣”有着异曲同工的联系。而中国画中的留白技法就如同旗袍的出水芙蓉一样,有着此处无声胜有声的境界。这两种艺术美的形式在中国的传统艺术中相互依存相互补充,在整个中国美学历史发展中一直延传着。“铺锦列绣”和“出水芙蓉”在岁月的长河中也在不断地调整转变去适应新的时代审美,因此旗袍才能不断延续自己在民族服装代表地位。

二、时尚文化的概述

2.1 时尚文化的概念

时尚,是指一段时期内,由部分人特别是年轻人所追求新潮独特、盛行一时的思想观念、举止行为、文化语言和生活方式等。^[1]我国著名社会心理学家、社会学家孙本文这样给时尚定义的:所谓时尚是一定时期内大众崇尚的样式、款式“style”。在实际使用过程中,时尚就是一段期间在某个地域、阶层或社会上无组织地在群体间快速传播、广为流行,被很多人追求和效仿。

众所周知,现今人们所说的时尚已经超出时装的范畴,延伸到人们工作和生活等多个方面,大的内容分为以下两大范畴:一是物质类时尚,二是精神类时尚。

对于时尚的概念研究,具体有以下观点:

(1)时尚是人对向往生活的追求和效仿。这其中主要表达两个意义:一是表达人们对时尚有主动追求的权利,追求时尚、追求个性是自我价值的体现。但在追求、效仿的过程中,人又是被动的。这种现象体现了社会的价值标准,受到社会制度的制约。其二,时尚代表一种生活模式,影响范围广,阶层多。

(2)时尚在现代社会被一群人追随并被广泛流行的现象。拥有社会普遍性,属于一种相符行为。这种行为是个体因为某种主客观原因而产生的与他人的意志、行为相符合的行为。

(3)流行具有传统文化的延续性和时尚文化的现代性。流行现象有很大的时效性,盛极一时,过往不复。相反,很多时尚现象拥有反复性。其中服装产品的流行反复性比较有代表性,例如:现如今流行的手工编织毛衣是小时候八九十年代曾流行过的。

^[1] 贺雪飞.论时尚文化的成因及其话语特征[N].当代传播,2007(3).

(4) 时尚的流行没有组织群体宣传, 由喜欢时尚、追求时尚的人们自发的一致行为。

(5) 追求时尚生活的人们是感性的、有鉴赏力的, 虽然从中得不到物质上的利益和价值, 是人们精神生活的享受。

(6) 往往追求时尚的人们服从新奇原则和奢侈原则, 促成人与人之间相互模仿, 已满足内心的虚荣。

时尚是社会物质文明和精神文明发展到一定程度才产生的, 是一段时期内上流社会传播、流行的大众心理现象和社会行为。现代人喜欢追求和享受高品质的现代生活, 从而创造了时尚, 使时尚成为大众生活中的热点。时尚的短暂性, 导致时尚不会停留在被大众广泛关注的流行情境中, 而是受天时、地利、人和的多变因素影响而短暂变化。由此, 可以说时尚在一定程度上拥有很强的引导力和号召力, 深刻影响着现代人们的思维理念和行为方式。

文化是一个复杂、难以解释的问题, 中外学者关于文化概念的解释都做了各自观点的阐述, 至今已有上百种的定义。不同社会背景、角色的人对文化有着不同的理解, 通常文化包括语言、音乐、文学、绘画、雕塑、电影等。有时文化也指文明。汉语言中文化是“人文教化”的缩写。文化的前提是有“人”, “文”包括语言和文字, 是“人”的基础和工具。^[1]

通过这个定义可以总结文化三方面的内容: 其一, 文化是在人类社会历史发展中产生的。^[2]文化来源于社会实践, 随着社会实践的发展而变化, 与同期的社会背景和历史背景相适应。也可以说, 物质是文化产生的基础。其二, 文化是一个综合体。文化中一部分内容的变化会影响其他内容变化, 或有时以戏剧性的方式发生。^[3]其三, 人的意识形态对文化的其他方面起着决定性作用。文化行为是观察不到的, 是人们共享的信念、理想和价值。

时尚可以使人们的生活环境和工作环境更加美化, 随着时尚文化的不断更新, 美化也不断地发生变化, 表现出与曾经流行的时尚相似或相异, 相似便是对过去时尚的传承, 相异便是新时尚的流行。时尚经常被人误解等同于时装, 是因为时装是时尚最直接最直观的表达。正如法国诗人波德莱尔所言: “人类关于美

^[1] <http://baike.so.com/doc/5366095-5601798.html>.

^[2] 饶会林; 王晓玲; 陈安国. 城市文化与文明研究[M]. 北京, 高等教育出版社, 2005. 6 页.

^[3] (美). 威廉. A. 哈维兰; 翟铁鹏; 张钰译. 文化人类学[M]. 上海, 上海社会科学院出版社, 2006. 45 页; 36 页.

的观念被铭刻在他的全部服饰中,无论他的衣服有褶皱,或是线条流畅,时尚久了会表现在他的面部线条上,人最终会像他自由的样子。”^[2]时尚对周围的事物影响范围广,时尚包含着丰富而深厚的历史、文化符号,可以反映出社会发展、变迁中复杂的社会关系和文化形态。从历史演变的角度看,时尚是许多社会现象的初始,因此时尚被纳入到文化的范畴,称之为“时尚文化”。

时尚文化对现实生活发挥着重要的作用,引起了众多心理学家、历史学家、社会学家的关注,他们对时尚给出了自己的理解。^[3]法国结构主义哲学家巴兰·巴特运用符号学的原理,指明时尚是现代社会的隐形消费,终极目的是为了获得经济上的利益;最为经典的代表是齐奥尔格·西美尔在《时尚的哲学》中提到:“时尚是‘特定范式的模仿’是人们追求社会流行的活动和意向,满足个性化和独特的心理欲望,是二者结合的生活形态之一的社会现象。”^[4]

2. 2 时尚文化的表现形态与表现形式

时尚文化是由整个社会文化和人类文明的多年沉淀演变而形成新的大众文化。时尚文化是现代人的思维方式和价值观念的演变,同时也是人行为规范、社会地位外在表现。时尚文化的表现形式构成分为两类:物质实用性和精神审美性。一类是通过有形的物质材料制作出来的时尚产品,是实用美观的具体物体的存在形式;一类是以观念、思想、语言等形式存在的表现形态。

2. 2. 1 时尚文化的表现形态

时尚文化既包括实用、美观的有形物质形式,又包括无形价值的精神文化理念,以促使心理需求、文化主题、时尚概念的构成和传播。时尚文化的表现形态多种多样,包括城市、传媒、消费、艺术、偶像文化等,并且文化之间存在必然

^[1] (美) 西尔维娅·简. 超级模特儿[M]. 内蒙古: 内蒙古人民出版社, 1997.

^[2] (法) 罗兰·巴特. 流行体系——符号学与服饰符码[M]. 上海: 人民出版社, 1997.

^[3] (英) c·w 瓦伦丁. 美的实验心理学[M]. 北京: 北京大学出版社, 1991.

的关联性。

现代时尚文化形态带有鲜明的时代特征,被广泛传播和流行于思维活跃、善于发现新鲜事物并勇于接受新事物的当代年轻人中。在人们的日常生活中很多事物都是起初在年轻人当中发现和传播,随后逐渐流行到其他年龄的群体中。当今,通讯行业流行的是玩微信、刷朋友圈。微信起初只被年轻人下载存储在手机里使用,随着使用的人数增多很快被迅速流传到其他年龄段的人都在使用。人们通过微信平台与家人、朋友分享所有关于时尚的文化。腾讯 QQ、手机微信和网络邮箱等全球化的通讯技术是继报刊、广播、信件等之后的传播媒体。它们凭着信息资源丰富,使用方便、效率高、消费低的特点使它成为传播时尚信息的最便捷方式。语言是时尚文化里较为显像的方面,现代的流行词语包括:学霸、校花、屌丝、奇葩、超赞、微博等,这些流行词语丰富了人们的生活,时尚文化也通过语言的流行得以传播。

“时尚发源于大都市”是因为时尚的年轻人更喜欢生活和工作在孕育时尚文化的大都市里。更多的大学生毕业后选择到北京、上海、广东等这样的一线城市择业。因为经济发达的一线城市拥有先进的科技、一流的教育,就业机会多、竞争力大、节奏快,使刚从校园毕业的年轻人能够充分发挥自己的能力获取更大的回报。由此,大都市汇聚着来自不同地域、背景、文化、习俗的不同种类的城市文化。这种由不同思潮和形式构成自由式的文化发展,是现代化社会设想建造的多元化文化形态。城市文化是人类文明发展的产物,城市被视为人们理想的居住场所。

现代社会经济的发展倾向是鼓励消费、刺激消费,以消费促进生产、带动时尚。对于消费者来说,消费可以满足他们爱慕虚荣的内心需求;对于生产者来说,他们可以以刺激消费为目的不断地推出更时尚的新产品。消费水平的高低可以代表人们生活水平的好与坏,因为是在人们的收入后产生的支出情况。现代的年轻人喜欢买名牌甚至买奢侈品。目前,中国已成为世界第二大奢侈品市场,普通的白领为了买的起奢侈品而省吃俭用,一些官员为了购买奢侈品而腐败贪污公款。在他们的消费观念里,质量与实用功能并不是购物的关键,注重的是能够体现身份和地位的名牌知名度和昂贵的价格。

现代流行的时尚生活方式中生活文化显得尤为重要,与人们的衣、食、住、

行等息息相关。生活文化包含饮食文化、旅游文化、服务文化等,涉及人们饮食、起居、交通、购物、旅行、运动等各个方面。显然,生活文化具有广泛的实用性可以使人们受益很多。生活文化是具备物质条件前提下,通过开心快乐、健康积极、多姿多彩的生活方式,使人们享受到生活的快乐。例如在饮食文化上,现代人喜欢追求营养和色香味俱全,注重营养搭配的健康性。同时,中国很多地方的老字号小吃也是饮食文化的一部分。在服装文化上,既要跟随潮流、突出自我,又要安全舒适、有助健康。在家装文化上,越来越注重风格,不仅要美观实用,还要绿色环保无污染。总之,生活文化随着生活水平的提高,人们的衣、食、住、行都体现着时尚文化,时尚文化在生活文化中得到表达和发展。

2.2.2 时尚文化的表现形式

时尚文化的表现形式是把真实材料制作出带有具象造型、鲜明色彩、质量合格的产品。这些产品拥有实用性、观赏性,是科学技术和时尚艺术的综合体。时尚文化的表现形式包括科技与时尚生活相结合的大、小电器产品、家具家居产品、服饰时装产品,这些产品是人们智慧的结晶和科学技术发展的成果。进入 21 世纪,日新月异的科学技术,让时尚的产品设计得以实现,也将人们无限的创意设计付诸实现。^[1]使这些时尚产品的艺术价值越来越高,不仅产品功能强大,而且外观越来越美观时尚、新颖。评比时尚产品的好与坏主要看中它的外观审美特征,是现代产品提高自身竞争力的重要一面。

现代社会家用电器的产品各式各样,功能齐全,是技术与时尚文化相结合的主要产物。人性化、智能化的产品设计可以满足人们生活多方面的需求。操作简单、便捷,而且现代电器的功能开发的越来越人性化、科技化,机器可以记住客户的长期使用习惯,在工作前设好程序,机器可以自动工作。例如现代电饭煲的预约功能,可以预约 24 小时的做饭时间,使人们下班到家之后就可以吃到刚做好的米饭。产品功能先进的同时更重视产品人体工程学的科学性,使人们在使用过程中更安全和舒适。例如家庭服务机器人,机器人可以帮助擦拭户外的窗玻璃,减少人们擦不到、不安全的事情发生。机器取代了人的活动,让人类的生活变得

^[1] 邓跃青. 时尚文化与现代时装设计[C]. 上海: 全国服装科技创新与发展论文集, 2006 年.

更舒适更安全。同时,更重视产品的外观设计,外观造型不仅要使用方便、特征鲜明,颜色搭配要时尚好看;重点考虑产品设计的材质选择,选择节能并且环保的节约能源、促进社会和谐发展的节能环保材料,既是现代化产品设计的发展方向、也是工厂企业奋斗的目标。^[1]人们的生活每时每刻都离不开生活用品,从一日三餐用的厨具、餐具到休息娱乐用的家具、家居产品,种类繁多,丰富多彩。生活用品的设计不单指是一件用品,也是一个具有创意和时尚的装饰品。(见图 2.1)这是一个多功能时尚竹制水果篮,采用天然竹片压制竹胶板切割而成,可以拉伸,立体感十足;表面经过炭化高温处理,环保、耐用、无异味;展开支撑后就是时尚的艺术感水果篮,合并时可以挂在墙上做装饰,也可以放桌面起到隔热的效果,竹香竹色,多用途环保家居装饰用品。



图 2.1 多功能时尚竹制水果篮

(来源: <http://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.0.0.Ut6yvm&id=36260469465&ns=1#detail>)

服饰产品和时尚文化关系最为直接和密切,是时尚文化中最典型的部分。平常人们说的时尚,更多指的是时尚服装;时尚文化更多指的是服饰方面的文化。通过广播电视媒体、杂志及国内外服装周 T 台展示着最新的流行趋势和时尚资讯。服装是人们了解时尚文化最直观、最简单的途径。服装是时尚文化的真实载体和价值承担者,是技术和艺术相结合的产物,既要满足穿着实用性又要满足表达审美两方面的功能。人们穿着服装不仅要满足遮体避羞、保暖御寒,更多的是为了体现身份和地位,表达自己穿着风格、个性,提升形象、美化环境、影响他

^[1] 桂元龙 ;杨淳.设计解码产品编码[M].南昌.江西美术出版社.2004 年.第 5~7 页.

人等，所以服装是表达心理深层次多方面的载体。服装不单是一件衣服的名称，更是一种文化的表现，它的形成和功能包含多方面的因素。

2.3 时尚文化的审美特征

、“时尚”无论是作为一种社会现象还是作为一种社会理念，都是以多种多样的形式存在展现在生活的各个领域，与各个群体都有着密不可分的联系，所以很难把“时尚”的界线分得清清楚楚。时尚文化的审美特征主要表现物质特征和精神特征。

2.3.1 时尚文化的物质特征

物质是不断变化的，因此时尚也会随着社会发展不断的更新。如果时尚与当代的流行主题相悖，不再被当前的人们流连忘返，那就失去了时尚的物质意义。

在哲学上，物质是指不依赖于意识的客观实在，表现在时尚方面就出现了两种形式。第一种形式就是以“新”形式，即时尚产生的不是从人类产生就存在的，不是因为人们有了意识就产生了时尚，而是随着科学技术的发展、社会的进步才出现的事物。比如我们现在使用的笔记本电脑，就是从一个大型的简易计算机的基础上发展而来的，就是一个“从无到有”的新事物；第二种就是“从旧到新”的形式，换句话说就是之前曾经存在过，随着时间的发展，在原来的基础之上赋予新的时代精神，呈现出截然不同的新面貌。比如最具有中国传统服饰特色的唐装、旗袍，随着人们对技术的掌握程度和新时代要求的变化，在保留其基本特色的基础上，款式变得越来越简洁，面料越来越舒适，使其更适合现代人穿着。无

论是日常穿着或是出席宴会都十分得体的服装。

2.3.2 时尚文化的精神特征

各种科技、文化、艺术、观念的涌现构成了时尚的主流，不但丰富了我们的日常生活，对经济的发展也起了一定的促进作用。

马林诺夫斯基认为，一切文化存在于生活中是因为它们对生活具有一定的功能性作用。时尚是在社会物质财富发展的基础上建立起来的，并成为一些特定群体的身份特征。现如今的一部分高级白领女性对穿衣打扮都有着相对很高的要求，她们认为价格昂贵的名牌香水、化妆品、服饰、鞋品以及箱包都是高级身份的标识。这样的生活消费不是所有高级白领都能达到的。时尚也是一种文化的体现。就拿服饰来说，纵观从古至今的国内外服饰，都体现着当时社会的思想文化。中国古代魏晋时期，人们崇尚“魏晋玄学”，因此时下大多数人的穿衣打扮都是“宽衣博带”；到了宋代，理学思想成为社会思想主流，由此，宋代的服装都是相对比较修身、窄小的服装。从服饰的特征来观察，虽然不能切身体会当时的生活，但是也不难想象出当时人们的服饰文化特征。在当今社会，每当炎炎烈日的夏天到来之际，城市的街头总是有一些时尚的布衣族穿梭其中。在某种程度上来说，服装不论是在古代还是现代，都不仅仅是为了遮羞、蔽体而存在的，而是某种精神思想的寄托。

2.4 时尚文化与传统文化的关系

中国在改革开放之前很长的一段时间，人们大多数没有文化、缺乏知识，思想守旧、闭关自守，使中国传统文化得不到推广和传播，又不接受外来西方文化。在改革开放之后，随着社会进步、经济发展，人们的生活水平、思想观念、审美水平发生很大的变化。致使现代人过多的追求物质时尚、观念时尚、行为时尚和审美时尚等。事实上，现代的人们开始意识到时尚文化对传统文化的冲击与颠覆，忽略了时尚文化与传统文化之间相互转化的互动关系。

2.4.1 时尚文化基于传统文化

任何一种流行的时尚都不是捕风捉影，都是拥有事实的根据。不论是风靡一时的流行风尚，只要经过众人的追逐和模仿，祖代相传下去，沉积之后变成传统文化。如果流行的时尚文化缺少文化内涵，那么它的流行周期是短暂的，而且不被后人所记录和传承。传统文化是曾经的流行文化赋予深刻的文化内涵而被堪称传统文化中的经典文化。目前，流行的时尚文化无论如何广泛传播和流传，最终将会变的平庸而被遗忘。只有赋予文化内涵才能深刻影响到人们内心的认知。学习传统文化，有助于提高文化品位和文化审美能力，构建健康的人格文化。只有在传统文化的指引下，流行的时尚文化才会成为经久不变的经典时尚文化。

中国国粹“京剧”堪称中国传统文化之最，至今已有二百多年的历史。国粹京剧曾经是繁盛流行、开创先河的向世界宣传中国文化的艺术之最。戏曲艺术家梅兰芳先生代表中国到世界十几个国家访问演出，结识了苏联作家高尔基、俄国戏剧表演理论家斯坦尼斯拉夫斯基、英国喜剧演员卓别林等国际艺术大师。可见，中国京剧艺术被人们所喜爱和尊重，也更能深刻地理解时尚文化基于传统文化，如今的时尚文化将会被后人传承的传统文化。

2.4.2 时尚文化传承传统文化

不同时代有着不同特定时期的文化特征。随着时代的变化，旧的文化慢慢落后而衰退。它会以新的形式、新的元素融入新的文化当中，从而形成新的文化特征。正因如此，流行时尚会反复出现在不同时期形成周期性的循环。在现实生活中，时尚文化和传统文化有着密切而复杂的联系。传统文化可以孕育出当代时尚文化，时尚文化也可以积淀成为传统文化。

中国民族乐器，历史悠久，文化源远流长。同一时期，西洋乐器及乐曲传入中国，中国乐曲借鉴了西洋乐曲中新的元素。2003 年中央民族乐团演奏的《女子十二乐坊》在日本登台演奏，一举成名，生动地诠释了时尚文化继承传统，将传统文化时尚化。以全新的演奏方式演奏传统乐器，激情奔放、不拘一格取代了

态度严肃、墨守成规的传统演奏方式，不仅使中国传统民乐奋起兴盛，演出次数和唱片发行量更是创造了世界乐坛的新纪录。传统乐器获得全新的演奏方法，中国传统民乐很快成为人们追逐的时尚文化。

2.4.3 时尚文化发扬传统文化

当代的信息社会，不论是时尚文化还是传统文化都需借助大众媒体进行传播。以央视“百家讲坛”为例，讲坛上讲师们以现代时尚化的讲解方式，通过网络、电视等媒体将古老的传统文化传播给大众。只有将传统文化时尚化，才能达到传播预期的效果。如今，越来越多的传统文化应用到现代传播中，传统的中国元素加入到时尚的现代传播中，向外界展示民族传统文化的内涵和特色，从而让世界深刻的了解中国文化。孔子学院在国外的成功创建，为传承中国传统文化开创了先河，相信时尚化的传播方式会将中国传统文化阐扬光大。

21 世纪是世界文化融合的时代，中国作为第三世界的发展中国家，拥有丰富的文化底蕴。茶文化是中国饮食文化的精髓，中国传统的茶文化已经被人们视为流行的休闲时尚文化。因为喝茶可以改善身体健康而被现代人重视。随着休闲茶馆开设在大街小巷，喝茶已成为新兴的休闲娱乐方式。传统的茶文化与新世纪的茶文化相比，显得后者与现代生活的融合更为紧密，成为国际性的时尚文化，被现代人接受并让人们感受到时尚文化在对传统文化继承与发扬，被世界接受的时尚文化。

三、长春市现代女性对现代旗袍观点的调研与分析

为了解时尚文化对现代女性以及对现代旗袍审美特征的影响,本文首先通过访谈法向具有代表性的访谈对象了解基本情况和获得重要信息后,再通过问卷法,确定现代女性受时尚文化的影响具体发生哪些变化。

3.1 现代旗袍市场的现状

3.1.1 旗袍市场调研

笔者通过查阅文献资料和实地考察(北京、上海、南京)的研究方法,对中国发展较好的45家旗袍品牌的市场基本现状进行调研(见附录1),通过图表显示的内容可以看到旗袍市笔者通过查阅文献资料和实地考察(北京、上海、南京)的研究方法,对中国发展较好的45家旗袍品牌的市场基本现状进行调研(见附录1),通过图表显示的内容可以看到旗袍市场发展的现状,发现市场发展的好坏与所处的城市发展、经济收入、人文历史有相关联系。中、高端产品占据主要市场份额,批量生产是旗袍企业的生产方式。高级定制的旗袍生产多是以纯手工加工的方式为主,导致生产效率低,价格高昂,大众消费者望而却步。这种现状对中国旗袍的传承与推广造成严重障碍。

3.1.2 旗袍市场的现状分析

(1) 国内一线省份的旗袍品牌较多,并且中高端产品占据份额较大。

通过调研的数据显示分析:一线省份的旗袍品牌较多:北京占据27%,南

京、上海占据 24%，广东、深圳各占 9%，苏州、杭州各占 8%，其他省份城市占约 15%。由此可见，经济发展较快，并且拥有历史文化背景的城市旗袍品牌发展较好，市场对中高端的旗袍需求较大。

(2) 旗袍市场以中高端品牌为主，实际批量生产的旗袍品牌较多。

通过对旗袍产品的档次及生产类型调研得知：中端和中高端的旗袍产品占 60.7%，中低端的旗袍产品占 23.8%，高端的旗袍产品占 15.5%。数据显示得知，旗袍市场以中端和中高端的产品为主，而价格昂贵的高端产品只有小部分消费者的追随，使得高端产品因精细的工艺、优质的面料和时尚的设计很难得到推广和传播。并且在调研的品牌中，批量生产的品牌居多，占调研总数的 53.8%；批量生产兼定制其次，占总数的 29%；高级定制仅有 8 个品牌。高定和定制是高端的产品，批量生产兼定制多为中高档产品，中低档产品多为批量生产。

3.1.3 影响旗袍市场发展的原因

(1) 现有旗袍产品不能满足不同年龄阶段对旗袍的需求。

笔者在对北京、上海、南京服装商场的实地考察中发现，定制及购买旗袍产品的消费者有着不同年龄阶段，因此，旗袍产品设计要满足不同年龄对象的需求。目前市场，旗袍产品的设计更多侧重于年龄稍长的需求，导致年纪较轻的青年女性买不到称心如意的旗袍产品。在商场调查发现，年龄在 27—38 岁的年轻女性大多侧重于颜色素雅、大方得体的中端旗袍设计；年龄在 40—55 岁稍长的中老年女性会侧重选择典雅、端庄的高端旗袍设计。而且消费者的社会角色和职业的不同，对旗袍风格的选择上也有所区别。

(2) 中端的旗袍品牌偏少。

通过调研数据显示分析：在一些相对不发达的二线、三线城市和地区仍有大量低端和杂牌旗袍品牌，中端的旗袍品牌偏少。虽目前有些相对应的消费群体，但随着经济的发展，人们的生活质量提高，对选择服装的要求也相应有所提高，这些低端和杂牌的品牌会逐渐被淘汰，取而代之的是中端的旗袍品牌。中端的旗袍产品以适中的价格优势满足更多消费者的需求，批量生产的中端产品以工期短、产品好，节约时间和人力成本的优势迎合市场需求。

(3) 高端旗袍品牌尚待发展，二线、三线城市缺少中高端旗袍产品。

经调查发现，高端的旗袍产品在旗袍市场已有了相应固定的购买者。他们更多的是社会名媛、明星以及高品质高姿态的现代知性女性。目前，旗袍市场上一些高端品牌是曾经百年旗袍老店，继承了百年老店的传统工艺和高级服务，致力于创造出传统与现代结合最好的旗袍产品。随着社会的进步、经济的发展，现代社会中国女性的学历、经济收入、社会地位也逐步提高，她们对选择服装的要求也越来越高，在调研中得知，她们的衣橱里都会摆放几件拥有中国文化风格韵味的服装，以备出席一些国际宴会、仪式、节假日活动时穿着，高端旗袍更是不可缺少的。

值得关注的是很多女性对高端旗袍的产品及品牌不了解，例如一些百年高级定制店。通常这样高级旗袍定制店的产品一级，但对提升品牌知名度和宣传力不够，导致非本土生长的人不知道这些好的旗袍产品。而且在二线、三线城市缺少高端及中高端旗袍产品，中高端的旗袍品牌屈指可数，买不到如心所愿的旗袍。

(4) 旗袍产品缺少传统文化与时尚文化的结合，缺少简约舒适的现代旗袍。

目前，服装公司的服装设计师大多数是 80、90 的年轻设计师。80 年代是中国服饰发展和时尚观念复苏转变的时代，西方文化和港台时尚传入中国，80 年代的年轻人受潮流、时尚的影响更多。因此这一代人缺少对中国传统文化的了解和对传统文化审美的认知。90 年代在高端、富有人群中已经实现了中国服装与世界时尚的同步，人们开始认为追求奢华、高贵是生活的目标，崇拜名牌是高品位的表现。过多盲目地吸收外来的服饰文化，忽略保留传统服饰文化特色的同时结合现代时尚文化审美特点设计符合现代女性对旗袍的穿着要求。

通过市场调研得知，旗袍产品相对稳定购买频率较多的顾客群是从事与文化、艺术、管理等企事业的高级白领、职员、官员和教师等，这类消费人群倾向简约雅致、大方舒适的款式设计，既适合上班时穿着又适合下班后与亲朋好友聚会等娱乐活动。事实上，旗袍市场的产品更多的是推崇高贵、华美、妩媚的设计，这类产品太过奢华，身体而被束缚着，适合参加类似公司宴会、单位年会这样的活动，不适合平时工作时穿着，更不适合简单放松的朋友、家人聚会时穿着。

3.2 长春市现代女性与旗袍的调研与分析

3.2.1 访谈调研

访谈调研又叫访问调查法和询问法,包括面对面、电话或书面等沟通形式。访谈调研是向被调查者了解实属现状和获得需要资料的一种调查方法,是市场调研搜集资料最常用、最见效的方法。

(1) 访谈目的

了解长春市现代女性受时尚文化的影响,关于生活方式、消费观念、文化理念等都有哪些改变。并初步明确现代女性对服装的要求,以及对现代旗袍产品的要求。通过与从事服装相关专业的受访者深度交谈后获得的反馈意见,可以反复修改调研问卷的设计,为了让被调查者更容易明白和接受调查问卷的内容和问卷形式,以使调研结论具有准确性和代表性。

(2) 访谈内容

访谈内容首先以受访对象的主观反馈意见为主,并以客观观点对未来旗袍市场的发展提供建议性的意见。并向受访者保证以下访谈内容和个人信息的安全性。本文根据访谈目的列出十条访谈内容。(附录 2)访谈结束后,受访者填写个人基本信息,包括年龄、教育程度、职业、专业背景、生活环境、月均消费水平。

(3) 访谈实施

本文选取对旗袍有深度认知并同意接受访谈的十位女性作为访谈对象,其中 2 位访谈对象是服装设计专业教师,2 位是服装商场经理,4 位是本科毕业后从事三年服装设计的服装设计师,4 位是在读满族服饰研究的硕士研究生。

进入深入访谈时,访谈对象自由广泛的阐述自己的观点和看法。对于目前的市场现状,有着相同的反馈信息,也存在不同的社会角色有不同的观点。每一位

的访谈时间控制在 50—60 分钟。

(4) 访谈总结

通过访谈总结出,现代社会赞美女人语言用的更多的是知性贤惠、大方得体、善良体贴。由此可见,现代社会女性美丽的标志不是外貌服饰多么漂亮,服饰品牌多么奢华,而是女性由内而外散发出的品质与气质。现代社会的女性更多的希望兼顾家庭和事业,选择在不同时期侧重有所不同。她们受时尚文化的影响,观念的变化越来越明显,对于已经工作的人来说,更注重自我价值的实现和与周围同志、客户、朋友的人际关系;在生活中,更注重生活品质和如何享受生活。

受访人群中,三分之二以上的人穿过旗袍,并且穿过旗袍的人偏爱中国的传统服饰,旗袍就是其中的典型代表。平均每人有 2 到 3 件的旗袍,都是在商场购买,旗袍的平均消费价格 1500 元,最高的在 2000 元以上,最低的在 800 元左右。一件是春夏款,一件是秋冬款。而且,喜欢旗袍的人能很好得遵守 TPO 服饰原则。

现代女性更多的是把旗袍当作礼服穿着,一般多在参加宴会、仪式、节假日的朋友聚会等活动穿着。而工作中穿着多的是由于办公环境较优越的女性。即使其他工作性质、职业的女性想工作时穿着,也会受到工作环境、交通等方面因素的制约。所以想要把旗袍让更多的现代女性选择,步入现代女性的生活和工作,现代旗袍就必须符合现代女性的生活和工作特点,在保持原有传统的基础上对其进行改造创新。

3.2.2 问卷调查

(1) 问卷内容

本文调查问卷的内容,一部分以访谈中能够直接反映现代女性特征且答案出现频率较高的问题,另一部分通过访谈确定时尚文化对现代女性具体产生哪些影响,以及在旗袍的选择上提出哪些要求。(见附录 3)

(2) 问卷调研实施

问卷实施主要以两种方式,一种以纸质形式在长春市高端商场随机发放,另一种以电子版形式通过网络发放,包括 QQ、邮箱、网络问卷发放给家人、朋友、同学等。在调研过程中逐一向被调研人答疑解惑,以保证问卷的质量,反馈的真

实性。

如果对多个变量进行分析时,样本数量应以研究变量的 10 倍以上为最佳。

^[1]本文共有问题 20 个,所以应发 200 份问卷。本文调研问卷共发放 300 份,有效问卷 278 份,样本有效率为 95 %。

通过对 278 名不同年龄、教育程度、职业、专业背景、生活状态、收入情况、月均消费水平、兴趣爱好的女性进行问卷调研,针对现代女性对旗袍的审美选择、档次、穿着环境、购买方式等方面的调查分析,最后总结出现代女性受时尚文化的影响,生活方式、消费观念、文化理念发生变化,随之对现代旗袍有哪些新的要求。

3.3 时尚文化对现代女性的影响

通过问卷调查,得出现代女性生活方式、消费观念、文化理念发生哪些变化,以及对传统服饰的关注度和对现代旗袍的要求,助于有针对性的对现代旗袍改造创新,在设计理念上更能符合现代女性对旗袍的审美需求。

3.3.1 生活方式的影响

现代女性的生活方式受时尚文化影响发生很大改变。服装款式及形式受生活方式的制约和影响。首先,交通工具的变化。过去,人们外出上班主要的交通工具是骑自行车和步行,当时女装的裙装形式受交通工具的制约不可过紧,保证骑自行车时方便活动。而随着经济的发展,科技的发达,汽车成为现代人们主要的交通工具。经济条件好的家庭,都买起了私家车,女性驾车已成了现代社会的主流。随着交通工具的改变女装的结构设计也发生相应的变化,以适应新的交通工

^[1]王恒学. 基于大学生生活方式愿景的服装营销定位研究[D]. 西安工程大学. 2009 年.

具为依据进行变化。^[1]以使不论是宽松自由的结构、还是合体收腰的结构，都可以适应驾车出行。在这种新交通工具的形式下，无论是上下班还是参加活动都可以穿高开衩、合体的旗袍驾车出行。

其次，现代女性崇尚自尊独立、经济独立。她们不仅做好家中的“贤妻良母”，更是事业上的“职业女性”。现代女性在现代社会生活中的地位很高，而且充当着很多社会角色，出现在各种社交场所中。现代女性在新的社会形制下，社会角色的改变，大多数人遵循了服饰 TPO 原则，即出现不同场合、不同时间、不同地点，对服装的款式、颜色等具有不同的要求。由此，就需要设计出新的服装样式以适应生活方式的改变。

快节奏的生活方式，使现代女性对服装有更新的要求。21 世纪是一个快经济、高科技的时代，伴随着网络的普及和生活节奏的加快，马路上多了更多的私家车和公共汽车，出现了高峰堵车的现象发生。导致下班准备回家换衣服参加聚会、活动的女性为此而急躁。可见，服装的款式、颜色、造型等不能同时满足日常上班和参加活动穿着。由此服装为了符合女性生活方式的改变，要有所变化，以满足现代女性的新要求。

3.3.2 消费观念的影响

通过问卷调研结果显示，购买旗袍的主要消费群年龄集中在 28—50 岁之间，这个消费群体的年龄跨度较大，包括拥有稳定的工作和收入的年轻女性，和社会地位较高、收入较多的中年女性。年纪较轻的女性购买旗袍的价格在 600—1000 元之间，年龄稍长的女性购买旗袍的价格在 2000 元以上。大多数消费者在商场购买旗袍产品，只有少部分消费者通过网络购买。

消费行为是社会行为的一种，是生活水平提高的标志，受整个环境的各种因素制约，包括年龄、职业、月收入水平等都会影响消费行为。随着新思潮、新时尚、新的价值观念传递国内，深入到现代人们的生活中，并且影响着人们的审美意识、消费观念和购买行为。服饰等轻工业是市场经济的重要组成部分，极大地充斥着女装市场向国际化的发展方向。

^[1] 流行与环境——漫谈服装流行(二) [J]. 中国服装 1991 年第三期第 10~11 页.

随着市民收入的提高,生活质量的改善,购买力直线上升,现代人对服装也有了新的要求。人们的消费观念已从过去的“经济实用型”转入现代的“美观体面型”,不再是单纯地对商品本身的消费,而是越来越注重商品的精神价值和情感意义。现代商业社会的消费特点是注重产品的外在形式美而忽略了产品的实用功能。这一时期的服装,已逐渐成为人们向外界展示生活质量、兴趣爱好、消费水平以及表达自我的标志。受流行时尚的影响,人们都有了自己着装的审美情趣。此外,全球各地广泛的出现了电子商务,人们可以通过网络支付进行各种买卖活动。由此出现了网络买家、卡奴、试客等新的网络消费群体。网上购物的出现,丰富了人们的消费方式,同时更是变向的在鼓励消费、刺激消费。

3.3.3 文化理念的影响

受时尚文化的影响,现代社会消费者越来越注重服装风格、品牌理念和个性的穿衣风格。通过问卷调研得知,年纪稍长的中年女性较看重旗袍的面料质感、颜色以及品牌的知名度;年轻的女性较看重旗袍的款式、风格,面料的图形设计以及品牌理念。

从购买旗袍数量上看,两个年龄段的购买数量十分接近。调研数据显示说明,年轻女性是未来旗袍市场的主要购买群体。可见,现代的年轻知识女性既具有现代的时尚气息又有传统的文化美德,她们既喜欢时尚又钟爱传统文化。但是,过于传统的旗袍对于这一消费群体已经过时。只有将传统文化与现代审美意识结合起来,才能得到更多现代女性的认可和欣赏,旗袍市场才会日渐扩大。

本文在前面提到服装产品是时尚文化的物质表现,服装不仅具有款式、颜色外,还具有每个服装品牌特有的文化理念。服装文化应按服装风格定位,并通过服装风格和广告宣传向消费者传达。定位服装文化要充分地考虑当下人们受时尚文化的影响,清楚大家都倾向哪种生活方式和心理状态。如果在这样的情况下找到这个文化支点,就会很容易引起人们的注意并喜欢接受。例如女装品牌“白领”在一次发布会上展示出带有中国风格的现代服装,将中国元素的京剧脸谱、汉字设计在服装上,向消费者传达中国传统文化与现代服装完美的结合精神,这种结合将成为传统文化时尚化的流行趋势。

3.4 时尚文化对旗袍审美特征的影响

3.4.1 旗袍文化符号的影响

旗袍是中国传统服饰的代表,是由满族女性的一种袍服演变而来。经过多年的演变后,旗袍被人们看成为女性的典型服装代表。旗袍经历了皇宫贵族的繁华落尽,经历了十里洋场中的妩媚多姿和性感妖娆,到今天成为最具有视觉效果中国服饰品代表性和中国认知度最高的中国文化符号。

旗袍不仅是事实存在的服装,更是中国文化的代表,不论是东方人还是西方人都知道旗袍所指代的国家,就如同和服指代日本,纱丽指代印度一样。旗袍作为中国文化的代表,可以让有很多联想和想象,我们可以自觉不自觉的对这个文化符号进行着回忆,脑海里可以出现旧上海时的舞厅,可以看到从弄堂里走出来穿着旗袍的苏州姑娘,还可以联想到香港避风塘里穿着旗袍的苏丝黄。我们从旗袍的过去可以联想到很多画面,对旗袍的审美情节不断地进行着鞭策,最后被旗袍的各种审美情节所包围。

对艺术美感而言,旗袍无疑是美的,是艺术家着重表现的美之物。无论是服装设计师谭玉燕、刘家强,还是导演王家卫、关锦鹏,都在向外界展示旗袍的美,同时也在创造着旗袍的文化符号,即旗袍背后中国文化的联想与想象。对于旗袍的表现又有不同之处,例如设计师刘宝强设计旗袍性感、妖娆,导演关锦鹏表现的旗袍怀旧、典雅、颓废和消极。艺术家使用旗袍作为中国文化符号的同时,又对旗袍进行符号的再创新设计,由此产生不同艺术家的艺术风格。由此,旗袍的附加值就是通过这样的鞭策,随后又通过消费者,最终生成旗袍的商业符号。在旗袍的购买和自我穿着或观看他人穿着中,通过对旗袍所代表的中国文化符号以及相关的各种想象,享受着作为一个中国文化忠诚者的快感。当今的商业社会中,旗袍作为文化符号的商业性因此而出现。

3.4.2 旗袍形制的影响

中国传统服饰的审美特征，历来追求“天人合一”，不强调服装与人体的关系，而注重穿衣者的整体形象。传统汉民族的服装特点是形式简单、宽衣大袖、宽衣大带，服装的自然美被人们接受并欣赏，体现了传统汉民族平淡随意、委婉含蓄、柔静娴雅的审美特征。随着时尚文化的传入和影响，人们的审美观念发生转变，突破了中国女性着装庄重、严整的传统思想，抛弃了繁多的装饰和复杂的形式，更加注重了不同场合，不同身份，应如何选择旗袍的面料、颜色、图案以及款式；更强调了不同的场合特点选择不同风格的旗袍。

通过对现代女性与旗袍的调查，得知现代女性日常生活中经常出席的场合有职业场合、社交场合、休闲场合。出席不同场合，她们会根据出席场合的时间、地点、目的选择服装，使自己的着装与时间、地点、目的协调一致；并且在不同场合中经常会选择穿着不同面料、颜色、款式风格的旗袍。

面料方面，职场中现代女性穿着旗袍的材质通常会选择祥和温暖的纯棉质地和轻盈飘逸的纱织面料，纯棉质地的面料质地柔软、吸湿性强，穿着舒适；社交时参加各种宴会、仪式通常会选择能够体现庄重、知性、高贵的毛料、真丝以及花丝绒，精纺毛料质地顺滑、触感丰满、光泽自然温和，是高档旗袍的首选面料；与朋友、家人休闲时更多会选择质地柔软的纯棉面料或清爽、柔和的丝质面料，丝质面料质地柔软、手感柔和，穿着凉快舒适，更适合旅游、度假休闲时穿着。

颜色方面，现代旗袍的颜色与传统旗袍最大的区别就是颜色更为丰富和大胆。因现代女性知识文化水平的普遍提高，场合不同对于色彩的要求也比较讲究。适合职业女性穿着的颜色应以稳重有权威的颜色为主，如：海军蓝、灰色、炭黑、淡蓝、黑色；对于适合参加典礼，朋友之间聚会的时候应该以颜色亮丽、华丽为主。能突出女性的品味，衬托女性的肤色。如：金色、艳丽的粉色和红色。如果需要彰显自己独特的个性也可以选择黑色的长旗袍，给人有神秘的感觉。社交场合旗袍的颜色范围比较宽泛，主要是以突出自己的风采和韵味为好；休闲时间现已成为大多数女性最能够让自己放松快乐的场合，旗袍应该选择代表明亮、活泼、有亲和力的颜色，如：鹅黄、天蓝、草绿、西瓜红等纯度明亮的颜色。

款式风格，旗袍的款式设计主要在领型、袖型、前襟、开叉等部位设计。通过市场调查，得知现代女性在社交场合中参加大型会议、仪式时，通常会选择

旗袍的前襟设计成带有传统、古典韵味的如意襟、方襟；端庄、严谨的中式高立领或元宝领；袖子为长袖、半袖或无袖的设计；开叉位置在膝围线之上，不宜过高，表现出现代女性知性、稳重、端庄，拥有文化内涵的现代时尚气质。平时工作和休闲时会更多选择穿脱方便的直襟、琵琶襟等设计，领型会选择无压迫、舒适的低立领或无领，开衩位置相对高一些，方便上下班走楼梯和平时的走动。

3.5 现代女性对旗袍的审美要求

传统与时尚既是相互矛盾的，又是相互交融的两种文化。传统曾是过去流行性的时尚，经得起考验的时尚将来会成为传统。时尚表现在事物的外表，传统潜藏于事物的内心。如何准确地把握时尚与传统之间的关系，“不被传统所束缚，不被潮流所迷惑”，既可以从传统中吸取精华，又可以把握好时尚的尺度，只有这样才可以将时尚文化与传统文化并重。

3.5.1 抓住传统文化精髓，探寻时尚设计

我们要想抓住传统服饰文化的精髓，就要抓住传统服饰的造型特征和细节特点。结合现代时尚的生活方式、文化观念设计出适应现代生活的服装。通过对面料、面料颜色、工艺手法、装饰细节等方面探寻时尚创新。结合现代的审美特征和时尚的设计元素，让传统的旗袍装饰元素不古板、不守旧。

旗袍是中国传统服饰的经典代表，是体现东方女性稳重、含蓄的服饰极品。中国传统文化中追求意境，崇尚人与天、地、自然合为一体。因此，中国传统服饰的整体风格也具有写意、追求意境的特点。犹如中国画水墨画一样，表现出神形兼备、浑厚质朴的内在美。服装设计师应深入发掘中国传统服饰的内在精华，在传统文化的精华中创造新的设计灵感。吸取传统文化的营养，把文化体现在服装的风格中，实现文化与风格的内在统一，而不是外表形式的拼凑。优秀的设计师应准确的抓住传统服饰文化的精神，以传统文化为经，时尚文化为纬，将传统

与时尚、古典与现代的元素和现代的生活方式、现代的审美情趣相结合,设计出具有中国传统文化精神、民族韵味,又符合现代人审美需求的服装。

3.5.2 设计中国韵味的时尚面料

丝绸是最有中国特色的传统旗袍面料。丝绸质地丝滑,以其华贵、柔美的特征备受女性的青睐。虽然中国有最好的真丝材料,但真丝的染色和后期整理的技术不够达标,导致丝绸的图案纹样以及颜色达不到预期的效果,直接影响旗袍的效果。由此可见,现代的旗袍设计给面料的设计提出了更高的要求。应该设计出带有时尚色彩及图案的中国韵味面料,为旗袍设计师提供好看的旗袍面料,设计出带有时尚气息的中国式旗袍。同时,我们还要在技术上开发创新天然材料和现代材料,以满足不同消费档次的消费群体。挖掘传统文化的特点,结合现代时尚和品味的文化理念,设计出中国韵味符合现代审美特征的时尚面料。

3.5.3 传统与现代相融合

中国传统工艺有刺绣、抽丝、镂空、手绘等。刺绣是最常用的工艺之一,这里指的刺绣是传统手工刺绣,虽然电脑刺绣可以同样制作出来,但与手工绣相比,没有手工绣的自然、真实、柔软。一些复杂的、颜色变化丰富的创意图形,电脑刺绣是做不到手工刺绣的效果。所以,传统手工刺绣是值得珍惜保护的传统工艺方法。随着高级定制的旗袍逐渐被现代女性欣赏和接受,这种传统的手工艺也越来越有价值,从而被现代人们重视并对其进行非物质文化的保护。

服装设计师应关注现代人们的审美感受,挖掘表现中国文化的艺术形式,将本土的服饰文化与国际时尚接轨。某品牌旗袍设计师将苗族的绣片,赋予现代时尚的色彩,选择中国传统颜色的现代面料,制作出经典的旗袍款式,在前衣身做传统的镂空、丝带盘绕的工艺,结合时尚的亮片珠绣镶嵌,将中国传统元素的神韵设计其中,使传统工艺在时尚的旗袍装饰上又散发光彩。^[1]优秀的旗袍设计师应深刻了解中国传统文化,将创作思想与现代的生活方式、审美特点相结合,将

^[1]雷书元,《中国图案美[图]》,长沙:湖南美术出版社,1997年。

传统的民族元素与现代的时尚元素相结合,展现出既有中国服饰的文化精神和民族特质的旗袍,又符合现代女性的审美要求。^[1]

传统文化是人类社会历史的积淀产物。随着人们学习能力增强、文化水平提高,越有利于传统文化的传播。时尚化的传统文化符合现代人的生活方式,填补了现代人对传统文化认知的缺陷,使中国的传统文化得到广泛传播。

随着中国在国际地位的不断提高,中国的服饰风格又成为流行中的时尚。在充满时尚信息的商场里和社交场所上重新流行起来,设计师应从传统文化的精髓中找到设计创作的灵感,追求艺术美的神态、韵味以及神色。尊重传统文化致力创造时尚设计对服装设计师十分重要,直接复制不是对传统文化的时尚创新,需要融入时尚的创作思想,以现代的生活理念和新时代的文化精神重塑中国的传统服饰。从面料的颜色图案设计、旗袍的款式设计、裁剪工艺等多方面入手,如款式上基于传统造型的基础上注入现代的时尚分割,裁剪上更加适合现代女性的体型特征和品味,创作出既符合东方人的审美要求又受到西方人喜爱的时尚旗袍。并在服装的领子、袖子、底摆的边缘,以及扣子、滚边等部位加入现代的时尚装饰。如旗袍开衩的高低位置以及前后不对称的底摆长度、立领的高低位置、旗袍前后衣身的装饰元素和装饰手法,以中国旗袍的传统形制与现代时尚相互融合、有机地结合起来。巴黎的一家中式服装公司,在服装公司的多家服装店里可以看带有中国纹样的精美刺绣,由高档丝绸制作的旗袍产品,经过设计师时尚设计之后的中式传统服装,受到西方人和华人的喜爱。

3.5.4 中西方文化相碰撞

近年来,在国际时装发布会的T台上发现许多国际著名时装设计师从中国传统服饰文化中寻找创作灵感,设计出带有中国文化的自己品牌时装。曾经一位法国设计师这样说过:将东方文化作为创作的灵感源泉让人目不暇接,可见,在中国传统的服饰文化中存在让人不敢想象的经典被西方设计师采纳。西方的时装设计师把目光投向具有独特艺术韵味的东方文化,投向“神”“行”兼备、神秘而

^[1] 姚丽超.传统服装元素现代应用的注意事项[M].北京:中国民族出版社,2001年.第33页.

醇厚的中国文化，中国传统文化成为越来越多的国际服装设计大师吸取灵感，成为中西方文化相互碰撞的研究领域，是中西方服装设计师获取灵感永不干涸的源泉。

很早之前西方设计大师就对旗袍有很高的关注度，而最早提取旗袍元素的设计师应是巴伦夏加。早在 1941 年就在晚礼服的设计中运用了旗袍元素。此款是一条裙长拖地的大礼服，只有在礼服的领子上采用了中式立领的设计，礼服的衣身和袖子都采用中国传统旗袍的合体设计。早期最著名的迪奥设计师采用旗袍元素推出两款礼服，特别的 中式设计是裙身两侧开衩到大腿中部，廓形与中式旗袍几乎一致。1997 年加利亚诺将中国旗袍为灵感首次推出“中国姑娘”的成衣系列，其设计浮夸又经典，以中国紧身旗袍为性感、中国传统丝绸之奢华、中国珍珠装饰配件之独特引起轰动。加利亚诺此次设计的成功关键在于他设计概念的独特和独具匠心。此后，越来越多的东西方设计师以中国传统元素结合时尚潮流创作新式旗袍。（见图 3.1-图 3.5）



图 3.1 Tom Ford for YSL Rive Gauche 2004 秋冬系列



图 3.2 Louis Vuitton 2011 春夏系列



图 3.3 Philosophy by Alberta Ferretti 2011 春夏系列



图 3.4 Ralph Lauren 2011 秋冬系列



图 3.5 Jason Wu 2012 秋冬系列

(图 3.1-图 3.5 来源：VOGUE 时尚网)

结语

本文的研究重点主要分为四部分，一是对时尚文化和旗袍的概念、特点及审美特征做了归纳分析；二是对其时尚文化的表现形态和旗袍的审美特征做了相关的分析，通过自己的认知对时尚文化与传统文化的关系进行了观点的阐述；三是以市场调研（问卷调研和访谈调研）的形式，掌握旗袍市场的现状和时尚文化对现代女性和旗袍审美特征的影响。最后，总结出现代旗袍的审美特征和时尚文化对现代旗袍的审美要求，从而设计出符合现代女性需求的旗袍和旗袍文化是本文的研究重点。本文的研究成果主要有以下几方面。

其一，时尚文化与传统文化的关系。本文从三点阐述两者之间的关系，即时尚文化基于传统文化；时尚文化传承传统文化；时尚文化发扬传统文化；总结出任何文化都是拥有事实根据，只有赋予传统文化内涵的时尚文化才能深刻影响到人们内心的认知。传统文化可以孕育出当代时尚文化，时尚文化也可以积淀成为传统文化。

其二，通过实地考察对旗袍品牌市场调研得知，品牌市场发展的好坏与所处的城市发展、经济收入、人文历史有相关联系。中、高端产品占据主要市场份额，批量生产是旗袍企业的生产方式。高级定制的旗袍生产多是以纯手工加工的方式为主，导致生产效率低，价格高昂，大众消费者望而却步。并对影响旗袍市场发展的原因做了详细分析，为发展中的旗袍公司提供参考。

其三，为了明确现代女性对旗袍产品的要求，本文通过访谈法和问卷调研法，确定现代女性受时尚文化的影响，生活方式、消费观念、文化理念发生变化，由此得知，旗袍的款式及形式受生活方式的制约和影响。消费观念已从过去的“经济实用型”转入现代的“美观体面型”，不再是单纯地对商品本身的价值消费，而是越来越注重商品的精神价值和情感意义。现代的知识女性在文化理念上既具有现代的时尚气息又有传统的文化美德，她们既喜欢时尚又钟爱传统文化。

其四，通过了解现代女性受时尚文化的影响，得知现代旗袍的审美特征和对现代旗袍的审美要求，总结出如何准确地把握时尚与传统之间的关系，将创作思想与现代女性的生活方式、消费观念、文化理念、审美特点相结合，设计出既有中国服饰的文化精神、民族特质的旗袍，又符合现代女性的审美要求，为现代的

旗袍设计师提供参考。

参考文献

- [1] (法) 齐美尔格. 西美尔. 时尚的哲学[M]. 费勇等译. 北京: 文化艺术出版社, 2001.
- [2] (挪威) 拉斯—史文德森. 时尚的哲学[M]. 李漫, 译. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [3] 董超群. 时尚文化对青年大学生价值观影响研究[D]. 上海: 复旦大学社会科学基部, 2010.
- [4] 刘冠君. 论中国当代时尚文化的发展及正确引导[J]. 科学社会主义. 2008 (2).
- [5] 刘倩. 中国时尚文化形成的背景分析[J]. 西南民族大学学报(人文社科版). 2005 (5).
- [6] 袁杰英. 中国历代服饰史[M] 高等教育出版社. 1994 年.
- [7] 袁杰英. 中国旗袍[M] 中国纺织出版社. 2002 年 1 月.
- [8] 刘瑜. 中国旗袍文化史[M]. 上海人民美术出版社. 2011. 6.
- [9] 徐冬. 旗袍[M]. 时代出版传媒股份有限公司. 黄山书社. 2011. 9. 第一版.
- [10] 孙彦贞. 清代女性服饰文化研究[M]. 上海世纪出版股份有限公司. 上海古籍出版社. 2008. 6 第一版.
- [11] 包铭新. 近代中国女装实录[M]. 东华大学出版社. 2004 年 12 月.
- [12] 刘元凤. 服装设计学[M]. 高等教育出版社.
- [13] 袁仄. 现代服装设计学[M]. 中国纺织出版社.
- [14] 2006 年中国旗袍市场现状分析及发展研究报告. 中国市场研究中心.
- [15] 关培元. 新潮旗袍—服装设计的民族化与时代感创作初探[J]. 中国服装 1987 年第一期 12—13.
- [16] 张朝阳; 窦俊霞. 旗袍的发展与结构分析[D]. 2005 “中华杯” 国际服装论文.
- [17] 95 年春秋夏季东京时装发表会流行趋势概述[J]. 《时装》1955 年第二期 32—35.
- [18] 贺雪飞. 论时尚文化的成因及其话语特征[N]. 当代传播, 2007 (3).
- [19] 饶会林; 王晓玲; 陈安国. 城市文化与文明研究[M]. 北京, 高等教育出版社, 2005.
- [20] (美). 威廉. A. 哈维兰; 瞿铁鹏; 张钰译. 文化人类学[M]. 上海, 上海社会科学院出版社, 2006.
- [21] (美) 西尔维娅·简. 超级模特儿[M]. 内蒙古: 内蒙古人民出版社, 1997.
- [22] (法) 罗兰·巴特. 流行体系——符号学与服饰符码[M]. 上海: 人民出版社, 1997.
- [23] (英) c·w 瓦伦丁. 美的实验心理学[M]. 北京: 北京大学出版社, 1991.
- [24] 邓跃青. 时尚文化与现代时装设计[C]. 上海. 全国服装科技创新与发展论坛文集. 2006 年.
- [25] 桂元龙; 杨淳. 设计解码产品编码[M]. 南昌. 江西美术出版社. 2004 年.
- [26] 高卫红. 浅谈旗袍文化与魅力[J]. 今日科苑. 2009 年, 3.
- [27] 刘伟伟. 对中国旗袍文化之美的符号学解读[D]. 山东师范大学. 2010

年.

[28]王丽华.服饰文化[M].呼和浩特.内蒙古出版社.2005年.

[29]陈庆菊.从旗袍看中西文化的差异与融合[J].湖南行政学院学报.2004年27(2).

[30]毛敬.中国旗袍及向世界的传播[J].淮北职业技术学院学报.2009年3.

[31]王恒学.基于大学生生活方式愿景的服装营销定位研究[D].西安工程大学.2009年.

[32]流行与环境—漫谈服装流行(二)[J].中国服装1994年第三期.

[33]雷圭元.中国图案美[M].长沙.湖南美术出版社,1997年.

[34]姚丽超.传统服装元素现代应用的注意事项[M].北京.中国民族出版社,2001年.

附录

附录 1：表 1 中国旗袍品牌调研表

参考《中国旗袍品牌的现状与发展》查伟大

序号	品牌名称	品牌地点	品牌级别	生产方式
1	至上臻美	北京	高	定制
2	一布旗袍	上海	高	高级定制、定制
3	灵犀坊	北京	高	高级定制、定制
4	龙笛	上海	高	批量生产
5	吉祥斋	深圳	高	批量生产
6	杨、曹韵	北京	高	高级定制、定制
7	瑞蚨祥	北京	中高	定制
8	衣福中国	南京	中高	定制
9	旗袍林	桂林	中高	定制
10	素年锦时	香港	中高	批量生产
11	锦玺唐	深圳	中高	批量生产
12	娘子写	深圳	中高	批量生产
13	梦至超	杭州	中高	批量生产
14	颜颜服饰	上海	中高	批量生产
15	悦凤	上海	中高	批量生产
16	木真了	北京	中高	批量生产
17	荷花小轩	苏州	中高	批量生产、定制
18	格格旗袍	北京	中高	批量生产、定制
19	苏罗	北京	中高	批量生产、定制
20	江南旗袍	昆明	中高	批量生产、定制
21	逸红颜	上海	中高	批量生产、定制
22	懿菲	北京	中高	批量生产、定制
23	红馆	北京	中高	批量生产、定制
24	心悦坊	苏州	中	批量生产
25	秀观唐	深圳	中	批量生产
26	第五衣柜	广州	中	批量生产
27	凤翔歌	广东	中	批量生产
28	华邵	广州	中	批量生产
29	威芸	杭州	中	批量生产
30	唐朝服饰	广州	中	批量生产
31	凤禧	常熟	中	批量生产

32	吕氏华衣	杭州	中	批量生产
33	嫣之然	南京	中	批量生产
34	贻牌	上海	中	批量生产
35	宋氏旗袍	秦皇岛	中	批量生产、定制
36	荣萍	南京	中	批量生产
37	陶玉梅	南京	中	批量生产、定制
38	和生依裳	深圳	中低	批量生产
39	拈花微笑	北京	中低	批量生产
40	辛语旗袍	广东	中低	批量生产
41	唐之恋	临海	中低	批量生产
42	唐韵歌	广州	中低	批量生产
43	东方格调	上海	中低	批量生产
44	弈唐	广州	中低	批量生产
45	赐福旗袍	上海	中低	批量生产

附录 2：访谈内容

- (1) 你认为现代社会什么样的女人是美丽的？
- (2) 你认为家庭和事业哪个更重要？
- (3) 现代社会受时尚文化的影响产生很大的变化，关于时尚文化，你都有哪些转变？
- (4) 你每天遵守 TPO 服饰原则吗？你周围的人遵守的多吗？
- (5) 现代服饰和传统服饰，你更喜欢哪个？举例说明下。
- (6) 你穿过旗袍吗？你的衣橱里有几件？在商场买的还是量身定制的？
- (7) 在选择旗袍时，比较看重旗袍哪些方面？
- (8) 你会在哪种环境下选择穿旗袍？
- (9) 你对现代的旗袍产品满意吗？为什么不满意？
- (10) 你认为什么样的旗袍产品符合现代女性消费者的要求？

附录 3：现代女性受时尚文化的影响以及对现代旗袍要求调查问卷

尊敬的女士您好，首先非常感谢您接受本文的调查问卷。本次调查问卷的目的是了解现代女性受时尚文化的影响，具体发生哪些变化，和对现代旗袍的审美要求。请根据您的真实情况和真实感受填写。谢谢您的支持和配合！

注：请在相应的选择上打√或其他符号表示选择，电子版请用红色表示选择

您的年龄	20—30	30—40	40—50	50—60
您的职业	学生	公务员	私企员工	自由职业
您的教育程度	大专以下	大学专科	大学本科	硕士及以上
您的成长环境	都市	城镇	乡村	
您的月收入	1500 以下	1500—2500	2500 — — 3500	3500 以上
您的月消费水平	500 元以下	500—700 元	700—1500 元	1500 元以上
您穿过旗袍吗	常穿	偶尔穿	没穿过	
你通常什么时间穿旗袍	上班时	聚会时	出差时	其他时间
你的衣橱有几件旗袍	1 件	2 件—3 件	3 件—4 件	5 件以上
你购买旗袍一般会选去	市场	商场	定制店	不一定
你购买旗袍的价位是	600 元以下	600—1200 元	1200 — 1800 元	1800 以上
你的交通工具是	公交车	班车	私家车	出租车
您在业余时间里更多在做什么	运动健身	朋友聚会	商场购物	外出旅游
您买衣服的标准是	经济实用		时尚好看	
您对传统旗袍的看法	经典		过时	
您对现代旗袍设计满意吗	满意		不满意	
您认为现代旗袍哪里需要改进	设计思想	面料	工艺	其他

致 谢

三年紧张而又充实的研究生生活即将结束，在硕士毕业论文完成之际，我要向所有支持、关心、帮助过我的人们表示最诚挚的谢意！

由衷地感谢尊敬的导师包晓兰教授的谆谆教诲。三年来，包老师在学习、工作、生活方面给予了我无微不至的关怀，为我提供一切可能的机会进行学习和锻炼，可以说我的每一步成长，每一点成绩都凝聚着包老师的心血。还要感谢宋生贵教授的指导和帮助，宋老师严谨的治学态度，扎实深厚的学识功底，敏锐的洞察力，是我终生学习的榜样。本论文是在包老师和宋老师的精心指导下完成的。在论文的选题、实验的进展以及文章的修改等环节，包老师和宋老师的言传身教使我受益匪浅。谨向包老师和宋老师致以深深的谢意！

本课题在实施中，得到了东北师范大学美术学院王玉峰教授及满族文化研究教研室所有老师和同学热情的帮助与支持，还要感谢东北师范大学人文学院的方毅老师和孙宇迪老师，他们的支持使我深受感动和启发，在此谨表示最衷心的感谢！

感谢一直关心与支持我的同学和朋友们！我的朋友，徐翠和陈明明感谢你们的鼓励和帮助。还要感谢的是我的同学范琳琳、殷睿宏以及艺术学院 2011 级全体研究生同学。三年来，我们朝夕相处，共同进步，感谢你们给予我的所有关心和帮助。同窗之谊，我将终生难忘！

在此要感谢我生活学习了三年的内蒙古大学，学校给了我一个宽阔的学习平台，让我不断吸取新知，充实自己。

需要特别感谢的是我的父母和公公婆婆。父母的养育之恩无以为报，他们是我十多年求学路上的坚强后盾，公婆在我面临人生选择的迷茫之际，为我排忧解难，他们对我无私的爱与照顾是我不断前进的动力。

谨以此文献给我敬爱的导师包晓兰教授和所有支持、关心、帮助我的人们！