

3D 全息影像技术在服装领域的应用

杜娟灵, 王永进*

(北京服装学院 服装艺术与工程学院, 北京 100029)

摘要: 为了促进科技与服装的融合发展,提升消费者的购物体验,加速品牌的信息传递,以3D全息影像技术的概念和原理为切入点,通过分析该技术在服装发布秀场、店铺橱窗和设计研发等方面的应用现状,指出应用过程中存在技术手段繁琐、成本浮动范围大以及内容缺乏创意等问题,结合最新研究成果对其在服装销售和品牌营销等领域的具体应用进行展望,为3D全息影像技术在服装领域的应用提供借鉴。

关键词: 3D技术;全息影像;服装营销;服装设计;技术应用

中图分类号: TS 941.1; F 407.86 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2019)02-0106-06

Application of 3D Holographic Image Technology in Garment Filed

DU Juanling, WANG Yongjin*

(School of Fashion Art and Engineering, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100029, China)

Abstract: In order to promote the integration of technology and clothing, enhance the consumer shopping experience and brand information communication, this paper starts with the concept and principle of 3D holographic imaging technology, and analyzes its application status in the fashion show, shop window and design. The study points out that there are problems in the application process, such as cumbersome technical means, large cost fluctuation range and lack of creativity in content. The application of 3D holographic imaging technology in clothing sales and brand marketing are prospected based on the latest research. The study can provide references for the application of 3D holographic imaging technology in garment industry.

Key words: 3D technology, holographic image, clothing marketing, clothing design, technology application

目前,科技作为服装领域的引擎撼动着整个产业与市场,带来深刻而巨大的变革,因此在未来,服装与科技的融合发展必然是一种主流趋势。人们一直在追求视觉上的更高享受,目前VR,AR等技术容易造成人们视觉疲劳,同时引起头疼、恶心等不适感,而基于全息技术的3D显示因为其无可比拟的优势走入大众视野,广泛应用于舞台表演、商业广告等方面^[1]。3D图像显示技术已经从基于双目视差的立体显示发展为IT和艺术融合的全息影像显示^[2]。有关3D全息影像技术的研究受到国内外学者的广泛关注,其中涉及服装的应用主要有时装秀场、橱窗陈列和服装设计3方面^[3-6],然而围绕整个服装领域应用的具体研究并不多见。所以文

中通过介绍3D全息影像技术概念和原理,归纳总结国内外服装领域应用现状,并提出该技术在服装设计和营销中存在的主要问题和发展前景,为促进科技在服装行业的应用提供新思路。

1 3D 全息影像技术的概念和原理

1.1 概念

1947年英国著名物理学家丹尼斯·加博尔(GABOR D)^[7]首次提出全息术(holography)成像概念,利用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像。全息在希腊语中意为信息的全部记录。真正的全息影像不通过任何介质,从地平线上的空气中显示出影像,且观看角度可以随意变换,体验

收稿日期:2019-02-05; 修订日期:2019-03-12。

基金项目:服装工效与功能创新设计北京市重点实验室项目(KYTG02170202);北京服装学院2019年研究生科研创新项目(120301990122)。

作者简介:杜娟灵(1994—),女,硕士研究生。

*通信作者:王永进(1970—),男,教授,硕士生导师。主要研究方向为人体工学及服装研发。Email: fzywyj@edu.cn

者可以在三维立体画面之中穿梭自如^[8]。但目前还没有出现直接通过空气而不通过其他介质呈现影像的技术,所以人们看到的绝大多数全息技术,都是借用全息理念的伪全息,即3D全息影像技术。它是一种裸眼3D技术,观众无需佩戴眼镜即可看到人或物的立体影像,具有风格迥异的表现手法、三维立体的空间和绚丽真实的色彩感受。

1.2 原理

表1为3D全息影像技术类别。

表1 3D全息影像技术类别

Tab.1 3D holographic image technology category

属性	技术
“佩珀尔幻象”	传统分光玻璃、特殊透明金属箔反射幕、主流LED屏幕
“Holo膜”投影	“自然隐形幕”“背投透明幕”及LCD,OLED
Hypervsn	LED高速旋转产生三维物体视觉
空气投影技术	气流墙上投影出具有交互功能的图像
自由空间立体显示	投影机通过中央高速旋转镜将光反射出去
全息激光术	激光束投射实体,形成3D影像

“佩珀尔幻象”光反射原理为:45°镜面把水平光源反射成竖直的,使光线平行进入视野范围,而大脑无法追踪到光线来源,便会产生视觉停留效应,从而认为看见的影像悬空于前方^[9],具体如图1所示。“Holo膜”投影技术就是将现实三维制作的影像与显示介质的透明效果相结合,形成的全息影像^[10]。Kino-mo公司在CES 2016展示的Hypervsn 3D全息投影设备,主要由芯片、磁铁、发光二极管(LED)技术及螺旋桨叶片投影机整合而成;叶片转动时能投射出效果逼真的3D全息影像^[11]。空气投影技术则根据海市蜃楼的原理,将图像投射在水蒸气上,由于分子震动的不均衡,从而形成具有较强立体感的图像。自由空间立体显示是将图像投射在高速旋转的镜子上产生的3D立体影像。全息激光术原理是氮气和氧气在空气中散开时,混合成的气体变成灼热的浆状物质,并在空气中形成短暂的3D图像^[12]。

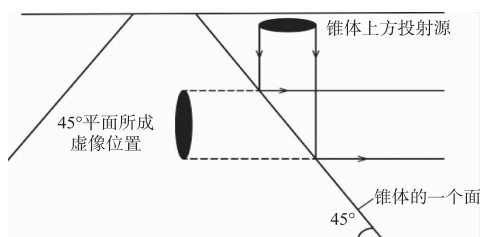


图1 “佩珀尔幻象”原理

Fig.1 Schematic of "Pepper's ghost"

2 3D全息影像在服装领域应用现状

2.1 秀场活动

表2为3D全息影像技术在服装秀场上的应用,此类应用是最早也是最多的。早在2006年,亚历山大·麦昆(Alexander McQueen)就在其秋冬系列秀场灯光熄灭后,在金字塔型玻璃罩中呈现出虚无缥缈的凯特·莫斯(MOSS K)人像,震撼收场。从那以后,全息技术进入时尚展会。2011年拉夫劳伦(Ralph Lauren)为庆祝其在英国启动的电子商务业务,凭借建筑学的光影射技术创造出8 min全息图像投影到旗舰店,引发媒体的广泛称赞,从而用150万成本收获7亿美元销售额,这就是“科幻生意”的操作模式^[13]。英国著名奢侈品牌巴宝莉(Burberry)为庆祝北京旗舰店开业举办全息时尚展,整场秀仅6位模特,却能够如移形换影般留下令人惊叹的画面,同时通过线上直播向世界推广巴宝莉品牌及其所特有的英伦风范。2016年阿姆斯特丹时装周上,服装设计师SLOOTEN A J联手视觉创意师、秀导、艺术家及模特等一同创作,虽然在表演中有错位的失误,但整场时装秀把服装的灵魂以可视化方式呈现,启发人们应该像对待挚友般对待他们的衣服,以节省资源、时间、空间等,保护生态系统^[14]。2017年美国新秀丽(Samsonite)在北京以舞蹈与3D全息影像结合的方式震撼发布年轻化品牌战略,倡导多元化高品质的生活方式。波司登在2018春夏新品发布会上首度采用全息摄影与数码影像技术结合的方式,旨在提升品牌形象^[15];2018春夏上海高级定制周秀场也使用该技术增强了T台表演的可看性与感染力。不过当前国内大多只是以影像展示的方式将影像以投影的方式投射在全息背景中。

表2 服装秀场活动应用情况

Tab.2 Application of clothing show activities

年份	国家	应用
2006	英国	亚历山大·麦昆秋冬系列 "Widows of Culloden"
2011	美国	拉夫劳伦庆祝在英国启动电子商务业务
2011	英国	巴宝莉北京旗舰店开业
2016	荷兰	阿姆斯特丹时装周时装周
2017	美国	新秀丽北京品牌发布会
2017	中国	波司登2018秋冬时尚发布会
2018	中国	春夏上海高级定制周

2.2 服装设计

从全息概念中汲取灵感或借用全息材料应用于时尚界的案例屡见不鲜,尤其是针对服装面料和色彩部分。图 2 为 3D 全息影像技术在服装设计领域的应用。2001 年设计师约翰·加利亚诺 (GALLIANO J) 推出全息机理的机车夹克,荒诞的装扮却一举成为当时流行嘻哈风尚的代表作。其图案借鉴全息防伪特有的光泽和特效,采用全息压膜技术制成,并进行涂层处理,堪称经典尝试。玛丽·卡特兰佐 (Mary Katrantzou) 伦敦春夏高级成衣部分作品的设计理念来自于废弃钞票,通过借鉴全息防伪技术抵制印花仿制^[16],具体效果如图 2 (a) 所示。镭射金属箔面料是利用光之间的干涉原理,在传统金属色基础上幻彩出七彩霓虹色,形成具有丰富金属光泽且质感立体的全息色^[17]。2013 年马克·雅可布 (Marc Jacobs) 推出了全息亮片粉色连衣裙、全息银色护腿,斯特拉·麦卡特尼 (Stella McCartney) 推出全息彩虹色手提包,都是从全息技术中获取灵感后对面料进行改造;2018 春夏马丁·马吉拉 (Maison Margiela) 高级定制展现了聚氨酯对相机闪光灯的反应以及全息材料波卡点和中国提花机分层时所产生的迷幻全息渐变效果^[18],具体如图 2 (b) 所示。2011 年大连工业大学王智森教授及其科研团队申请的《一种全息化服装设计方法》专利^[19],其步骤简述为:静态数据的测量、动态数据的测量、个人动态环境分析、服装款式设计、静态 3D 仿真、动态 3D 仿真、仿真比较、最佳数据和效果的输出。该专利以全息为理念,保证了用于服装设计中的人体数据的全面性与完整性。

2.3 橱窗展览

2006 年拉夫劳伦在其纽约门店首次启用互动式可购买橱窗,得到了媒体的追捧。日本 NANO UNIVERSE 在透明橱窗空间里展示“真人”穿着服装的效果,似真似假、似实似虚,拉近与消费者的距离。法国 EMPREINTE 体验店 L'Atelier 全息橱窗每晚定时播放魔法内衣秀,穿着新品内衣的仿真立体影像营造了全新的品牌感官体验。土耳其 VAKKO 门店内,行人路过橱窗时会触发感应带,识别摄像头会自动将信号传输到系统,系统透过影像与特制玻璃将漂浮的图像和室内陈列效果呈现给观众。阿迪达斯作为游击营销代表,卖场设有大量全息设备,还将法国队守门员形象投影在橱窗上吸引大众^[20]。2017 年,英国高级连锁百货公司 Harvey Nichols 用 LED 照明灯和全息背景打造彩虹色橱窗。国内的产品静态展示大多采用全息柜^[21],具体

如图 3 所示。2018 年 12 月香港时装设计师协会在香港举办了首个大型全息投影时装展览,将全息投影、服装实物及 LED 模特展示 3 者结合,全方位体现设计构想与最终成品。将全息技术融入到服装展示中,可以使服装由被选择变为主动吸引消费者的视觉关注点,从而更好地传递品牌和商品信息。



(a)玛丽·卡特兰佐2013春夏高级成衣



(b)马丁·马吉拉2018春夏高级定制

图 2 3D 全息影像技术在服装设计领域的应用

Fig. 2 Application of 3D holographic image technology in fashion design



图 3 3D 全息影像展柜

Fig. 3 3D holographic image display cabinet

3 目前应用存在的主要问题

3.1 制作成本偏高

全息技术起源于国外,在国内因舞台表演和演唱会等方式渐渐被人们熟知,所以作为一种新兴技术,在各个领域的应用尚处于初级阶段。从目前市场来看,金字塔四棱锥或“之”字形影像设备由于成本相对较低,在中小型场景展示中得到广泛应用;而高亮度设备影像机(LCD/LED屏幕)、全息膜(全息幕)、特效灯光和影像融合软件等因成像效果存在优劣差异,价格浮动范围较大,同时专业人士制作内容的成本也很高。

3.2 技术手段繁琐

目前的影像技术必须有介质,由图像发射源(影像设备)射出光线,然后在某种材料(幕)上还原成图像,但缺点是无法在可移动的背景或媒介上做到图像的稳定准确。很多背景图案的设计要由专业人士进行前期筹划、拍摄制作以及大量的后期处理;人物全息影像的表现则显得更加复杂,所有人物的动作、样态、语言都要提前进行录制,再经过后期的剪辑和编排制作而成^[22]。

3.3 认知及内容创新不足

由于表现手法多样,媒体和大众对3D全息影像技术的原理尚不清晰,普遍存在滥用“全息”概念的现象。但随着技术的完善和成本的下降,3D全息影像技术的应用会越来越普及。在没有技术领先优势时,基于品牌自身发展特点的内容创意十分关键,需避免单纯地炫耀技术而导致大众审美疲劳以及营销策划失败。先进的技术 in 服装领域应用中只是一种手段,是为了更好地提供产品和服务。

4 未来前景展望

全息影像技术的应用前景非常广泛。参照3D全息影像技术在其他领域的应用方式,可探索其在服装领域的发展前景。

4.1 线下引流

目前消费市场商品丰富,人们选择多样。有些商家选择基于移动位置服务(location based service, LBS)推送优惠券或小礼品信息,但人们可能对此不感兴趣或因被打扰而产生反感情绪,仅凭个人经验和认知去理解商品也会产生很大误差,所以需要突破传统设计思维。如今年西班牙品牌ZARA利用AR全息技术助力Studio系列,用手机扫描橱窗内特定图像,模特就会以连续影像形式逼真地显现在屏幕上。利用裸眼三维立体图像的新颖感、炫酷感

和沉浸感,在店铺橱窗或前端展示区增强对消费者的视觉冲击,迎合人们对新事物的猎奇心理,提升店铺流量。此外,借助全息动画讲述品牌故事会更富有感染力,即使不进店也会形成良好的品牌认知和口碑,从而向线上引流。

4.2 互动体验

顾客体验很大程度上是促成购买的主要因素。互动可以让顾客掌握更多主动权,享受更优质服务,也可让消费者在玩乐中获取各种商品信息。裸眼立体图像的展现不会引起视觉上的不良反应,可增强生动性和趣味性,从而提升消费者的购买欲望。

店铺的试衣区可增设全息秀场,让试穿新品的顾客或前来探店的博主记录下体验感受,并附图评论上传社交或电商平台,从而将线上流量引到线下。具体应用时应考虑成本、时间和顾客体验度,如周末节假日人流较多时,会员积分或订单优惠满额才可以享受。此外,设计师可利用全息人像技术,以数字化人像全息图传达新品的灵感来源、面料色彩的选用等设计理念,与会员粉丝“面对面”交流,再通过网络直播扩散影响力,让消费者了解产品的诞生过程。

4.3 陈列展示

单调雷同的展示方式往往很难引起顾客对服装的关注。3D全息影像逼真的立体效果正好可以展示服装面料和做工细节,体现设计层次感,使消费者对服装全面理解,同时激发他们的潜在购买欲望。

目前全息餐厅、全息婚礼等为服装领域的场景化提供借鉴。在特定场景中的潜在消费需求是营销的触发点。店铺是品牌宣传和售卖商品的场所,通过场景化的陈列会让服装本身展现更为美好的状态,并呈现出穿着的场合,提供搭配方法,满足消费者的某种生活向往,加深记忆点;场景化的拍照区可以满足顾客购物时记录分享的需求。但搭建场景需各种特制道具和施工工艺,而且要根据季节、产品等频繁进行变化,所以道具无法得到重复利用,会造成资源浪费,增加成本。而3D全息影像场景可以不受道具尺寸和现实事物的限制,完全根据品牌自身需要灵活、快速地打造各类场景。

综上所述,3D全息技术在服装销售中的应用可以形成一个闭环的价值链,具体如图4所示。品牌形象的建立与传播通过设计、制造最终体现在“终端”——为顾客提供的产品和服务上,所以品牌为其顾客营造的整体体验感受对品牌价值有着决定性的影响。

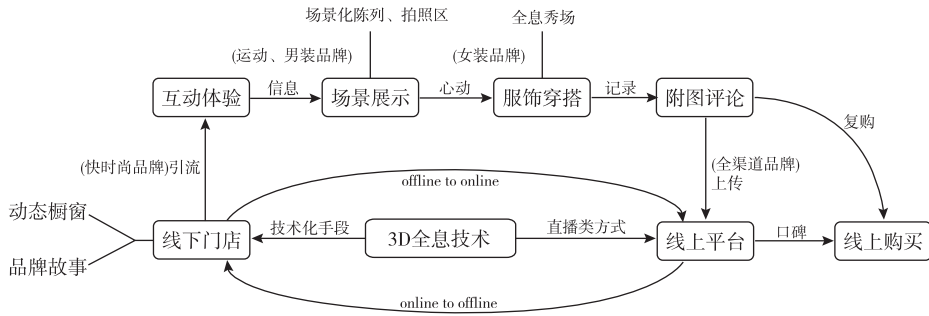


图4 3D全息影像在服装销售中应用的闭环价值链

Fig. 4 Closed-loop value chain of 3D holographic image applied in clothing sales

5 结语

3D全息影像技术作为一种裸眼3D显示技术,在服装领域最先应用于秀场舞台以营造氛围,也可用于服装细节的动静态展示,该技术给服装设计领域带来了颠覆性的变革。虽然3D全息影像技术还存在成本高、技术手段繁杂、认知不足等问题,但是其三维立体的感官体验无可比拟。随着技术的发展和完善,3D全息影像技术将在引流互动、陈列展示和品牌营销等方面实现进一步的普及。3D全息影像技术能够探索服装的深层艺术魅力,提高商品成交量,向消费者提供更高水准的服务,让品牌长久停留在人们的记忆中。这些都将使3D全息影像技术成为未来服装发展中不可或缺的元素。

参考文献:

- [1] LEE H S, AN J, SEO W, et al. Invited paper: holographic display and its applications [J]. SID Symposium Digest of Technical Papers, 2017, 48(1): 808-810.
- [2] LIM S, KIM S. Holographic projection system with 3D spatial interaction [M] // Proceedings of the First International Conference on Advanced Data and Information Engineering (DaEng-2013). Singapore: Springer, 2014: 409-416.
- [3] 丁肖. 全息投影技术在秀场展示中的应用 [J]. 艺术品鉴, 2016(3): 353.
DING Xiao. Application of holographic projection technology in the show [J]. Appreciation, 2016(3): 353. (in Chinese)
- [4] 李宸昱. 浅析全息影像技术在服装陈列中的发展及其应用 [J]. 艺术品鉴, 2016(3): 354.
LI Chenyu. A brief analysis of the development and application of holographic imaging technology in clothing display [J]. Appreciation, 2016(3): 354. (in Chinese)
- [5] 王蒙蒙. 数字虚拟展示设计在商业购物中心的应用研究 [D]. 西安: 西北大学, 2016.
- [6] 戴文翠. 全息技术在服装展示中的应用研究 [D]. 大

连: 大连工业大学, 2017.

- [7] 鲁剑辉. 全息投影技术及其在未来心理战中的应用 [J]. 国防科技, 2018, 39(3): 71-73, 80.
LU Jianhui. Holographic projection technology and its application in future psychological warfare [J]. Defense Technology Review, 2018, 39(3): 71-73, 80. (in Chinese)
- [8] 谭婧, 杨梓珑, 曾莉洁, 等. 基于嵌入式平台的伪全息3D动态展示系统的研究 [J]. 电子技术与软件工程, 2018(8): 196.
TAN Jing, YANG Zilong, ZENG Lijie, et al. Research on pseudo-holographic 3D dynamic display system based on embedded platform [J]. Electronic Technology and Software Engineering, 2018(8): 196. (in Chinese)
- [9] 许金钢, 牛珊珊, 唐晓伟, 等. 3D投影展示平台设计 [J]. 无线互联科技, 2017(13): 70-71.
XU Jingang, NIU Shanshan, TANG Xiaowei, et al. 3D projection display platform design [J]. Wireless Internet Technology, 2017(13): 70-71. (in Chinese)
- [10] 周谋昭, 宋赛赛. “全息技术”辨析 [J]. 光子, 2017, 7(1): 15-20.
ZHOU Mouzhao, SONG Saisai. Identification and analysis of "holographic technology" [J]. Optoelectronics, 2017, 7(1): 15-20. (in Chinese)
- [11] Kino-mo 展示全新的3D悬浮全息投影设备 [EB/OL]. (2017-01-13) [2018-10-20]. <http://smartcity.asmag.com.cn/xfdz/2986.html>.
- [12] 方禾. HOLO投影小史——全息成像技术在博物馆应用实践与变革 [J]. 中国博物馆, 2018(2): 13-17.
FANG He. A brief history of HOLO projection—the application and reform of holographic imaging technology in museums [J]. Chinese Museum, 2018(2): 13-17. (in Chinese)
- [13] 斯眉. POLO衫王子的“科幻生意” [J]. 看世界, 2011(18): 45-47.
SI Mei. POLO shirt prince's "science fiction business" [J]. See the World, 2011(18): 45-47. (in Chinese)
- [14] 钱沐焰. 阿姆斯特丹一场时装秀运用了科技感十足的全息投影技术 [EB/OL]. (2016-06-29) [2018-10-20].

- https://m.jiemian.com/article/755902.html.
- [15] 刘晓青.“探寻”黑马[J].中国服饰,2017(9):60-61.
LIU Xiaoqing." Exploring " dark horse [J]. China Fashion, 2017(9): 60- 61. (in Chinese)
- [16] BLANKS T. Mary Katrantzou 2013 春夏时装秀 [EB/OL]. (2012-09-16) [2018-10-20]. http://shows.vogue.com.cn/ Mary- Katrantzou/ 2013- ss- RTW/ # photo = 371964.
- [17] 纺织印染服装平台. 面料潮流: 镭射 + 蒸汽波 + ins 风面料 [EB/OL]. (2018-06-29) [2018-10-20]. http://www.168tex.com/2018-06-29/977688.html.
- [18] VOGUE. Maison Margiela 2018 春夏时装秀 [EB/OL]. (2017-09-18) [2018-10-20]. http://shows.vogue.com.cn/Maison-Martin-Margiela/2018-ss-CTR/#photo=653197.
- [19] 田冰宜, 关奕婷, 王智森. 一种全息化服装设计方法: 01010520025. 6 [P]. 2011-03-09.
- [20] 刘湖滨. 基于全息技术的服装品牌全新营销模式初探 [J]. 经营者, 2017(5): 101.
LIU Hubin. A preliminary study on the brand new marketing model of clothing based on holographic technology [J]. Operator, 2017(5): 101. (in Chinese)
- [21] 骄阳 3D 全息投影. 全息展柜有这么多运用, 你知道几个? [EB/OL]. (2019-01-30) [2019-02-03]. https://mp.weixin.qq.com/s/mYE1TZHMIg8kOMxZBggabw.
- [22] 王荣. 中国全息投影的普及时代, 到底有多远 [J]. 传播力研究, 2018, 2(22): 253.
WANG Rong. How far is the popularization era of holographic projection in China [J]. Research on Transmission Competence, 2018, 2(22): 253. (in Chinese)
- (责任编辑: 沈天琦, 邢宝妹)

品汉族民间服章之美——评《汉族民间服饰文化》

陈 珊

(无锡工艺职业技术学院 服装工程系, 江苏 宜兴 214206)

“中国有礼仪之大,故称夏;有服章之美,谓之华。”汉族服饰沿袭 4 000 多年,繁简有致,精美绝伦,为世界瞩目,因此中国有“衣冠上国,礼仪之邦”的美称。党的十八大以来,习近平总书记对传承和发展优秀的中华文化作了系列讲话,并多次强调中华优秀传统文化是中华民族“根”和“魂”,是中华民族“精神命脉”。近年来,汉族服饰文化的研究热度渐升,但从研究成果来看,多是从时间、朝代、服饰品类进行划分,尤其是对宫廷服饰结构、工艺的研究居多,而立足于汉族民间服饰的研究屈指可数。

梁惠娥、崔荣荣、贾蕾蕾的《汉族民间服饰文化》以汉族民间服饰为切入点,以团队多年研究成果与江南大学民间服饰传习馆的传世实物为依托,从近代汉族民间特色服饰品实物到服饰艺术与文化进行了全面的分析。书中分别从汉族民间服饰的历史、形制、装饰、技艺、民俗、文化、地域、传承与创新等角度出发,由物质层面到精神层面层层递进,以丰富的史料、新颖的角度论述了汉族民间服饰文化,是一部极具特色的服饰类学术专著,为中国汉族民间服饰文化研究填补了空缺。

书中基于实物分析的研究方法,研究样本均出自于江南大学民间服饰传习馆收藏的清末民初时期服装、配饰等实物,并结合同时期的地方史志、考古资料、报纸杂志、文学作品等文献资料,以及实地调研的一手资料,为第一、第二章讲述汉族服饰的起源、外在形制提供了丰富的佐证。书中对服饰文化内在的精神层面进行研究,依据不同的文化视角切入,在第三~六章节分别讲述了服饰艺

术、民俗风情、服饰意蕴、地域服饰风情。

书中研究内容包含了对外在物质层面和内在精神层面的解读。外在物质层面上,采用图文并茂的形式详细介绍了首服、云肩、上衣下裳、肚兜胸衣、荷包腰袋、足服 6 类服饰,从上到下、由内到外进行全方面多维度的分析。尤其在第二章,以图片形式展示了服饰的形制特点、结构尺寸、质地、色彩、装饰技艺,并作出明确标注与阐述。对服饰内在精神层面的解读中,作者先从服饰最基本的造型、色彩、图案、技艺 4 方面让读者体会汉族传统服饰的东方韵味;其次从新生—婚嫁—丧礼 3 个人生阶段挖掘民俗风情在服饰上的折射;然后通过民间服饰图案所具备的强烈情感因素,反映人们对美好生活的向往和寄托;最后,根据不同地域服饰特点的差异,分析中原、江南、闽南、广西、贵州 5 地中具有代表性的地域服饰。

为贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,充分发扬中华文明和中华优秀传统文化,书中在全面讲解汉族民间服饰的同时,在第七章中讲述了当下文化遗产的现状,分析未来汉族服饰文化的创新发展之路,强调文化遗产的“活态”传承与“静态”保护。

此书引经据典,内外兼修,涉古论今,内容丰富。书中以汉族民间服饰为依托,结合时代背景阐述了汉族独特的服饰文化与艺术。通过对此书的研读,不仅能使读者以多重思维对服饰文化进行探索,而且为服饰文化相关研究者的后续研究提供灵感和借鉴。期待学者们更加深入的研究,让汉族服饰文化继续传承发扬。

(责任编辑: 沈天琦, 邢宝妹)