

解构风格服装设计应用现状与发展对策研究

梁弘毅

武汉超赞品牌科技有限公司, 湖北 武汉

收稿日期: 2023年9月25日; 录用日期: 2023年12月12日; 发布日期: 2023年12月20日

摘要

自20世纪80年代起, 解构主义服装在时装中开始应用。本文旨在阐述解构主义风格概念及解构风格产品在服装设计领域的现状。并提出解构风格产品在实际生产和传播过程中的优化策略和发展新方向。首先明确解构主义在服装设计中的表现形式, 明确其风格特征。以解构风格产品特征提出在服装产业中的发展现状, 总结其产品面临的困境。针对所面临的困境进行产品分析、市场调研、行业交叉研究等方法, 从传播、生产、可持续发展三个方向分别提出优化和创新策略。力求发挥解构风格的服装产品风格特点的优势结合传播新思路 and 产能增效策略, 以此总结解构风格产品在服装产业中的潜在价值及可持续发展方向。

关键词

发展对策, 应用问题, 解构风格服装

Research on the Application Status and Development Strategies of Deconstructed Style Clothing Design

Hongyi Liang

Wuhan Chaozan Brand Technology Co., Ltd., Wuhan Hubei

Received: Sep. 25th, 2023; accepted: Dec. 12th, 2023; published: Dec. 20th, 2023

Abstract

Since the 1980s, deconstructed clothing has been used in fashion. This article aims to explain the concept of deconstruction style and the current situation of deconstruction style products in the field of fashion design. It also proposes optimization strategies and new development directions

文章引用: 梁弘毅. 解构风格服装设计应用现状与发展对策研究[J]. 设计, 2023, 8(4): 3365-3373.

DOI: 10.12677/design.2023.84414

for deconstructed style products in the actual production and dissemination process. First, clarify the expression form of deconstruction in clothing design and clarify its stylistic characteristics. The development status of the clothing industry is proposed based on the characteristics of deconstructed style products, and the dilemmas faced by its products are summarized. Conduct product analysis, market research, industry cross-studies and other methods in response to the difficulties faced, and propose optimization and innovation strategies from the three directions of communication, production and sustainable development. Strive to give full play to the advantages of the style characteristics of deconstructed style clothing products, combined with new communication ideas and production capacity efficiency strategies, to summarize the potential value and sustainable development direction of deconstructed style products in the clothing industry.

Keywords

Development Strategy, Application Questions, Deconstructed Style Clothing

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

解构风格服装款式呈现不规则性和复杂性，这些特点使其成为服装产业中具有实验性质和艺术性的设计风格。吸引追求与众不同、追求创新的消费者和设计师。然而解构风格的服装产品并不适合大众市场的喜好和需求。为确保其价值充分体现，解构风格产品应采取引导消费者的消费习惯和多渠道传播等策略，根据产品定位有选择性地应用其设计元素。以达到扩大解构风格产品在服装产业中的比重，体现其市场价值。

2. 解构风格服装解析

解构主义风格服装是后现代时期服装设计和审美的重要体现，其实际作品表现出繁杂的层次感和矛盾感使得穿着者整体表现出独特的吸引力和更多的想象空间。

从设计语言的角度出发，解构并不是一种能够进行完全创新的设计手法，不是一个从无到有的过程，而是将已经存在的结构进行破坏和重组，亦抑或是不同形式，不同文化，不同年代的服装或织物通过再次创作并融合在一起，从而再造一件全新的衣服。作品表现出后现代主义的混乱与荒诞，解构手法造成的矛盾感、层次感与表现性的特征充分加以展示，从不同角度和多个层面对设计语言进行了诠释。

从设计思路的角度出发，解构所代表的是对传统服装审美的否定，将服装从“美”的角度中解脱出来；反对传统服装中对于男女性别的二元对立，主张模糊性别；主张不断地分解，再重新构造的过程。“在这个过程中，感性思维比理性思维更加重要，新的服装从拆分到再组合，其意义处于一个持续变化的过程中。” [1]服装的款式和文化内涵上没有有一个明确的时代特征，而是随着设计师对服装结构不断变化而改变。

从消费者或观察者的角度出发，对于解构主义的服装不同角度解读或理解都可以打破设计师原本赋予这件衣服的意义，而被赋予新的意义。在观察者欣赏解构风格服装所带来的新奇感和视觉冲击的同时并不需要去理解其设计美学的规则，而是将观察者本人作为核心，作品的含义随观察者的改变而改变。在这个基础上去解这一件艺术作品所蕴含的深层意义，也体现出解构主义以人本身为核心的价值观。

解构主义风格服装所呈现的破碎感和随意性并不是设计师随心所欲造就的而是设计师不断分解重构之后达到设计师认为的最佳状态。“解构主义风格的服装设计具有看似零乱而实质有内在的结构要素和总体性考虑的高度理性化等特点。” [2]这些设计作品能在精神上、视觉上给予消费者满足。

3. 解构风格服装设计市场现状分析

解构主义风格的服装的艺术作品呈现出破碎性、无终止性和拆解性等特性使得解构主义在服装领域常以实验性质的作品或是艺术性强的观赏作品等方式出现。在实际的市场竞争中解构风格服装存在一定的局限性，见图 1 至图 2。

在现代时尚产业中，商业上的竞争优势和运转周期是对一个品牌或对设计师的重要因素，商业价值成为品牌立足的关键。对于解构风格产品冗杂的制作工艺和较长的生产周期已经无法说服投资人对于品牌、设计师资金上的支持。

在消费者层面上，解构风格产品较高的时尚性和局限的传播范围被视为较为小众的时尚趋势；强调包容性更强的服装廓形、应对多个穿着场景的款式更加受到消费者的青睐。而解构主义服装对于大多数消费者来说存在实穿性太差，过于繁杂的设计，使得消费者不愿意为此买单。



Figure 1. Deconstructed style suit
图 1. 解构风格套装^①



Figure 2. Deconstructed style suit details
图 2. 解构风格套装细节^①

3.1. 传播困境

解构风格产品在服装市场中表现出的创新性设计和非传统的特性使得在艺术圈和先锋时尚群体中受到欢迎，同时也因其产品设计的独特性在传播和推广中存在困难。

对于大众消费群体而言，解构风格产品的复杂性和舒适度差的特点使其产品难以融入生活化场景。在推广的过程中需要考虑大众消费者的实际需求，通过优化产品设计将产品贴合生活化场景。

解构风格的服装产品通常不适用于日常工作场景和正式着装要求场景，在部分社交和工作环境中不易推广。在产品宣传和推广的过程中需要探索更多的穿着场景，帮助消费者理解和接受解构风格产品多变的穿着理念。

解构风格的服装产品的不规则性和独特性使得在服装搭配方面存在难点，进一步降低了消费者的购买动机。在采取多渠道传播策略时需要考虑服装产品的搭配性，充分发挥解构风格服装一衣多穿的特性，同时科普宣传穿搭技巧以帮助解构风格产品更好的满足消费者的穿着需求。

3.2. 生产状况

解构风格服装依托于巧妙繁复的设计手法，以及现有服装结构的分解及重组。在实际生产和制作的过程中存在诸多难点及生产标准化的问题有待克服。

1) 生产周期困境

解构风格服装需要在现有服装的前提下进行分解和重组。在实际生产中，服装款式的设计到最终批量生产需通过产品企划 - 款式设计 - 设计款打样 - 样衣调整、确认产前样 - 面辅料确认 - 生产排期 - 新款上货等一系列准备工作，其周期普遍为 90 天~120 天。解构风格的服装在制作的过程中需要在确定成衣款式的前提下进行解构设计，抑或是繁复的不符合生产需求制作工艺极大增加了生产难度。在需要采购成衣进行二次加工的设计款式，在满足设计需求的同时也能够满足量产标准无疑增加了生产的时间成本。在服装产业中回本期及资金可持续性对于市场化服装品牌尤为关键，也成为解构风格服装在市场化过程中难以克服的困境。

2) 协同困境

解构风格服装产品的制作及生产一方面存在工艺繁杂生产难度较高的困境另一方面存在成衣的二次加工。作为解构风格服装“胚版”的制作需依托成衣供应链的配合，对于审核不同批次的成衣品质和把控生产时间需要 x 详细完整的生产计划支撑。在确定成衣供应链提供的产品后需计划加工厂的生产时间、确立符合批量生产的工艺和设计方进行多方协同。进一步提高生产难度。

3) 成本困境

解构风格服装的设计过程通过扭曲、反转、局部变形、叠加法等设计手法，实现其产品的独特性和多层式的视觉感受。在实际生产的过程中达到其批量生产工艺标准的工厂数量少，制造成本远高于针对同一消费层的其他同品类商品。

4. 解构风格服装发展对策

4.1. 多渠道传播策略

基于对解构风格的服装产品在市场中的困境。需要打破消费者认知上的局限性和对陌生时尚风格的抵触。通过结合线上多平台传播方式对产品进行推广。

优化产品设计并、符合扩宽消费群体等方式加强消费者和投资人对的产品支持和了解。解构风格的服装在传播上也依托设计师本身及可扩展的平台展现创新产品才是打动消费者的方式。

其中自媒体平台传播方式作为现代自主化、数字化和普及化的传播媒介。相较于传统媒体的优势在于普及化和自主化。传播者只需要依托线上平台的推广和内容创作，这使他们可以同时探索不同的创意方向，并满足不同受众的需求。

交互性强和传播速度快也是自媒体的优势所在。网络空间的快速发展，在任何时间、任何地点内容创作者都可以在线上发布信息，通过不同的平台迅速传播，极大增强了信息的时效性，交互性强也是自媒体的特征之一。传统媒体大多数无法做到短时间内与观看者互动，并收集到第一手的反馈信息。但是自媒体在不同平台同时发布信息，例如：小红书、Youtube、抖音等发布信息后都可以在短时间内收到评论或私信的回馈，通过观看者的回馈对内容进行升级。

构风格的产品对于大众来说依然是比较陌生的产品风格，所以对于自媒体的传播方式，笔者总结出两种互动策略，力求使用不同的传播策略增强消费者对于结构风格服装的认知及加强与品牌方的互动。

对于已经拥有各阶层不同面向大量粉丝基础的自媒体人，其覆盖的消费者群体较广，有较强的公信力。同时这样的自媒体已形成稳定的商业模式和成熟的团队，对于单个商品的宣传企划或信息的输出都有比较成熟的营销策略。对于大众比较陌生的解构风格服装而言，以实穿性强、客单价相对较低的产品作为主要推广的产品，配合科普时尚、分享穿搭感受作为企划重点可以让大众更容易接受解构风格产品在设计上的表达。针对不了解这种风格服装或产品的观众起到科普同时可以看到实际穿着展示的效果。可以在短时间内宣传其商品，扩大消费群体、拓宽消费者的认知。

Heliot emil 发布的 LEATHER CARABINER BOX BAG 使用解构的手法将背带进行弯曲，折叠以金属卡扣连接等方式组合，将金属卡扣和皮料的结合使这件产品成为解构设计风格市场化案例的重要成果。在 2020~2022 年有如蔡徐坤、王一博、易烱千玺等拥有广大粉丝基础的明星在微博、小红书等平台上传 Heliot emil 品牌单品的穿搭分享，拓宽了消费者对品牌的认知，也达到时尚科普和拓展潜在消费群体的目的，见图 3。



Figure 3. Disassembly diagram of LEATHER CARABINER BOX BAG
图 3. LEATHER CARABINER BOX BAG 拆解图[®]

对于一部分专业的时尚博主和行业从业人员而言，其粉丝的基础主要来源于对时装感兴趣或对特定服装风格感兴趣的高粘性粉丝群体。因此所发布的信息针对性较强。解构风格的时尚单品面对这一类消费群体并不需要宣导，对于这类消费者而言解构风格并不是难以理解的设计风格，而是对于是已经形成消费习惯的消费者进行产品推荐。对于这类自媒体人而言行销产品的能力和加深品牌用户黏着度的能力大于推广宣导的作用。



Figure 4. Balenciaga Triple S style

图 4. 巴黎世家 Triple S 款式[®]

Balenciaga 在 2017 年 9 月的男装发布会上推出了 Triple S 运动鞋，便是品牌设计师 Demna Gvasalia 选了三种不同体育项目的鞋子通过解构重组的方式，分别将跑步鞋、篮球鞋和田径鞋的鞋底分割后重新堆叠在一起，也是这款鞋子名字的由来。在产品发布的同一时间，各大时尚娱乐平台(Vogue on-line、红秀、ELLE on-line)、串流平台(YouTube、M2M)及时尚博主(意大利时尚博主琪亞拉·法拉格尼、美国模特海莉·比伯)跟进产品推广。交易数据统计 2017 年的奢侈球鞋排行数据。占据榜首的是来自 BALENCIAGA 的老爹鞋 Triple S，市场份额占 52% [3]也成为解构风格产品设计和推广最成功的代表案例，同时 Triple S 的成功案例证明解构风格产品在时尚博主及行业从业人员的精准推广下不仅加强了固定消费群体的黏着度，并进一步扩大了消费群体，见图 4。

自媒体的宣传方式越来越成熟，其交互性强、时效性快等特点是其他传统媒体无法取代的，也成为很多小众的设计师或品牌方推广自己艺术作品的很好的方式。不需要高成本和完整的运营团队，可以做到快速了解用户需求、完善产品体系等优势使得自媒体成为宣传互动策略的首选。

4.2. 生产优化策略

现阶段面对如此诸多生产上的困境，在产品企划之初需率先确定成衣供应链提供的产品以及批量生产的能力以更高效配合加工厂的生产计划。实际生产中在保留设计师对于产品外观要求的前提下，做到简化生产工艺，使其达到配合批量生产的工艺需求。也能进一步降低生产成本。



Figure 5. Details of the Ze-Knit tracksuit

图 5. Ze-Knit 运动服细节[®]

在生产力不断提高及生产方式的不断优化的过程中，未来服装产业和科技产业的交叉融合下，优化3D打印技术并融入服装生产的环节。在制造方式上，3D打印技术通过耗材堆叠实现物体的造型，制造方式属于从无到有的增材制造技术[4]。将服装中复杂工艺或是手工难以完成的部分通过电子扫描录入电脑，在电脑中直接完成3D制版，使用3D打印技术将选用的面料按照服装的设计形态打印出来，这种技术的使用已经在针织运动服的生产中实践，例如意大利的NAPAPIJRI公司推出的Ze-Knit系列，是使用数码针织技术，将3D数字设计转变为针织图案，而且数码针织技术使得运动服可以在3D模型中进行制版。在关节处使布料变得松散，其他部分则贴合身体使穿着更加舒适，在腋下区域使用气味中和的纱线可以有效地抑制异味。在3D打印的技术指导下，可以减少目前部分产品批量成产中需要成衣供应链和加工厂的配合产生大量协同工作的人力成本，进一步也减少了成衣采购和制作的时间成本。尽可能地实现一次成型的服装结构，见图5。

4.3. 可持续时尚发展策略

可持续发展的观念是指既满足当代人的需求，又不对后代人满足其需求的能力构成危害的发展。它们是一个密不可分的系统，既要达到发展经济的目的，又要保护好人类赖以生存自然资源和环境，使子孙后代能够永续发展和安居乐业[5]。面对这样在人类生存的必需和环境保护的双重需求下，环保科研人员、行业经营者、设计师等共同提出了可持续时尚的概念。可持续时尚是促进时尚产品和服装系统向生态更加完整和社会正义性转变的行为和过程。目前服装领域需要系统思考的是材料上的创新和设计思路上的创新给予可持续发展带来的帮助。

从全球纺织品销售的角度来说，全球售出的服装达800亿件，由于快时尚价格实惠且能够跟上潮流，服装消费有所增加。每年消费量已增至6200万吨，预计到2030年将达到1.02亿吨[6]。由此可见，服装产业对于全球环境污染。提倡可持续时尚是急迫地需要实行的有计划的环保行动。

从设计的角度出发，解构主义在服装设计领域的设计思路也为可持续时尚创造了新的方向。解构的设计思维强调对于已经存在的服装进行扭曲反转、做旧、变形等手法，改变已经存在的服装结构从而产生新的款式。其中已存在款式为胚版，其中不乏积压陈旧的产品或古着。这样的设计思路很好地契合了可持续时尚的原则。

高级时尚品牌Masion Margiela便是将每一个不同的collezione用数字表示(0~21标识不同的系列产品)，而这些collezione中最为重要的，也是品牌设计师发挥其创造性的0号线，旨在收集不同的时期的古着，通过设计师的解构手法让旧衣服变成解构风格的高级时装。



Figure 6. RÆBURN's 2020 clothing collection
图 6. RÆBURN 2020 年作品[®]

美国时装品牌“RÆBURN”就是一个遵循可持续时尚的理念进行企业管理和服装设计。在 2020 Spring/Summer New York 的时装发布会上“RÆBURN”展出的 Hyundai motor Company 和 Zero + Maria Cornejo 的合作系列-Re: style 便是使用剩余现代汽车座椅的皮革部件和废弃的牛仔裤通过解构的手法巧妙地将这些旧衣服旧皮料组合在一起，也为时尚领域其他品牌做出了示范，见图 6。

4.4. 价值最大化策略

在服装设计领域一种服装风格的兴起离不开高级时装品牌的影响力，这些高级时装品牌对于整个时尚产业的发展方向都起着巨大的影响。

高级时装对于时尚产业来说起到指导的作用，解构主义在服装设计领域的兴起离不开高级时装品牌的设计师在服装发布会展示宣传这种风格的服装。从川久保玲和山本耀司最初将解构主义融入服装设计中在法国时尚界引起广泛的讨论。这样的影响力使得众多设计师开始对这种设计风格进行思考，并影响着新一代追求时尚的年轻人去了解这种不同于传统审美的风格。

解构风格设计方法论在满足消费者表达个性化需求和宽展设计思维的方面有着不可替代的地位。解构风格其包容性的特点也促进了文化、风格元素、材料学的交叉融合。在市场化方面，目前虽然面对巨大的挑战，但 Blenciaga 发布的 Triple S、LEATHER CARABINER BOX BAG 等畅销时尚单品也证明了只要了解目标精准消费群体，确保解构风格与目标人群的预期相符合。让解构风格产品可持续发展才能发挥解构风格方法论的潜在价值和个性化需求的优越性。

解构风格对于时尚产业的实际价值来自于各时尚品牌的服装发布会上解构风格服装出现越来越频繁。解构风格的服装、服装配饰在市场中的销售量也逐年增加。对于新奇有创造性的解构风格产品可以引起时尚媒体的讨论从而扩大影响范围。其风格的核心思想中旧衣改造形成新的服装款式对于可持续发展也作出了贡献。

5. 结语

解构主义主张利用夸张、失衡的手法进行艺术创作，其作品往往具有深刻的文化内涵[7]。其艺术性的表达对于时尚产业的潜在影响则是体现在对于设计师在创作的过程中提供新的思路。打破常规服装穿着搭配的规律。更深层次来说，解构风格中对于不同文化、艺术的相互融合也推动了设计国际化，打破文化隔阂的作用。

解构主义风格服装设计源于解构主义哲学思想，解构主义的形式实质是对于结构主义的破坏和分解，此风格服装设计具有很大的随意性和个人性。解构风格服装设计重视“从人体出发”，注重服装三维效果，以身体立体角度为基础设计。这种不讲究线条且不符合常规的服装风格不断被认知，吸引了年轻一代消费者。结合市场现状，从传播、生产、可持续的三个发展方向实现策略优化，为解构主义风格服装设计开辟新的路径。为现有的服装领域赋予多重希冀，满足不同的个性化需求。实现市场与风格共存，不断发挥解构主义风格的潜在价值。

注 释

①图 1~2 来源：作者制作

②图 3 来源：作者拍摄

③图 4 来源：网页引用，

<https://www.cdiseout.com/chaussures/basket/basket-balenciaga-triple-s-pas-cher-jaune-chaussur/f-15094-mp39660279.html>

④图 5 来源：网页引用，<https://www.mugmagazine.com/napapijri-ze-knit-collection-and-evolution.html>

⑤图 6 来源：网页引用，<https://www.papermag.com/zero-maria-cornejo-hyundai>

参考文献

- [1] 吴卫刚. 服装美学[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2004.
- [2] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2005.
- [3] KIKS. 去年奢侈品鞋履市场一半都卖给了 Balenciaga Triple S? [EB/OL]. https://www.sohu.com/a/222603586_481954, 2023-08-15.
- [4] 王雨凡, 肖文陵. 3D 打印技术及其在针织女装设计中的应用[J]. 针织工业, 2022(10): 63-67.
- [5] 可持续发展[EB/OL]. http://www.haf.com.cn/list_nr.do?id=1914&basechannel=170, 2023-09-18.
- [6] Shukla, N. (2022) Fast Fashion Pollution and Climate Change. <https://earth.org/fast-fashion-pollution-and-climate-change/>
- [7] 李同长. 解构主义在服装设计中的应用研究[J]. 纺织报告, 2022(9): 63-65.