

DOI: 10.19333/j.mfkj.2017080200206

服装设计管理体系与服装设计创新研究

唐競喆

(绍兴文理学院 元培学院 浙江 绍兴 312000)

摘要: 对应服装设计管理体系在服装设计创新过程中的具体管理活动,从把握创新方向、提高创新能力和培养创新人才3个方面,对其所产生的作用和效果进行研究,着重对实现创新力提高的3个维度进行研究。通过对意大利奢侈羊绒品牌 LORO PIANA 的设计创新、南宮秀品牌运用传统越剧服饰文化的传承与在现代服饰设计创新中的融合发展要点进行分析,并对互联网思维下的个性化童装定制的角色定位与发展策略、快时尚品牌及企业和高校2个层面培养设计创新人才进行探索,提出合理挖掘创新深度、分类拓宽创新广度、有节奏加快创新速度和服装设计管理体系融入高校服装设计专业,进行创新创业教育教育的尝试,从而明确服装设计创新活动需要服装设计管理,推进服装设计创新。

关键词: 设计; 管理; 创新; 创造力

中图分类号: TS 941.1

文献标志码: A

Clothing design management systems and fashion design innovation

TANG Jingzhe

(College of Yuanpei, Shaoxing University, Shaoxing, Zhejiang 312000, China)

Abstract: Corresponding to the specific management activities of the fashion design management system in the fashion design innovation process, the paper studies the function and effect from three aspects of controlling innovation direction, improving innovation and cultivating innovative talents, and focuses on the analysis of the three dimensions of the improvement of innovation ability. Through the analysis of Italy luxury cashmere brand LORO PIANA design innovation, NANGONG XIU on the integration of inheritance of traditional Yue opera costume culture and innovation in modern dress design, it explores the internet thinking of personalized children's clothing customized role positioning and development strategy, fast fashion brands and enterprises and universities two levels of training creative design talents, offers reasonable excavation of the depth of innovation, classification broaden the breadth of innovation, and an attempt to adjust the speed of innovation and fashion design management system into the college fashion design innovation and entrepreneurship education teaching. It finds the key of promoting innovation of fashion design is fashion design innovation activities need fashion design management.

Keywords: design; management; innovation; creativity

设计管理广泛运用于现代工业产品设计、服

装品牌与设计创意产业实践^[1],其作用得到业界、设计界和经济学界的研究和重视,特别是随着服装行业进入突破创新、转型升级、深度品牌化的发展时期,设计创新已成为服装企业建设发展的重要核心和途径。据调查研究发现,近年来,日趋成熟的服装设计管理挖掘“设计创造价值”的潜力,使设计真正成为企业的核心竞争力^[2],为服装行业带来新的生机,能给企业带来发展的动力,使企业的创新得以有计划、有步骤,可持续地进行,使

收稿日期: 2017-08-22

基金项目: 2017年绍兴市哲学社会科学规划课题(135225); 2017年绍兴市教育科学规划课题(SGJ17005); 绍兴文理学院2016年科研项目(2016SK1002); 绍兴文理学院元培学院2016年度科研项目(KY2016Z01)

作者简介: 唐競喆, 硕士, 主要研究方向为品牌服装设计与营销、设计管理及商品企划。E-mail: 17648812@qq.com。

企业能真正在日益剧烈的市场竞争中确立自己的位置^[3]。推进设计创新是服装企业寻求更大发展的有效途径,但是设计创新成本的投入和创新失败的风险也是目前服装企业转型升级过程中必不可少的“坎”^[4],因此,系统、科学、有效的服装设计管理的实施显得愈发重要。

1 服装设计管理的核心概念和功能

服装设计管理是品牌服装企业对设计活动进行的管理,它涵盖了公司、品牌和产品的设计管理,并决定如何在公司的人事组织结构、经济财务结构和产品结构框架内开展设计活动^[5]。因此,应合理规范和约束设计活动的初始、过程、终结的每个链接环节(如创意方案、成本预算与控制、项目的进度安排、人事的协调与配合、部门的交叉与合作等)。

随着设计管理的深入,现代品牌服装企业意识到自身艺术性与商品性并重的行业特性,有效地融合设计(产品、品牌形象、产品形象、营销形象、企业形象、终端服务、售后服务等设计)与企业管理流

程,把消费群的认知、目标市场、生产营运等方面综合连贯起来,对企业总体目标和规划、企业竞争策略、目标市场及竞争品牌的跟踪等有计划地进行制度化、规范化、系统化的有效管理。

当今企业应用服装设计管理,不仅对设计进行创新,获得产品突破和提升,而且也能对技术、制度以及管理等应用创新,起到重要的作用,能创造新业务,提高设计创新相关活动的质量与效率,以谋求最优化的设计效能和最大化的经济效益。

2 服装设计管理体系与服装设计创新的关系

2.1 服装设计管理体系的范畴界定

目前服装设计管理体系的理想模式包含当今品牌服装设计管理的2大模块,构建服装设计管理体系的模型如图1所示,其中:设计任务模块是管理实施设计相关事宜的主要模块;设计体系模块是管理设计相关人员和任务达成效果的主要模块,是实施设计任务的工具与结构,也是实施设计任务的保障。

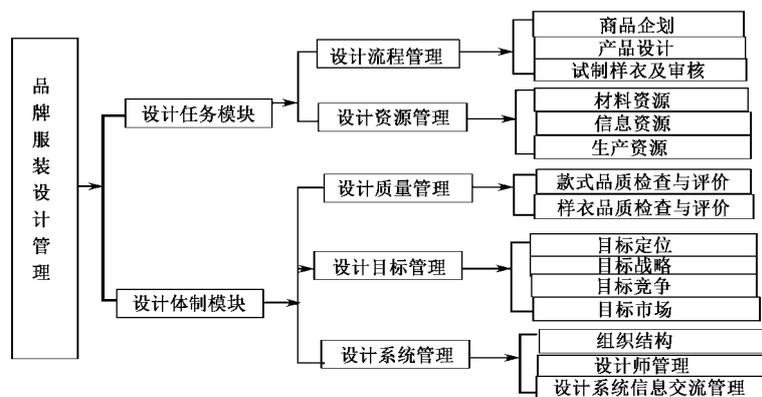


图1 服装设计管理体系的模型

2.2 设计管理体系与服装设计创新的内在联系

服装设计管理是一个指导、管理服装设计工作的大体系,是以设计创新为目的、设计师为核心,协调其与设计、客户、文化和市场等关系的行为系统,也是指导服装企业实际工作的重要思想和方法,具有综合性和交叉性的特点,所涵盖的内容和管理的范围是品牌服装企业从战略到产品到运营的各个方面。服装企业每一项产品创新设计都要经历市场调研、企划决策、产品设计、样品试制、审核生产、销售、回收等环节,在整个过程中,服装设计管理体系下的每个管理活动都紧密联系实现产品创新,存在一定的内在逻辑规律关系,见图2。

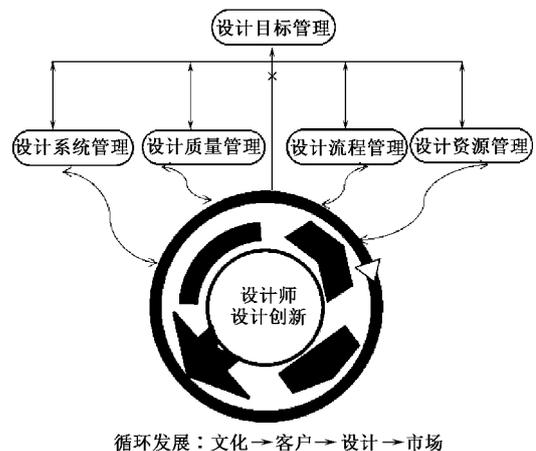


图2 服装设计管理体系内在逻辑规律关系

整个设计管理活动是围绕设计创新展开,是将设计创新贯穿于服装设计管理体系中的每一个具体设计管理活动,既是设计管理的原动力,也是设计管理的最终目标^[5]。融合文化、设计、市场、客户,形成循环发展,促进服装设计师进行服装设计创新。服装设计创新的成败是检验服装设计管理的效率,它们之间相互依存、相辅相成,形成统一的内在逻辑规律关系,促进设计思维的主动性、功能性和创造性的发挥,设计工作效率的提高,最大效益设计成果的产生。

3 服装设计管理体系在服装设计创新中的运作

3.1 把控创新方向

由于服装设计创新不仅包括面料、结构、款式、色彩、图案等外观设计的变化创新,同时还包括生活方式、流行趋势、艺术、文化、科学技术、人际关系等的设计创新。设计创新目标包括技术目标、艺术目标、功能目标、经济目标和市场目标^[4],这是服装企业对设计创新方向把控的重点,它直接影响设计创新实际达成的有效性,也是避免设计创新的经济价值和设计价值遭受损失的基本要素。

设计流程管理的基础是调研市场和研究市场,分析目标市场、研究市场需求。设计资源管理是结合企业自身的基本业务特点、市场占有率、核心竞争力及企业发展目标,在市场需求和企业商业目标之间找到平衡点,从而对设计目标做出正确定位,服装设计创新目标定位模型见图3。

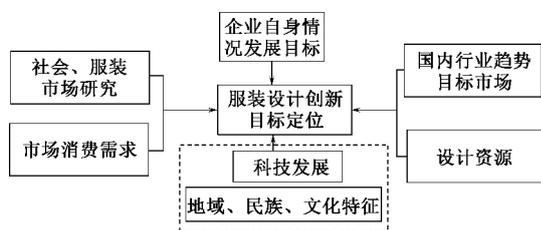


图3 服装设计创新目标定位模型

其次,服装设计管理是一个集聚多样化资源的管理体系,它的集成性和整合性融合了服装设计创新所包含的人性与技术、艺术与工艺、客户与商业的要求^[6],因而能够对多向度、多维目标的创新过程中进行设计目标整合管理,从而能形成一个符合总体设计目标意图的创新方向。对设计目标进行管理、规划,使其具有可操作性、时效性、相关性,以此使设计管理者在设计创新过程中,形成对创新成果评估的指导框架。

3.2 提高创新力

创新力是企业发展、拥有竞争力的核心代表。服装设计的创新力是融合创新深度、创新广度和创新速度3个维度的综合平衡创新能力^[7]。通过设计管理实现创新的深度、广度、维度,并且平衡好这3个维度的关系,创新力的提高才能有效得以实现。

3.2.1 合理挖掘创新深度

3.2.1.1 实务层面

实务层面的创新深度对应设计流程管理的纵向过程的长度(设计流程管理的长度最长始于基础性研究阶段而终于设计流程评价阶段)^[7]。设计流程管理的长度与设计创新的挖掘深度互为决定因素,挖掘创新深度越深,碰到的问题就会多而复杂,设计流程管理长度就越长,因此对设计流程长度的合理控制管理,是有效实现创新深度的基础。不同服装类型的产品,设计创新深度不同,与之对应的设计流程管理的长度就要进行不同的配套,如意大利 LORO PIANA 品牌公司不仅是一家拥有羊毛厂,经营羊毛、精细纺织品、奢华纺织品的公司,而且还是提供羊绒针织品、定制服装、外套和休闲装的公司,是一家从事纤维研发、纺纱、织造、印染,到形成面料,再到应用面料设计制作生产的公司,设计流程管理的长度涉及研究阶段和开发阶段,贯穿整个产业链。1994年,该公司推出 Storm System 处理技术,从而创造出一种特别柔软和舒展的防水防风面料,该处理技术包含一个需要贴在天然面料背面的亲水渗透膜,该膜含有50%可再生植物资源和蓖麻油制成的特殊聚氨酯;2016年该公司推出 Rain System 处理技术,在具有防水防风功能面料的基础上又增加防灰尘、污垢及液体污渍的功能,该技术可以使纤维周围形成一个不可见的屏障,使用的成分里可再生资源资源占了60%,提升了 Storm System 的防水效力。经 Rain System 处理过的面料如图4所示。



图4 经 Rain System 处理过的面料

2017年7月,该公司推出了 Green Storm System 处理技术,该技术包扩了 Storm System 和 Rain System 2项基础技术,提升了原有 Storm System 处理技术的环保功能^[8]。由此可见意大利 LORO PIANA 品牌公司多年来一直致力于生态环保面料处理技术

上的创新升级,挖掘面料的功能性以及环保性能的技术创新深度成为该品牌提升的重要因子。相应设计流程管理的长度在基础性研究阶段的前端,从构成面料的纤维开始,设计流程管理就已经开始。这样的设计流程长度不仅能保障产品创新深度的挖掘,而且有利于产生高创新的产品,提高了品牌公司的整体创新水平。

3.2.1.2 战略层面

战略层面的创新深度对应传统文化挖掘的合理融合程度。在我国,传统文化一直是服装设计创新的重要元素,对于传统文化的挖掘已经成为越来越多的服装企业在设计创新过程的设计创新战略。挖掘传统文化元素合理融入服装设计创新过程是服装设计管理对设计创新融合度的有效管理的体现。组织设计师深入汲取传统文化的内涵,进行艺术上的发展和创新,从形式上进行突破和发展,如杭州南宫秀文化创意有限公司的南宫秀品牌服装,从传统戏服中提取精美图案元素、结合传统戏服的精湛手工刺绣工艺,用于现代改良的旗袍、婚服、礼服等,特别是对传统越剧中的书生形象所穿服饰中包含的花、鸟、鱼、虫等图案元素提取到现代男装设计中。南宫秀品牌服装款式如图5所示。图5(b)赋予了现代男装一定的文化底蕴,延伸了现代男装设计创新的思路,形成新颖的、具有新价值的设计^[9]。



(a) 女装款式 (b) 男装款式

图5 南宫秀品牌服装款式

在现代服饰设计创新中,传承和发展传统越剧服饰文化的设计思维,是南宫秀服装品牌在管理设计过程中的重要设计策略,也是设计管理实践的重要内容,借助文化创意设计思维创造创新深度的价值。关注越剧之乡江浙绍兴地区传统越剧的发展,整合当地越剧服饰文化资源,梳理可应用、能发展的文化元素,进行分解、重构。一方面是把有形的传统越剧服饰文化,如材质轻盈的面料、柔和的色彩、丰富的色阶、和谐的色调、淡雅简洁的装饰图案、紧身束腰的造型等,合理运用到现代服装设计中,达到创新的目的^[10],另一方面是把无形的文化如传统越剧服饰的轻柔美特性融合到服装设计中,提高创新的高度。南宫秀传统戏服元素在现代服装设计中的应用见图6。



(a) 凤图案应用

(b) 霞帔造型的应用

设计图稿

刺绣样品

在现代服装中应用

(c) 刺绣工艺的应用

图6 南宫秀传统戏服元素与现代服装设计款式

图6(a)为有形的凤刺绣图案结合轻、柔、美特性的改良旗袍式礼服,图6(b)为对柔美霞帔造型的应用,图6(c)为精美刺绣工艺的龙凤图案的二次设计再现,体现了现代服装设计创新对越剧服饰文化的传承与发展,完美诠释服装设计管理在挖掘传统文化深度的融合程度。

关注用户体验、进行用户研究、让用户参与设计过程。如南宫秀服装品牌在美国西雅图商业区域开设高级定制店,运用设计管理活动来达到传统文化教育与现代消费需求融合的目的,从而形成新的价值链管理;使传统文化价值在现代设计创新中的实现,促进了传统越剧服饰文化的传承和发展,推动了现代服装设计创新。服装产品设计创新深度是通过有效的服装设计管理来实现的。合理挖掘产品创新的深度是服装设计管理的有效性表现。深度的挖掘不仅仅是针对某个或某类服装产品的高度创新,而且还能提高服装企业整体创新水平的高度创新。

3.2.2 分类拓宽创新广度

创新的广度是对应设计流程管理的纵向过程的幅度,创新广度将加大设计流程管理的幅度和管理难度,设计流程管理中幅度和难度的加大,反过来会拓展创新的广度。因此服装产品广度的创新,基于设计流程管理自身具备的柔性、灵活性和协调统筹的能力,进行整个设计、生产和应用的交叉融合、协同创新^[11],来设计开发多种服装产品。不同服装产品设计创新实现,所侧重的设计流程阶段都有所不同,而对设计流程的管理就是对这些不同阶段的创新过程深入了解、区别对待,结合现代技术在不同阶段针对不同产品的特点,可以拓宽产品创新广度。设计过程管理包括:①设计战略管理层面:产品定位、品牌定位,应用多品牌战略增加产品线、增加品种、品类,满足多种消费需求,有效提升其创新力^[7]。②设计资源管理层面:结合企业内部和外部的资源进行设计拓展创新广度的路径,采用买手制补充原有的企业内部的产品创新模式、代理其他品牌的产品补充原来的产品线、结盟竞争者形成战略联盟共同开发产品、建设产学研合作研究创新技术、联盟合作伙伴形成产业链开发应用力度和延伸创新理念、跨界不同行业领域拓宽产品创新范围等。

运用互联网思维下的个性化童装定制,是拓展产品创新广度的一种模式。它的角色定位与发展研究的核心,在于服装设计的创新广度,创新角色定位理念,结合互联网思维重新审视个性化童装定制。以互联网+大数据、云计算背景下的个性化童装定制在设计流程管理过程中涉及消费者的数据统计,包括消费者的尺码、喜好;设计定制任务的分配对接

等。因此定制过程是“服务+产品”的营销过程,要提供的是个性化的售前、售中和售后的服务。为个性化童装定制的角色从制作者延伸为服务者,提供服务平台。另一方面拓展设计师角色,加强消费者的设计应用力度,凸出消费者的创意艺术、个性差别、功能需求,让消费者成为设计师,孩子、父母或其他人员参与到设计中,把他们的设计意图转化为服装作品。这在一定程度上实现了整体产品的多样性和个体产品的个性。另外,个性化童装定制产品的广度创新还应关注营销理念的创新,对产品的设计生命周期进行拓宽。个性化童装定制的局限性在于订单下达到成品送达消费者的过程,成长发育期的儿童的身高、三围随时都在变化,针对这个特殊性根据所需尺码改制一件。结合设计管理优化创新方案,从而实现个性童装定制的创新。

3.2.3 加快创新速度

随着个性化消费时代的到来,多样性和不确定性的消费特点越来越突显,服装产品生命周期越趋向短暂,市场越复杂多变、难以预测,企业对信息流动的即时把握并快速反应市场变化的设计创新力显得尤其重要^[12],例如Zara、H&M等以速度制胜的快时尚品牌风靡世界,服装设计创新的速度成为衡量产品创新力能否有效实现的重要维度,也是企业获得竞争优势的关键^[7]。

MILLSON等^[13]对决定创新速度的3个方面因素的界定是:一是新产品从研发到推向市场的间隔时间,二是新产品在市场上的竞争表现,三是不同潜在顾客与研发团队的沟通互动程度。首先加深有效沟通互动的程度,精准把握市场,提高设计创新工作的紧密度,缩短把握市场变化的时间。其次在设计质量管理下,组织对新产品的市场检验与学习,准确把握服装产品的效用感知,迅速改进设计,提高创新速度,缩短下一次新产品投放市场的时间,形成竞争优势。

3.3 培养创新人才

3.3.1 企业层面

对服装企业而言,有效的服装设计管理体系本身是一个良好的设计沟通系统,在新产品的开发过程中协调沟通设计、工程、技术、生产、销售等众多部门对新产品的不同期望和思维形式形成一个最终完整的设计方案,使设计师的创造力得到了最大的发挥;沟通协调采用什么样的差异化设计手段、成本和产品售价关系,是至关重要的。通过设计管理下的研发创新过程,使设计师获得吸收、整合、综合利用多学科知识的学习吸收能力,并转化为提高设计师自身的设计创新能力。

3.3.2 教育教学层面

将服装设计管理体系导入服装设计专业教学能促进服装设计专业教学模式与教学观念上保持与行业发展同步乃至超前,加强快速反应服装产业发展对服装设计创新人才的需求,进行有效培养。

①促进创新创业教育和应用型培养有机融合到服装设计教育课程体系中。将设计管理作为服装企业管理模式的思维方法,运用柔性管理程序,可以根据专业课程的实际需求,适度灵活地调整课程内容,创新课程内容。如把“服装材料学”课程调整为“服装材料与采购”课程,重点使学生掌握全面运用设计手段协同成本预算发挥最大的设计创新,同时能掌握面辅料的性能、特征、质量,及面辅料的采购管控、信息管理、研发方向等,从而提高设计创新创业的实践能力。

②促进服装设计专业教学能更好地与服装产业结合,通过服装设计管理体系的管理活动,体验动态多维情境下的多维设计创新,激发创新创业思维,丰富教育经验、创新教育方法,改变旧的教学模式与教学观念,真正提升服饰设计教学中的发展空间,提高针对服装设计创新创业人才培养的教学能力。

③促进服装设计专业学生能有效学习、凝练素养提升学生设计创新力、创业的能力。基于服装设计管理体系下的教育、教学,是综合现代科学技术与设计管理思维方法下的教育教学。将大学生素质教育与创新创业教育,在沟通交流的合作能力、创意思维力、观察力、丰富想象力,独立性与创新性等方面具体化,尤其是对职业道德素养和事业责任感等的培养上,凸显服装设计管理系统在现代服装设计教学中的多方位培养的价值性、重要性和时效性。

4 结束语

服装设计管理体系是服装设计创新最终实现的载体,产品创新实现的从无到有都属于服装设计管理的范畴,服装设计管理是动态发展的管理体系,随

着时代的发展而发展,具有改变人的观念、思维方式和行为模式的潜力,孕育着巨大的创新与突破的能量。作为当代的服装设计创新人才,具备服装设计管理能力是有效实现设计创新的关键点。

参考文献:

- [1] 卞向阳,孙静.论服装设计管理的理念和模式[J].艺术设计研究,2009(3):39-41.
- [2] 美伊莱恩·斯通.服装产业运营[M].张玲,张辉,译.北京:中国纺织出版社,2004.
- [3] 刘晓洁.品牌服装设计管理研究[D].天津:天津工业大学,2005.
- [4] 邓俊.产品创新中的设计风险研究[D].武汉:武汉理工大学,2012.
- [5] 殷亮,武改翠,熊微.现代设计管理微创新的产品设计模式研究[J].无锡商业职业技术学院报,2012,12(3):97-101.
- [6] 张立群.设计管理的方法体系[J].装饰,2014(4):15-20.
- [7] 施尔乐.内衣企业有效实现产品创新力的设计流程管理研究[D].北京:北京服装学院,2012.
- [8] SANDRA Salibian. Loro Piana Introduces New Green Storm System, Launches New Ad Campaign for Tasmanian Fabric [EB/OL]. [2017-07-10]. <http://wwd.com/fashion-news/textiles/loro-piana-new-green-storm-system-new-ad-tasmanian-fabric-10942517/>.
- [9] 关天羽.中国传统文化在服装设计中的创新应用研究[D].长春:长春工业大学,2013.
- [10] 张益洁.越剧服饰设计探析[J].戏剧之家,2014(12):36.
- [11] 缪旭红,杨大伟,李煜天.多维度创新驱动针织产品高层次发展[J].纺织导报,2016(10):142-143.
- [12] 孙卫,徐昂,尚磊.创新速度理论研究评述与展望[J].科技进步与对策,2010,27(8):156-160.
- [13] MILLSON, MURRAY R, WILWMON David. The impact of changing markets and competition on the NPO speed/market success relationship [J]. International Journal of Innovation Management, 2010(10):841-870.