

苏州人文风貌对现代婚纱品牌创意的启示

张 丹

(苏州经贸职业技术学院 服装系 江苏 苏州 215009)

摘要: 分析苏州婚纱产业架构、品牌发展现状和发展前景,提出根植于本土文化的现代婚纱品牌创意思路。解读苏州传统文化中所蕴含的雅致秀丽、精巧细腻、柔和灵动的人文风貌,以此为立足点,探索与现代婚纱品牌创意的契合点,从消费者的审美意识与情感需求出发,探讨“简约中的温婉美”“古朴中的繁复美”“清新中的放任美”等品牌美学和品牌风格。提取苏州人文气息中的色彩、图案和造型意境,进行现代婚纱创意语境的转化研究。以期能够给本土婚纱品牌中民族文化元素及人文精神的传承与创新带来一些启示,并为现代婚纱品牌提供更为开阔的创意思路。

关键词: 苏州人文风貌; 婚纱产业; 品牌创意; 品牌风格; 创意语境

中图分类号: TS941.2

文献标志码: B

文章编号: 1001-7003(2018)01-0062-05

引用页码: 011202

The inspiration of humanistic style in Suzhou to modern wedding dress brand creativity ZHANG Dan

(Clothing Department, Suzhou Institute of Trade & Commerce, Suzhou 215009, China)

Abstract: This paper analyzes the structure, brand development status and prospect of wedding industry in Suzhou, and puts forward the creative ideas of modern wedding brand which is rooted in the local culture. Besides, it interprets the elegant and beautiful, exquisite and delicate, soft and vivid style in the traditional culture of Suzhou. On this basis, this paper explores the conjunction point of the modern wedding brand originality. Starting from the consumer's aesthetic consciousness and emotional needs, this paper discusses the "simple gentle beauty", "complicated beauty in simplicity", "fresh and bold beauty" and other brand aesthetics and brand styles. In addition, the colors, patterns and artistic conception of Suzhou humanistic atmosphere are extracted to study the transformation of modern wedding poetry creativity context, in the hope of bringing some enlightenments to inheritance and innovation of national cultural elements in local wedding brands and humanistic spirit and providing more open creative ideas for modern wedding dress brand.

Key words: humanistic style in Suzhou; wedding dress industry; brand creativity; brand style; creativity context

国人对婚纱消费观念的转变,给中国婚纱产业带来前所未有的推动力。苏州婚纱产业依托区域优势、地域文化和人际网络,从最初的婚纱礼服加工、婚纱摄影中拓展,逐步将虎丘婚纱市场发展为国内门店数量最多的婚纱市场,“虎丘婚纱”也成为苏州

婚纱产业的符号。在不断探索自主品牌建设与推广过程中,虽然产业的品牌不断涌现,但在品牌塑造及文化创意方面与国际时尚产业相比仍有较大差距。目前,除了“虎丘婚纱”这一集体品牌,单个企业还没有建立起既有本土特色又有国际影响力的知名品牌。市场经济的竞争已经从产品竞争过渡到了品牌竞争阶段。源于国人越来越重视的根植于自己文化根源的情感需求和审美趋势,融入苏州传统文化,在婚纱品牌创意中体现苏州人文风貌,引导消费者形成对品牌及其产品的认知与喜爱,从而提高消费者的品牌忠诚度,是现代婚纱产业需要研究的重要课题。

收稿日期: 2017-06-07; 修回日期: 2017-12-01

基金项目: 教育部人文社会科学研究规划基金项目 (16YJA76 0049)

作者简介: 张丹(1968—),女,副教授,主要从事服装艺术设计、时装板型设计的研究与教学。

1 苏州婚纱产业分析

1.1 产业架构

作为国内最早的婚纱批发集散地之一的苏州,城区就建有虎丘婚纱城、相城婚纱城,以及景德路婚纱影楼街等婚庆产品经销集聚区。据《2011年中国婚庆市场可行性分析及研究》统计,截止2011年底,仅虎丘婚纱市场的生产销售经营户,就由20世纪80年代中期最初的迎宾、圣玛丽、金贝儿三家发展到530家左右,从业人员达14000余名,产品也从单一的婚纱逐渐发展到婚礼服、旗袍、戏服、配饰和面辅材料等近百个品种^[1]。

目前,苏州市区从事婚纱礼服生产与销售的经营实体有近1000家。围绕店面经营规模、自主品牌、生产模式等方面,课题组在虎丘婚纱产业进行了合作企业访谈、店面随机走访与消费者问卷调查。在调研与走访的近百家企业中,具有较大规模与效益的产业骨干企业约占3%,有一定效益的中型规模企业约为30%,其他多以“前店后厂”式的手工定制作坊或家庭式的小型加工企业为主。被调研企业拥有自主品牌的数量在40%左右,按照生产模式可分为两种类型,一是做出口订单的加工型企业,二是以做内销市场为主的品牌企业。

1.2 品牌发展现状

苏州婚纱产业还没有专门机构立足于本土文化,为“虎丘婚纱”做品牌形象推广,或指导企业进行品牌创新。由于缺少行业标准与专业管理,企业各自为战、无序竞争,品牌创意和产品质量参差不齐。中小企业在品牌塑造和技术创新上力不从心,面对激烈的市场竞争,众多经营者将发展重点投向市场销售,致使品牌更加难以进入中高端婚纱市场。因此,苏州婚纱产业做代加工和批发走量的企业比例,远远大于做自主品牌的企业。

在产业链“比价”的较低层面竞争下,企业主只能注重投资回报的短期利益,尽可能地减少品牌创新的时间和资金,“拿来主义”的品牌风格受到西方时尚潮流和审美思想的影响较大,品牌没有鲜明的文化内涵。横向比对,产品缺少统一的品牌形态语言,消费者很难分辨出品牌个性及特色;纵向比对,各产品之间缺少品牌关联性,影响了消费者对该品牌的整体识别与判断,同质化的品牌风格致使许多品牌迅速被市场淘汰。而品牌设计师多数是从本厂的技术工人转型而来,专业素养与创新能力较弱,没

有引领时尚的原创能力,一般通过时尚杂志和网络资讯,借鉴或者模仿国外婚纱产品,有的甚至直接套版和抄袭有潜在价值的款式。产品创意的同质化现象严重,成为阻碍苏州婚纱品牌发展的主要原因。

1.3 品牌发展前景

苏州凭借丰富的旅游资源将婚纱产业与旅游产业巧妙结合,推出“虎丘+婚纱”的旅游购物模式,让旅行者在游览风景名胜之际能够直观了解苏州婚纱市场及其品牌,开发了大量的喜爱苏州文化的潜在客户。2015年,苏州的婚纱销售与加工总量已经占到全国市场的70%以上,且每年都呈大幅增长态势,同时,电子商务平台的快速发展,又为苏州婚纱品牌提供了更为方便、快捷的推广渠道。

消费者选购婚纱时不仅注重服装本身,更为关注的是心理上的认同感和感情上的满足感。从品牌的角度挖掘文化,从文化的角度拓宽品牌发展渠道,通过文化性体验激发消费者的文化共鸣,可以打造能够触动消费者内心情愫的品牌核心价值。

吴文化是中华民族文化的重要组成部分,是吴地人民在数千年社会实践中创造的物质财富与精神财富的总和^[2]。苏州作为吴文化生成的核心地区,经过不同历史时期的更替与积淀,由层次丰富、意境深远的地域文化,逐渐衍化成了一种现象、一种理念、一种生活方式,呈现出鲜明而独特的人文风貌^[3]。文化资源以其精神内涵为主要存在形式,具备其他资源所没有的强大生命力和巨大开发、利用价值,苏州文化中深厚的人文积淀,可以成为现代婚纱品牌创意的灵感源,并能给本土婚纱品牌中民族文化元素及人文精神的传承与创新带来启示。

2 基于苏州人文风貌的现代婚纱品牌风格

品牌风格是品牌可持续发展的灵魂支柱,是来自品牌管理者与设计师们共同认同的一种设计信仰。分析诸多世界顶级服装品牌,正是由于在数百年的历史积淀中秉承一个永恒信念传承至今,才得到消费者的爱戴与追随。伴随着东西方服饰文化交融的加强,苏州人文风貌中雅致秀丽、精巧细腻、柔和灵动的审美旨趣及生活情境,可以赋予热爱苏州文化的消费者身临其境的文化感知和情感体验,以时尚概念诠释现代婚纱品牌的核心价值、个性与特质,塑造带有苏州印记的品牌风格。

2.1 诠释雅致秀丽的特质 演绎简约中的温婉美

“快速时尚”引发的盲目设计与同质化现象,导致诸多中小婚纱品牌迷失在流行大潮里,不仅丧失了对风格的判断与坚守,也让消费者盲目。与时尚保持一定的距离,寻求一种更为理性和持久的时尚态度。简洁高雅是“夏奈尔”持续百年的品牌风格,因为这份坚守,才设计出了几十年乃至百年“一贯”的产品,即使受时代、环境、材料等因素影响以致设计发生了很大的变化,这种变化仍控制在消费者对该品牌的整体认知范围之内^[4]。诠释雅致秀丽的苏州人文特质,提取苏绣艺术中的“雅洁秀美”;吴门画派艺术中的“淡雅清秀”;昆曲艺术中的“求精尚雅”^[5];园林艺术中的“意境高雅”,通过简约经典的单品、简单雅致的同色系组合、简洁却注重细节的装饰,以简约中的温婉美,演绎看似平淡简单却又包含无限、难以复制的品牌风格。

2.2 诠释精巧细腻的意蕴 演绎古朴中的繁复美

近百年来,工业革命给人类带来经济形态巨变和生活便利的同时,却破坏了工匠技艺的传承及更具人文精神的传统生活方式。以手传心、以衣载道,手作是一种思考与创作的过程。传承工巧艺精的苏州民间技艺,借鉴苏州园林“小中见大”的艺术境界;苏绣“能、巧、妙、神”的美学原则^[6];缂丝“雕琢缕刻”般精致面感与价值感的缂织韵味^[7];桃花坞木刻年画“画中有戏”的艺术表现力,将苏州人文精神中的精巧与细腻融入现代婚纱品牌创意中,为特需消费者定制个性化的生活理念、传统卓越的设计和带有体温的手工技术。正如“例外”始终坚守的品牌风格,以原生态的手作方式,记录与延续正在消失的民间纺织技艺,通过古朴中的繁复美,传达一种历史与现实、传统与时尚交融的品牌美学。

2.3 诠释柔和灵动的韵律 演绎清新中的放任美。

在科技推动人文主义复兴的今天,越来越多的人开始崇尚自然随性、返璞归真的生活方式,掀起时尚领域的田园风潮。现代田园风格不能只是简单的乡村元素堆集,应该从消费者所理解并为之追求的本民族精神本质与情感需求出发,再现自然本真之美、回归自然舒适之境。借鉴“江南布衣”品牌“自然、健康、完美”的都市田园风格,定位追求浪漫、意趣生活的目标消费群体,提取苏州民居高低起伏、错落有致的韵味;苏州评弹与昆曲唱腔如潺潺流水般的律动;苏州丝绸的灵动写意与水乡服饰的清新气

息,以可拆、拉、堆、叠等“一衣多穿”的自由组合造型,满足新人们不同的审美心愿和穿着需求,给予穿着者婚礼服任意搭配的再创空间,演绎清新中的放任美,表达苏州人文精神中一贯追求的自然之趣、山水之趣、人生之趣的审美时尚。

3 融入苏州人文风貌的现代婚纱创意语境

近三十年,盲目迎合西方审美的婚纱设计走“国际化”之路并不太成功,多数婚纱品牌都会经历一条从文化自卑、自省到回归的道路。进行“文化积淀”与“时尚语境”的对话,提取苏州文化中的色彩、图案与造型等人文气息,以现代美学视角转化为体现民族审美风尚的创意语境,可以避免产业的同质化技术循环,展现品牌的个性创意。

3.1 雅致秀丽的色彩语境

不同地域和民族通常会借助色彩表达本民族性格与精神风貌,“浓墨淡彩,写意江南”是对苏州古城色彩图景的精确描绘。苏州民居粉墙黛瓦、青石碧水,绿树与绛红色系门窗点缀其中,色彩层次丰富又沉稳典雅,给人一种宁静淡泊的美感;吴门画派融入文人意趣和文人画技法,用色淡雅清丽、墨色淋漓融和,笔情墨趣之中透出幽雅间静的艺术境界。

色彩是一种文化隐喻丰富的视觉符号,服装创意中的色彩语境不仅反映出设计师的色彩修养,更体现了不同地区和民族的性格与审美格调^[8]。伴随着日新月异的时尚潮流,白色不再是婚纱的专属色彩,将传统审美经验和现代审美信息融会贯通,诠释苏州雅致秀丽的色彩语境。借鉴气韵生动的地域色彩之意韵,以大写意形式演绎色调点滴渗透、由浅至深的过程(图1,蝶讯网提供),传达超越面料本身、由时间与空间堆积起来的色彩语境;借鉴墨色相映、虚实相生的民俗色彩之境界,提取丰富的系列色彩与单色组合,通过留白和虚实关系对比,表现婚纱不同色调的质感之美。

3.2 精巧细腻的图案语境

苏州文化在数千年发展与演变进程中,全方位诠释了吴地人民的精神诉求与艺术审美,形成寓意丰富的图形纹样。桃花坞木刻年画具有“形”未满而“神”满的艺术效果,造型生动、纹样细腻,以情节性、趣味性的装饰手法,再现苏州优美的自然风光和人文环境;苏州砖雕融汇传统人文思想精髓,雅俗共赏



图1 色调的点滴渗透(Yolan Cris 2017/2018 秋冬婚纱系列)

Fig.1 The subtle penetration of tones (Yolan Cris 2017/2018 autumn and winter wedding series)

的育人故事与字刻名言,以及广民众熟悉的吉祥纹样,精致图案与纤巧技艺相得益彰。

图案是服装审美中最具代表性和蕴涵人文美感的部分,积聚民族审美情趣和审美理想的传统纹样,与现代设计的互融共通,可以强化创意思想,让现代产品成为本土文化的有效承载者。满足消费者的个性品位与情感诉求,提取精巧细腻的图形元素,如寓意圆满的桃花坞《麒麟送子图》^[9],运用现代造型理念和表现手法进行二次创意,以提炼、分解、抽象、重构等创意思维;剪切、变形、渲染、拓印等创意手法;镂空、植加、贴与绣等装饰手法;兼顾节奏、大小、反复、虚实等图形创意原则(图2 高娅设计) 将传统符号转化为符合当代审美价值判断的创意语言,寻求与历史文脉息息相通的延伸与发展^[10]。



图2 《麒麟送子图》的二次创意及设计应用

Fig.2 The secondary originality and design application of *Kylin Songzi*

3.3 柔和灵动的造型语境

苏州园林的美在于其布局的柔和与灵动,亭台

楼阁、山水泉石、路桥廊径层层深入,由形态多变的花窗作连接,给人以一种峰回路转、别有洞天的情趣;苏州用直水乡妇女服饰的美在于其灵动的工艺与柔和的色调,为顺应稻作农业需要创造的拼接拆卸技艺,以及白色的恰当运用,相拼、滚边、带饰等装饰工艺,兼具服装实用性、装饰性和经济性。

注重现代创意与传统语境的互融互释,以园林花窗意境作引、以现代时尚美学作达,注重创意元素的疏密搭配和造型线的灵活处理。借鉴花窗各要素的疏密关系(图3 张丹设计),以点和线的创意组合表现婚纱造型的装饰美(图4 蝶讯网提供);借鉴花窗的漏空线条与外框的节奏变化,以造型线的动静交错表现婚纱造型的廓形美;借鉴花窗与墙体的韵律关系,以块与面的比例分布表现婚纱造型的结构美。以水乡妇女服饰的拼接拆卸技艺(图5,用直水乡妇女服饰博物馆拍摄),延伸出“一衣多穿”的造型新模式,结合消费者的个人审美及穿着需求,通过拼接拆卸的部件组合,不同材质的肌理表现(图6 蝶讯网提供),彰显现代婚纱的个性效果与专属感。

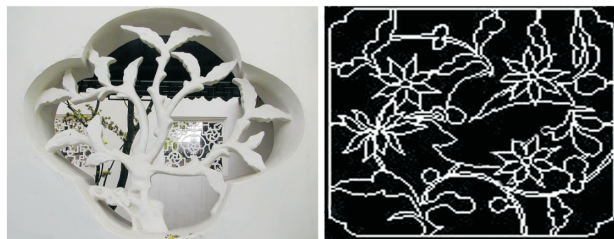


图3 苏州沧浪亭花窗与点线组合

Fig.3 Lattice window and dot-line combination of Suzhou Canglang Pavilion



图4 点和线的创意组合(Costarells 2018 春夏婚纱系列)

Fig.4 Creative combination of dots and lines (Costarells 2018 spring and summer dress series)



图5 可拆卸的穿腰束腰

Fig.5 Removable waist



图6 “一衣多穿”造型(Marchesa 2017/2018 秋冬婚纱系列)

Fig.6 ‘One coat ,more wearing methods’ modeling (Marchesa 2017/2018 autumn and winter wedding series)

4 结 语

伴随着美学经济的不断升温,现代品牌被赋予了文化创意的诉求,苏州人文风貌的丰富性、独特性和历史底蕴,可以启迪现代婚纱品牌的创意思维。提炼与诠释凝聚着世代苏州人民智慧的文化精神和审美旨趣,塑造品牌风格、丰富创意语境,为现代婚纱品牌增加民族的标识性,让消费者在领略苏州人文气息的情境中体验产品,形成文化共鸣,从而实现现代婚纱品牌的文化价值与市场价值。

参考文献:

- [1]张丹. 浅析苏州婚纱产业的发展瓶颈与品牌服务化创新思路[J]. 现代丝绸科学与技术 2017, 32(1): 66-69.

ZHANG Dan. Initial analysis on the development bottleneck of the wedding dress industry in Suzhou and some innovative ideas of the brand service [J]. Modern Silk Science & Technology 2017, 32(1): 66-69.

- [2]汪长根, 王明国. 论吴文化的特征: 兼论吴文化与苏州文化的关系[J]. 学海 2002(3): 84-89.

WANG Changgen, WANG Mingguo. The discussion about the characteristics of the Wu culture and the connection between Wu culture and Suzhou culture [J]. Journal of Xuehai 2002(3): 84-89.

- [3]陈长荣. 苏州人: 人文风貌与文化底蕴[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 1999(1): 87-98.

CHEN Changrong. Suzhou: humanities style and culture [J]. Journal of Suzhou University (Philosophy and Social Sciences), 1999(1): 87-98.

- [4]张丹. 浅析多元化服装销售渠道下的品牌服装设计[J]. 针织工业 2012(11): 57-59.

ZHANG Dan. Study of brand fashion design under the clothing sales channel diversification slightly [J]. Knitting Industries 2012(11): 57-59.

- [5]王宁. “清赏”与“雅玩”: 昆曲的文人环境与地域色彩[J]. 文艺争鸣 2005(1): 122-125.

WANG Ning. “Critical appreciation” and “elegant play”: the literati environment and local color of Kunqu [J]. Literature and Art Contend 2005(1): 122-125.

- [6]丁佩. 绣谱·艺术丛编本[M]. 台北: 世界书局, 1982.

DING Pei. The Art Collection • Embroidery Spectrum [M]. Taipei: World Publishing House, 1982.

- [7]许星, 廖军. 苏州传统织绣及服饰手工艺的拯救与再生[J]. 丝绸 2009(2): 49-51.

XU Xing, LIAO Jun. Save and regeneration of Suzhou dress handicrafts and traditional embroidery [J]. Journal of Silk, 2009(2): 49-51.

- [8]李超德. 色彩在现代设计中的多重语义[J]. 装饰 2011(6): 59-61.

LI Chaode. The multiple semantic of color in modern design [J]. ZHUANGSHI 2011(6): 59-61.

- [9]陆广厦, 刘珽. 桃花坞年画与丝绸: 中法服装设计主题教学[M]. 南京: 江苏美术出版社 2005: 20-23.

LU Guangxia, LIU Ting. Suzhou Paintings in Taohuawu Print and Silk: Topic Teaching in Fashion Design with China and French [M]. Nanjing: Jiangsu Arts Publishing House, 2005: 20-23.

- [10]张丹. 桃花坞木刻年画文化意境在服装创意设计中的应用[J]. 丝绸 2015, 52(8): 56-61.

ZHANG Dan. The application of cultural prospect of Taohuawu woodcut new year picture's cultural prospect in fashion creative fashion design [J]. Journal of Silk 2015, 52(8): 56-61.