

“康养热”现象分析与服装设计初探

刘芸希, 姚琛

浙江理工大学服装学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年10月20日; 录用日期: 2023年12月22日; 发布日期: 2023年12月29日

摘要

当下,越来越多的人开始关注自身健康问题,刮起了一阵康养热潮。为更好地针对人群需求做设计服务,需分析当下康养热现象的特征、对应人群的需求、目前市场设计案例,基于分析内容归纳设计要素,做设计服务,以此丰富目前对康养理念服装设计的理论研究,同时也为大量具有健康意识的人群做服装设计服务提供了一定的设计方法和经验借鉴。

关键词

康养, 现象, 服装设计

Analysis of the Current Phenomenon of “Health Care Heat” and Exploration of Clothing Design

Yunxi Liu, Chen Yao

School of Fashion Design & Engineering, ZSTU, Hangzhou Zhejiang

Received: Oct. 20th, 2023; accepted: Dec. 22nd, 2023; published: Dec. 29th, 2023

Abstract

Currently, more and more people are paying attention to their own health issues, leading to a wave of wellness and wellness. To better cater to the needs of the population and provide design services, it is necessary to analyze the characteristics of the current health and wellness phenomenon, the corresponding needs of the population, and the current market design cases. Based on the analysis content, design elements should be summarized to provide design services. This enriches the current theory of clothing design research in the field of health and wellness, and also

文章引用: 刘芸希, 姚琛. “康养热”现象分析与服装设计初探[J]. 设计, 2023, 8(4): 4009-4018.

DOI: 10.12677/design.2023.84492

provides certain design methods and experience references for a large number of people with health awareness to provide clothing design services.

Keywords

Health and Wellness, Phenomena, Clothing Design

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/>



1. 引言

当下, 康养相关话题在新媒体平台热议不断, 有一定数量的人群开始关注自身健康, 国家与政府对康养产业的发展给予支持, 对“康养热”现象分析具有一定现实意义, 针对现象之下的人群需求做设计探索。

2. 康养的定义

在国内最早关于康养的书籍中, 康养的概念由李后强等人(2015)提出, “康”是指健康、康泰、康复、康乐, “养”则指养生、养神、疗养、修养, “康养”主要包含了“健康”和“养生”两个方面的含义; 在相关最早的期刊论文中, 张延龙等人(2019)认为, “康养”可解读为以“养”为要点, 以“康”为目的, 是维护、保持身心健康的过程; 在关于康养的最早的学位论文中, 杨菲(2019)认为, 康养是康复与疗养, 也是健康与养生[1]。

由此, 康养是指“健康”和“养生”的结合。“康”是方向和目的, 包括身体与心理的健康, 而“养”是以“康”为目的和方向的过程, 为“康”而“养”的过程中所拥有的观念和所发生的行为表现成为“康养”的生活方式。

“康”有双重内容, 包含心理健康与身体健康, 它们需要“养”的过程与行为才能达到。“康”的双重内容对应着我国古代的康养观念而分别拥有着的社会科学属性和自然科学属性。“康”之心理健康, 这与中国古代哲学紧密相连, 如五行、阴阳、气、神等哲学领域的概念; “康”之身体健康, 古人着重研究人体的运动变化与发展规律, 总结如何预防疾病、如何更健康等具体方法, 又使其有了自然科学的某些特征。

“养”对应“康”的不同内容而产生不同的行为和过程, 对应身体健康目的而涉及的“养”行为有中医药的使用、中国食疗、古代体育运动, 而古代对应心理健康目的的追求, 更对的表现于思想和艺术行为上, 比如古代哲学思想、古代琴棋诗画文词。

近年, “加班、熬夜、失眠、秃顶、脱发、植发”等词条频繁出现, 而这些也是当下大量人群所面临的现实情况, 每年的双十一网络购物活动期间, 天猫上与食疗营养滋补相关的商品销售量呈现倍数增长, 中药下单人数同比增长了近4倍, 而80至90后人群占近60%。健康问题已经成为当代人所要面对的重要问题, 在社交媒体平台上“熬夜敷面膜, 可乐泡枸杞”、“边耗边补”、“阻断碳水”、“改善睡眠”、“人手一个保温杯”、“三伏天晒背”等网络热议话题频上热搜, 引发大量网友讨论, 权威媒体《经济日报》于2022年曾发表了一篇题为《健康消费渐成青年刚需》的报道, 再次点燃了健康话题的热议。一个个与健康相关话题之下反映的是健康意识主导下用不同的方式关注着自身的健康, 形成了“康

养”热潮。

3. 康养热现象分析

通过调研分析, 当下康养热现象具有以下三个明显特征, 分别是: 人群基数大、人群年轻化、康养理念多样化。见图 1, 以下对这三个特征进行逐一阐述。

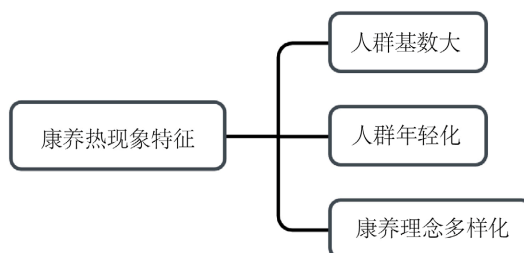


Figure 1. Illustration of the characteristics of health nourishing heat phenomenon

图 1. 康养热现象特征图解^①

人群基数大。根据丁香医生发布的《2021 国民健康洞察报告》显示, 超 70% 的受访者因为疫情改变对生命的看法, 他们认为身体健康才是人生头等大事[2]。融 360 维度发布的《Z 时代养生消费调研报告》结果显示, 在人们最关注的内容中健康问题首当其冲, 有 91.60% 的受访者表示最注重的是自身的身体健康, 其中 56.30% 的受访者选择了心理健康, 67.43% 认为自己对健康有一定意识, 仅有 1% 的人表示对健康不在意[3]。这些数据说明开始关注健康养生意识的人群比例很大。经调研, 目前小红书上有关“养生”话题的笔记已经超过 824 万条, 抖音有关“养生”话题的视频浏览量更是超过 1000 多亿。在 B 站关于“八段锦 - 国家体育总局”的视频播放量最高超过 1453 万次。以上数据均说明当下关注养生的人群基数十分庞大。

人群年轻化。根据《年轻人养生消费趋势报告》显示, 我国有一半以上的 90 后有掉发、视力减弱等问题, 近 40% 的 90 后有体重方面以及运动能力差等问题。各种健康问题的缠绕着年轻人, 使得他们更加关注自身健康, 拥有健康养生意识[4]。同样, 据《中国产业研究报告》中的数据显示, 当前中国养生市场规模超万亿, 18~35 岁的年轻人群占八成以上, 年轻消费群体正成为当下养生消费主力军[5]。“熬最长的夜, 用最贵的眼霜”, 尽管看起来年轻人的健康养生消费似乎很矛盾, 但也反映出年轻人愿意为健康养生买单, 而且消费支出逐年增加。以上数据均说明健康养生的庞大群体中, 年轻人的占比已经占主要部分, 且愿意为健康养生的产品买单。

康养理念多样化。主要表现有三大方面。分别是“朋克养生”、“古法养生”、“康养社交”理念, 第三种康养理念是基于前两种理念而衍生出的。第一, “朋克康养”理念, Z 时代的年轻人更加关注身体健康与养生, “熬夜敷面膜, 可乐泡枸杞”前几年盛行的“朋克养生”, 反映的是年轻人的自黑与无奈, “边耗边补”的养生方式。在《“朋克养生”的青年亚文化现象解析》的研究中曾深度解析过“朋克养生”, 文章指出“朋克养生”的被创造是对权威所维持的传统价值观念的反抗, 如熬夜、蹦迪、酗酒等以离经叛道的形式开展对抗性实践, 也象征着对绝对权威的畏惧与臣服, 如枸杞、面膜、助眠香薰等以中规中矩特征体现出的现实妥协, 在对抗与妥协的冲突拉扯中, 异化组建成了日常生活的常规性部分, 如宿醉后的养胃、蹦迪后的护肤、破洞裤里的加绒等, 可以说, 青年疯狂地追求无序的、凌乱的以及不规则的矛盾表现, 甚至吸收完全不搭界的“健康”与“养生”以标榜自身的差异性, 即便这种拼贴、

挪用、接合是完全相悖的,也誓要在现实世界中形成“漫无目的”的力量。“朋克养生”这种对身体上的自救、饮食上的回归和生活上的弥补等方面,营造一种对“养生”圈子的忠诚感和强烈的有效认同,并且通过不同“子风格”的扩散传播,使个体与圈子的重合面和对外的覆盖面进一步扩大,加强了直接与中心权力对话的效果[6]。第二,“古法康养”理念,最近,立秋后进入末伏,与往年不同,今年有不少年轻人开始入坑晒背、三伏贴、八段锦等传统养生方式,在社交媒体上,老一辈热衷的中式养生正在成为年轻群体在社交平台热议的话题。经调研,目前小红书 APP 上有关晒背的笔记已经超过 5 万条,在抖音 APP 上其相关话题更是有 10 多亿的浏览量。这些现象表明回归传统、休养生息的慢节奏理念在不断被大量年轻人接受,在硬核剁手养生与朋克养生之间,而越来越多年轻人选择了低成本的古法养生。“古法康养”是对古代康养方式的一直模仿发展,如今,带有商业价值的古法康养以独有的文化意蕴诠释着人们的生命状态与生活方式,古法养生被提到了与人的生存质量、生命质量和全面发展的三大层面,是休闲文化的核心内容,中国人所讲的养生、养心、养性、养情、养神等的协调平衡实质上就是今日文明社会所主张的五个方面[7]。第三,“康养社交”理念,当下年轻群体亚健康问题突出,工作强度大,同时拥有社交、健康养生、休闲放松的三大需求。所以,年轻群体在健康养生方面有了新的认知和实践,在生活上各种线下健康养生局兴起,比如食疗、茶话、SPA 等活动,社交与健康养生相融,健康养生已经成为了一种新型的社交方式——康养社交化,通过健康养生相关的活动直接或间接的建立人与人之间的沟通交流。食疗社交。越来越多年轻人选择与朋友一起喝茶、做美食等,比如冬季火热的围炉煮茶,这种健康型社交正在形成,他们看重保持健康的生活方式,并将健康养生饮食作为新的话题,将美食视为一种治愈行为,通过健康养生的活动来加深彼此之间的交流;SPA 按摩是一种新社交方式。当前许多 SPA 店推出各种团购套餐,提供足够大、设备齐全的休闲空间、系统化专业化的服务项目吸引年轻人在工作之余的空闲时间来此消费社交。除了以上提及的食疗茶会、SPA,当下还有很多康养方式,比如中医推拿、八段锦、森林愈、中药浴足、静坐冥想、禅柔……康养是一个综合性的过程,与人的衣食住行紧密相关,人们试图通过其中某种方式活动来达到健康的目的。

因此,除了人群呈现年轻化的特征,对应不同的康养理念,又细分了不同的人群,在此进行归纳整理,见图 2,为后文的设计实践做大概的人群范围界定。

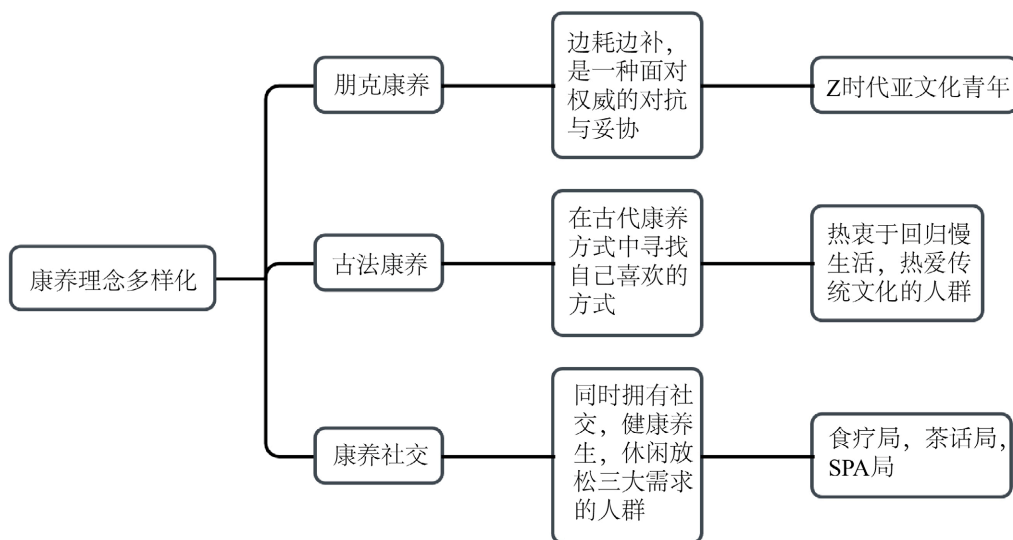


Figure 2. Diversified concept of wellness and population diagram
图 2. 康养理念多样化以及人群图解^②

4. 基于当下康养需求的服饰设计案例分析

4.1. 色彩心理健康类案例

Mother of pearl 品牌来自英国, 摩登而时尚, 剪裁精致、配色典雅, 设计简约灵气, 风格复古又现代。最有代表性的具有治愈性的作品是 2017 年春夏高级成衣系列, 设计师以老照片作为灵感, 用针织与海绵、花卉图案、温暖治愈的灰调色彩、宽松舒服的运动性版型, 使服装具有了极强的治愈感。曾有学者在《青年女性治愈性服装色彩探究》文章中依据《色彩的性格》“200 种特性和情感的色彩调查结果”, 并采用 HSB 色彩行为模式, 见图 3, HSB 颜色模式是基于人对颜色的心理感受的一种颜色模式。它是由 RGB 三基色转换为 Lab 模式, 再在 Lab 模式的基础上考虑了人对颜色的心理感受这一因素而转换成的, 因此这种颜色模式比较符合人的视觉感受, 让人觉得更加直观一些, 以此来确定服装色相、纯度及明度, 进而分析该品牌此次系列的色彩治愈性[8]。

案例	提取色	色相	比例 (%)	性格	纯度 (%)	明度 (%)	情感
		蓝色	100	沉静、平和、独立	42	72	松弛、清新、遥远、寂静、渴望、友好、忠诚
		白色	14	诚实、客观、柔和、理性	1	99	纯洁、简单、永恒、完美、无辜、崭新、中性
		红	45	勇气、激情、力量、活力	73	86	炽热、乐趣、欲望、危险、动力、爱情、温暖
		橙	46	有趣、外向、合群、兴奋	20	91	童年、炽热、喧闹、冲动、危险、醒目、甜蜜
		白	54	诚实、客观、柔和、理性	2	95	纯洁、简单、永恒、完美、无辜、崭新、中性
		灰	79	谦虚、愚蠢、懒惰、内向	2	64	孤独、秘密、无所谓、无聊、合适、平庸、年老
		黑	7	邪恶、神秘、优雅、坚强	25	2	拒绝、威胁、狭窄、结束、魔力、喧闹、沉重、悲哀
		绿	41	坚持、信心、宽容、镇定	36	43	希望、理想、修养、青春、活泼、安宁、保障
		粉	100	温柔、敏感、可爱、天真	10	91	妩媚、女性、柔软、娇嫩、甜蜜、梦幻、浪漫

Figure 3. Mother of pearl brand 2017 series color healing analysis diagram

图 3. Mother of pearl 品牌 2017 系列色彩治愈性分析图解^③

4.2. 面料环保健康类案例

Klee Klee, 是一个国产慢时尚环保服装品牌, 取名源自藏族口语, 意为“慢慢来”, 品牌 logo 也取自手语中的“慢”。Klee Klee 作为一个可持续品牌, 致力于在原料环保、制成环保、社会责任几个方面坚持不懈地探索人与自然平等相处、相互尊重的生活方式。其品牌在环保染色工艺上, 不使用漂白剂等化学物品, 减少化学污染。在面料上坚持采用天然环保的纤维, 遵循可持续理念, 在原料的种植上就尽可能降低对环境的消耗和污染。比如棉、丝、麻以及环保羊毛。见图 4。

中国原创女装品牌 inman 茵曼, 秉承天然环保、舒适时尚的设计理念, 支持地球可持续发展, 坚持爱人、爱家、爱自然, 将设计美学与自然舒适结合。在推出的麦田美学系列产品中采用优质新疆棉与天然麻料, 打造出以舒适为本, 为舒心而生, 天然亲肤的棉麻时尚女装。见图 5。



Figure 4. Klee Klee brand clothing

图 4. Klee Klee 品牌服饰[®]



Figure 5. Inman brand clothing wheat field series

图 5. 茵曼品牌服饰麦田系列[®]

CICLE 之禾品牌, ICICLE 坚持舒适环保理念, 为年轻的中产女性群体提供纯天然高质量的通勤服装。牛仔, 其实一直以其粗放污染的加工方式而为人诟病例如制作一条牛仔裤需要消耗几千升水和大量重金属化学材料的概念, 危及产地底层流水线工人的身体健康, 也严重危害我们赖以生存的环境, CICLE 的土壤牛仔系列的面料原色无染与成分天然的蓝染色, 节水、节能的面料从源头上重新赋予了牛仔健康永续的基因, 可降解的面料无化学添加的天然色彩。见图 6。

4.3. 款式功能健康类案例

Silverts 成立于加拿大安大略省英格索尔, 通过专注于客户服务和质量赢得了强大的追随者, 但随着人们年龄的增长, 人们对服务的需求也在增加, 于是 Sliverts 将注意力转向无障碍服装, 他们与医疗保健

提供者、护理人员、家庭成员以及患有影响他们穿或穿常规衣服能力的疾病和残障人士密切合作。从老年人到患有关节炎、糖尿病、脊柱侧弯、行动不便、失禁、足病等疾病的患者, Silverts 致力于帮助这类人们的穿着得体、舒适和时尚。见图 7。



Figure 6. CICLE brand soil denim series clothing
图 6. CICLE 土壤牛仔系列服饰®



Figure 7. Silverts brand clothing
图 7. Silverts 品牌服饰^⑦

Remedy 诞生于与患有不同身体残疾的个人的合作。为了实现这个系列, 开发了一种称为动态立体裁剪的服装构造技术。这项技术使能够以定位的形式直接在身体上打版, 这样服装就可以以最能支持运动的方式模制成不同形状和尺寸的身体。通过巧妙的接缝使穿衣变得更加容易、适合各种灵巧程度的闭合方式以及腰带环和隐藏式导管袋等隐藏功能, 实现了无障碍性。服装适合不同形状和尺寸的身体, 通过动态立体裁剪技术最好地适应运动。见图 8。

根据案例调研可得, 市场现有关于康养服装设计主要分为三大类, 分别是色彩心理健康类案例、面料环保健康类案例、款式功能健康类案例。就此三点做为设计的要素, 针对“康养热”现象中的有康养需求的年轻群体做设计服务探索。

5. 基于当下康养需求的服饰设计初探

以有康养需求的年轻群体中的女性为主体, 从色彩、面料、款式这三大设计要素出发, 以环保舒适、健康、年轻化为设计理念。



Figure 8. Remedy brand clothing
图 8. Remedy 品牌服饰®

色彩方面, 结合中国传统草木染色技艺, 染出的色泽具有自然而柔和的特点, 具有丰富的美学价值和可持续价值[9], 符合主题内容。且在《药用保健功效植物染色的服饰研究》曾深度剖析并肯定染色草木材质具有一定的药用功效[10]。

面料方面, 使用天然材料棉为主, 健康舒适, 面料柔软、透气, 给人舒适的穿着感。它具有良其排出, 保持皮肤干爽, 棉面料还具有良好的透气性, 能够允许空气自由流动, 保持身体的通风和呼吸。这有助于调节体温, 避免过度出汗和不适感。棉纤维可以吸收空气中的水分, 吸湿性强。它能吸收身体上的汗液, 保持皮肤干爽, 并迅速蒸发, 减少异味和细菌滋生的机会。棉是一种天然的纤维, 不含有害化学物质。相比合成纤维, 棉面料对皮肤更友好, 不易引起过敏或刺激, 适合敏感肌肤使用[11]。

款式方面, 采用宽松的 A 字版型或 H 版型的休闲风格款式为主, 减少服装对人体的约束性, 使人感受舒适与自在[12]。

以下是款式系列设计效果图以及实物拍摄展示, 见图 9~11。

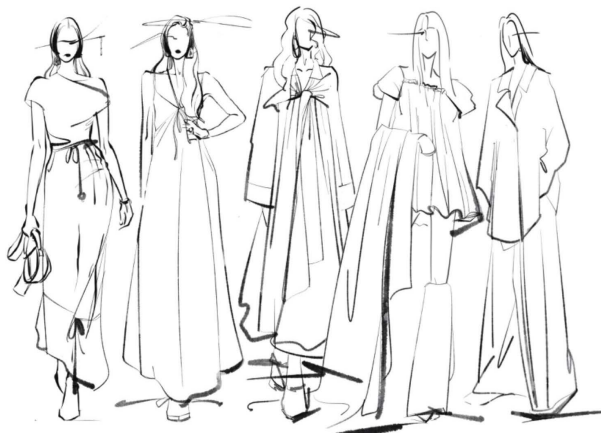


Figure 9. Series design renderings
图 9. 系列设计效果图®



Figure 10. Physical display

图 10. 实物展示^①



Figure 11. Physical details display

图 11. 实物细节展示^①

6. 结语

就“康养热”现象分析现象特征以及人群特征,得出具有康养需求的年轻群体是本研究的设计对象。通过调研市场相关服饰案例,归纳康养理念在色彩、面料、款式这三大设计要素上的表现,以此作为后续设计的要点,从这三方面上对应结合传统草木染色技艺、使用纯棉面料、宽松的 A 字版型或 H 版型的休闲风格款式,并在设计表达上展现年轻化特征,并具有一定的审美价值和市场应用价值,丰富目前对康养理念服装的理论研究,为具有健康意识的人群做服装设计服务提供了一定的设计方法和经验借鉴。

注 释

①图 1: 自绘

②图 2: 自绘

③图 3: 引用

https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=LD-wYsOa3DjENs-rwbCZO4N5-CNuYwYN6HE7Sa5ojw3i3pdv9B4mBSEFo-nqUS0OwfMBj8_HDddYu61NOfsEkO3pqkdOjBEmfAVjxKm45oNzVgIm_RSgO24JaZwt3Lo9POTYprjEPok=&uniplatform=NZKPT&language=CHS

④图 4: 引用, <http://xhslink.com/XVY11v>

- ⑤图 5: 引用, <http://xhslink.com/JGn21v>
- ⑥图 6: 引用, <http://xhslink.com/qX321v>
- ⑦图 7: 引用, <http://xhslink.com/3Vg21v>
- ⑧图 8: 引用, <http://xhslink.com/HeQ31v>
- ⑨图 9: 自绘
- ⑩图 10: 自摄
- ⑪图 11: 自摄

参考文献

- [1] 李雪飞, 李树华. 中国古典私家园林营建中的康养思想研究[J]. 住区, 2021(1): 124-131.
- [2] 李天天. 2021 国民健康洞察报告[EB/OL]. <https://max.book118.com/html/2022/0515/5141040200004230.shtm>
- [3] 融 360 维度: Z 时代养生消费调研报告[EB/OL]. https://www.xdyanbao.com/doc/zl4835w304?bd_vid=10709396659267171266, 2022-07-21.
- [4] CBN Data-年轻人养生消费趋势报告[EB/OL]. <https://www.docin.com/p-2426528979.html>
- [5] 灵核网市场研究院. 2017-2022 中国健康养生行业市场发展现状及投资前景预测报告[EB/OL]. <http://www.ldhxcn.com/hangyebaogao/yiliaoxingye/yiliaobaojian/46856.html>
- [6] 胡良益, 刘永宁, 吴春梅. “朋克养生”的青年亚文化现象解析[J]. 当代青年研究, 2019(1): 75-80.
- [7] 孙慧, 倪依克. 传统养生文化与现代休闲理念的契合[J]. 体育文化导刊, 2007(1): 58-60.
- [8] 魏泽惠. 青年女性治愈系服装色彩探究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京服装学院, 2022.
- [9] 唐佳. 基于“绿色设计”理念的草木染服饰文化与应用研究[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津师范大学, 2021.
- [10] 黄玉婷. 药用保健功效植物染色的服饰研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连工业大学, 2019.
- [11] 王妍, 张鹏. 基于健康设计理念的服装材料应用设计研究[J]. 艺术教育, 2023(2): 214-217.
- [12] 薛柏杉, 沈雷. 基于大健康背景下的服装设计趋势研究[J]. 明日风尚, 2021(6): 127-128.