
中西羊绒衫设计特点的比较研究

针对当今中西羊绒衫市场具有代表性品牌的近季主打产品，分别对产品的材质性能、造型设计、装饰设计、色彩设计几个主要方面进行了详细的分类统计。结合中西方消费者心理、生理特点以及中西方服装文化的差异，参考已有的市场调查报告，对统计所得的数据进行系统的分析和比较，总结出中西方羊绒衫产品的设计特点。通过比较分析，指出我国羊绒衫设计优势与不足之处，对如何提升我国羊绒衫设计水平的问题提出相应的解决方法。

我国是羊绒衫生产大国，羊绒产量常年稳居世界第一。但从羊绒衫产品的设计研发和羊绒品牌的发展来说，我国却远远落后于发达国家，当前的国际羊绒制品高端市场基本上以意大利、法国、美国等发达国家的品牌为主，鲜见中国品牌的身影。国内虽然有鄂尔多斯、珍贝等一批市场占有率较高的品牌，但仍有一部分设计师难以进行变化丰富的设计，大大制约了我国羊绒衫产品的整体设计效果。可见，对于我国的羊绒衫品牌来讲，提高产品的设计水平已成为解决困难的当务之急。意大利、法国、美国等国家虽然不是羊绒生产大国，但是这些国家的服装行业起步较早，因此一些知名的全球品牌如意大利米索尼、法国梦特娇、美国 Autumn cashmere 的羊绒衫制品在设计手法和特点上与中国产品存在差异。由于世界羊绒资源特殊的分布，山羊的养殖主要分布在亚洲，中国是世界最大的羊绒生产国，羊绒产量占世界总产量的 75% 以上。国外对羊绒衫设计方面的研究也不多，本文的研究可作为我国羊绒衫设计理论系统的一个补充。

1 中西羊绒衫设计特点比较

羊绒衫是毛衫中的高档品种，外观细腻饱满，手感柔软顺滑，穿着轻盈舒适，保暖性好。因为羊绒原料的稀缺性和羊绒纤维的特性，羊绒被誉为“软黄金”及“纤维宝石”，温暖舒适的羊绒服装也被世界各国消费者所钟爱。本文以国内市场的鄂尔多斯、珍贝品牌为代表，以意大利米索尼品牌、法国梦特娇品牌、美国 Autumn cashmere 品牌为代表，结合市场调查，从材质性能、造型设计、装饰设计、色彩设计 4 个方面分别进行归纳和分析，比较中西方设计特点的差异性。

1.1 材质及性能设计比较

无论是国内品牌还是西方品牌，在开发新材料、新性能方面的主要表现基本一致，即将新的高科技成果逐渐运用于羊绒衫设计。随着国际市场对纺织品品质的要求更加严格，服装环保设计的呼声也越来越高，许多企业纷纷用高科技含量的产品打造企业的品牌形象，环保、卫生、健康、高性能的成果被广泛运用于羊绒衫设计。

表 1 新型材质运用设计的比较

品牌	纯羊绒衫	新型材质羊绒衫
鄂尔多斯	63	37
珍贝	83	17
米索尼	90	10
梦特娇	85	15
Autumn cashmere	100	0

表 1 列出了本文研究的 4 个品牌对新型材质的运用情况。表中数据是从每个品牌近 3 年来设计经典款和畅销款式中精选出的 100 款羊绒衫进行分类统计，所有数据来源统一。不难看出，国内的品牌在开发新型材质方面较西方品牌领先一筹，附加新型材质的羊绒衫数量高于西方品牌。鄂尔多斯、珍贝品牌近年主推新型的纳米羊绒衫、抗静电羊绒衫，丝光、可机洗等技术使羊绒衫外穿化成为可能。西方的羊绒产品多注重保持羊绒本身的特性，忽略了新型材质的加入，因此纯羊绒制品的比重较大。只有像米索尼、梦特娇这样的奢侈品牌为迎合品牌定位与时尚设计的需要，在羊绒衫中加入了真丝、珍贵皮草等高档材质，进一步提高产品的价位和档次。

1.2 造型设计比较

在羊绒衫的设计过程中，羊绒衫造型设计的好坏决定羊绒衫设计的成败。羊绒衫的造型设计决定羊绒衫外观款式的基本风格，在设计的过程中，起到传导信息和指导方向的作用。造型线指的是服装的轮廓造型，是被抽象了的整体外形。服装的造型是由轮廓线、零部件线、装饰线以及结构线所构成，其中以轮廓线为

根本，是服装造型的基础。从服装美学的观点出发，羊绒衫外形轮廓的变化可归纳为H型、X型、Y型、O型以及不规则型。

传统的羊绒衫一般较宽松，造型不是十分合体，很难表现人体的曲线美，与时装差距甚远。现在，越来越多的合体羊绒衫出现，一些女装中比较流行的风格造型常被运用到羊绒衫设计中。西方的羊绒衫设计也有宽松、休闲款式的，但同时一定设计腰身，显得腰部合体一些，可以外穿，也可以在外套里面穿，这样，X型、Y型设计就比较受西方消费者欢迎。相比之下，国内的羊绒衫在造型设计上略显简单，一般仍以传统的宽松、合体H造型为主，比较结果见表2。

表2 造型设计的比较

品牌	H型	X型	Y型	O型	不规则型
鄂尔多斯	64	25	2	1	8
珍贝	55	36	1	5	3
米索尼	36	32	13	9	10
梦特娇	42	22	28	5	3
Autumn cashmere	45	18	22	6	9

第1种H型。这种羊绒衫的轮廓造型通过不收缩腰围，使肩宽、胸围、腰围和臀围在外形上保持一致，并且舒适方便，显得随意自由。从表2可以看出，在国内品牌的产品造型中H型的设计占了主导地位。原因是，根据相关市场调查所示，国内羊绒衫的主要消费年龄层为35~50岁，这部分消费者大多开始出现生理性的体型变化，体态变得丰满，H型设计刚好可以遮盖体形上的缺点，适合粗腰的成熟女性，并也可体现出多种风格。

第2种X型，也称紧身型。紧身型羊绒衫的外型轮廓基本符合体形的自然轮廓，能充分显露人体美。东方人的思想比较保守、含蓄，因此在服装穿着方面不太青睐过于紧身的X型设计。而西方女性相对开放、独立，因此西方的羊绒衫产品中X型造型设计的比重较大。在米索尼品牌2009/2010年秋冬季的新品中，设计师还创新性的将时装裁剪的轮廓和元素运用到羊绒衫设计中，使得羊绒衫愈来愈贴合人体。另外，在西方，服装立体裁剪设计水平世界领先，立体造型的手法也慢慢被运用到羊绒衫的造型设计中。

第3种Y型,也称为倒梯形,倒三角型。其特点是肩部夸张,下摆收敛,是以紧身型为基础,形成上宽下窄的效果。这是一种具有男性体态的外形,如字母“Y”的外形。此外,由于Y型线条对肩部的夸张,使整个线条充满大方、洒脱的气氛,因此Y型设计的羊绒衫充满了刚强、洒脱的男性风格,这种中性风格在欧美比较流行。

第4种O型,又称椭圆形。一般在肩、腰、下摆等处无明显的棱角和大幅度变化,丰满圆润、丰厚、休闲,给人以亲切、柔和的自然感觉。这种设计在近年的国际市场频繁出现,迎合了羊绒衫外穿化的时尚趋势。

总体而言,我国的羊绒衫造型设计主要以传统的宽松型H型为主,这与目前国内羊绒衫消费群体年龄偏高有关;西方的羊绒衫设计则是以H型、X型和Y型为主,Y型占较大比重的原因是,西方消费者普遍存在肩宽、高大的生理特征;另一明显不同是西方国家不规则造型的羊绒衫比重也较大,这类羊绒衫多为时尚款式,比较前卫、随意,而在我国,因为主要消费群体是中老年消费者,对这类时尚造型的羊绒衫接受程度不高。目前,国内羊绒衫市场的部分品牌已经开始尝试创新,如2008年秋冬畅销的“O”型连衣裙等新款为女性羊绒衫塑造了新的曲线。

1.3 色彩设计比较

在相当长的时间里,国内羊绒衫色彩单调,颜色不如西方国家的羊绒衫丰富,而且有的颜色缺乏流行性,纯度过高,艳丽有余,含蓄典雅不足。常见的羊绒衫产品是以深色含灰色系为主,色彩层次不够丰富,组织结构设计变化少,所以产品常年集中于中老年人为主的中高档消费人群,致使消费群体狭窄。而西方国家的羊绒品牌每季都有主打色彩,货品颜色紧跟当季时尚潮流,并且十分注重色彩的层次感以及搭配感,即使是一件单品的可搭配性都极强。例如,意大利的米索尼几乎每件产品都拥有节奏感强烈的彩色条纹,只要选择任何一种单色的外套与之搭配都是没有问题的。尽管羊绒衫的色彩日趋明艳,但是由于中西方消费者的地理气候、生活习惯、风俗爱好有较大差别,导致人们对色彩的偏好不同,直接影响到中西方的羊绒衫色彩有所区别。西方人比较喜爱的颜色有:中性色调或者纯粹、明快的色调;来自于自然的高雅色调,像丝绸般流动的光彩,同时又富于夏日温情的色调。而中国人喜爱的颜色有:中国古代宫廷服饰的金黄色、中国红;

带着些许桔红、显得非常雍容华贵的色调;另外,古代翡翠的颜色也颇具流行性。具体比较结果如表 3 所示。

表 3 中西方女性偏爱羊绒衫色彩的比较

品牌	红色	粉色	白色	灰色	黑色	棕色	蓝色	紫色	其他
鄂尔多斯	19	18	3	15	10	9	7	10	9
珍贝	16	18	8	18	14	3	5	8	10
米索尼	6	9	14	19	18	19	7	2	6
梦特娇	4	6	7	21	19	16	9	3	15
Autumn cashmere	9	11	8	17	21	13	8	5	8

由表 3 可见,中西方羊绒衫色彩设计的基本色调都是以粉色、灰色、黑色为主。但有少数颜色存在明显区别,例如中国人喜欢红色的心理特征较为明显;美国、法国、意大利人偏爱棕色,而棕色在中国却并不受欢迎;紫色在基督教代表哀伤,有时甚至被使用在葬礼中,所以在欧美的羊绒衫设计中运用较少。

1.4 装饰设计比较

在羊绒衫的装饰设计方面,中西方品牌体现了一致性,总体上趋向更加奢华,更加丰富,绣花、镂空、提花、亮片等工艺技法被各大品牌广泛应用。拼接或与梭织面料相结合的产品也成为近期比较流行的设计手段。如利用对比强烈多彩的羊绒与梭织面料有机地拼接和分割,从而打破了传统意义的羊绒设计理念,越来越成为时尚的主流。在装饰辅料上,更多的采用毛针织品与皮草相结合,更加彰显了羊绒的奢华品质。很多品牌的羊绒衫在领、袖、胸部、肩部、口袋等部位运用穿皮、贴皮、皮上绣花等别致的设计,在休闲中不失华贵,比较结果见表 4。

表 4 装饰设计的比较

品牌	绣花	印花	镂空	针梭 拼接	皮草 拼接	提花	烫钻	其他
鄂尔多斯	25	9	3	8	3	26	12	14
珍贝	23	worldcashmere.cn	2	24	28	8		
米索尼	3	26	6	0	9	23	0	33
梦特娇	12	6	5	4	12	25	8	28
Autumn cashmere	5	7	11	3	18	22	31	0

由表 4 可看出，中西方羊绒衫的装饰手法主要以绣花、提花为主，但在其他几种装饰手法上差别较大。西方羊绒衫装饰设计注重着装者本身的意愿，将本身高档的羊绒衫装饰从简，把基本的款式和色彩设计做好，把装饰羊绒衫的权利留给着装者，靠首饰、丝巾、胸针等其他配饰来装饰。而国内羊绒衫的设计比较复杂，有的全身缀满了亮闪闪的水钻，有的大面积地装饰各种图案，这使得羊绒衫本身已经有了很多装饰，着装者也就无法再配丝巾、胸针等体现个性的配饰。从表 4 中还可以看出，中国的羊绒衫产品设计更倾向于绣花、印花、烫钻手法；美国的羊绒衫产品装饰手法一般不是很多，而且出现频率比较平均；法国、意大利等欧洲国家，与皮草拼接装饰的羊绒衫产品更受欢迎。

2 提升设计品质的方法

通过以上几方面的详细比较，国内的羊绒衫设计存在优势也存在不足，建议通过以下几种方式提高设计品质。

1) 注重设计资源的获取。羊绒衫设计是一项

需要利用多种资源的工作，离开了设计资源，设计工作将无法进行。设计师可从以下渠道获取设计资源。互联网是获取信息最简便的渠道，世界各国的网站和品牌服装公司及羊绒衫公司的流行网站为业界提供了流行信息，譬如中国羊绒衫网的图库就是获取设计资源的一个重要来源。另外，通过杂志报纸、电视以及市场上的一些最新款式来获取资源也是比较重要的一个方面。

2) 把握好设计理念和品牌理念。设计理念存

在于任何设计领域中，品牌羊绒衫也有属于自己的设计理念。应该使设计风格与品牌风格尽量保持一致，发挥设计师的才华，将羊绒衫品牌的设计理念完全体现在产品的总面貌中，设计出受消费者欢迎的品牌风格。

3) 款式设计要与创新工艺相结合，羊绒衫设计

如果没有生产技术支持，再好的设计想法都是空洞的。例如，电脑辅助设计软件的广泛使用，已经拓宽了设计的空间。

4) 要注重用设计创新来提高品牌产品的附加值。

羊绒衫离不开装饰，尤其是品牌羊绒衫的配饰设计应该是设计者重点考虑的因素之一。另外，可适当扩充羊绒产品的广度，那些国际大品牌的羊绒服饰品和一些配饰占其销售额相当大的比例，如意大利的米索尼品牌除针织系列外，还有裙、裤、针织围巾、帽、包及相关饰品等各类相关产品。有配饰的卖场比没有配饰的卖场在形象上要完整得多，不仅羊绒衫的定价可借此适度提升，塑造好的品牌形象，而且，还能起到促进销售的功效，提高羊绒衫产品的附加值。

3 结语

随着人们生活水平的提高，消费者对羊绒衫的认识和需求也发生了变化。羊绒衫的质感、造型、色彩、款式设计等已成为羊绒衫最大的卖点，所以，不断提高产品的设计水平和研发能力，已成为我国羊绒衫行业的出路之一。在一片大好形势的推动下，我国羊绒品牌企业应找准方向，坚信自主研发的重要性，准确定位，加大产品设计投入力度，使我国在保持世界羊绒产量第一大国的同时，早日成为羊绒产品设计领先的大国。