

国潮服装中唐代宝相花纹样创新设计

王阔¹, 梁燕^{*1,2}, 胡可诺¹

(1. 北京服装学院 服装艺术与工程学院, 北京 100029; 2. 澳门城市大学 创新设计学院, 澳门 999078)

摘要:通过文献法、专家访谈、问卷调查梳理唐代宝相花造型特点,在典型纹样的基础上完成100例宝相花纹样的创新设计,并选取排名前6的纹样设计出16款宝相花纹国潮服装应用方案。基于感性工学理论,通过SD语义差异法对532名国潮产品消费者进行问卷调查,并结合因子分析、多元回归、数量化等方法,探究宝相花纹服装设计方案与形容词属性之间的关联性。根据每对形容词所对应的纹样基础单元旋转角度、基础单元间构成手法、图案排列方式以及位置,找出宝相花纹样在国潮服装设计中的应用规律。研究结果表明:“个性的”“华丽的”“潮流的”“活力的”这4对形容词对“国潮风格”感知影响较显著;在16款宝相花纹样设计中,“均匀排列”与“均匀且形状大小不一”的满身式图案组合方式最常见。该研究结果可为服装企业与设计师在设计国潮风格服装时提供参考依据。

关键词: 国潮服装;宝相花纹样;感性工学;语义差异法;服装设计

中图分类号: J 522; TS 941.2 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2023)01-0064-10

Innovative Design of Baoxiang Flower Patterns of Tang Dynasty in China Chic Clothing

WANG Kuo¹, LIANG Yan^{*1,2}, HU Kenuo¹

(1. School of Fashion, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100029, China; 2. Faculty of Innovation and Design, City University of Macau, Macau 999078, China)

Abstract: This paper sorted out the characteristics of baoxiang flower pattern in Tang Dynasty through literature method, expert interview and questionnaire research methods. Then it completed the innovative design of 100 examples of baoxiang flower patterns based on typical patterns, and selected the top 6 patterns, and designs 16 baoxiang flower patterns as China chic clothing solutions. Based on the theory of Kansei Engineering, questionnaire research on 532 consumers of China chic products through SD semantic difference method was conducted. Combining with factor analysis, multiple regression and quantification methods, the association between baoxiang flower pattern clothing design solutions and adjective attributes was explored. According to the rotation angle of the base unit pattern, the composition method of the base unit, the arrangement of the pattern and the position of each pair of adjectives, this paper found out the application pattern of baoxiang flower pattern in the design of China chic clothing. The results show that the four pairs of adjectives "individual", "gorgeous", "trendy" and "energetic" have positive effects on the perception of China chic. In the 16 baoxiang patterns, the combination of "uniformly arranged" and "uniformly and differently shaped" full-body patterns are the most common. The research results can provide a reference for apparel enterprises and designers when designing China chic garments.

Key words: China chic clothing, baoxiang flower pattern, kansei engineering, semantic difference method, clothing design

收稿日期: 2022-02-05; 修订日期: 2022-10-26。

基金项目: 北京服装学院重点科研项目(2017A-02); 北京服装学院研究生教育质量提升项目(120301990132)。

作者简介: 王阔(1996—), 男, 硕士研究生。

* 通信作者: 梁燕(1978—), 女, 教授, 硕士生导师。主要研究方向为设计理论与实践、设计方法论、设计教育等。

Email: fzylyan@bift.edu.cn

相关数据显示,近十年间中国消费者对国潮的关注度上涨了 528%^[1],对“国潮文化”内容的关注度和热度上涨 128%。国潮可理解为是“国”与“潮”的组合,“国”为内容,即限定了其文化素材的基础,无论素材基础是来源于中华文化,还是带有中国特色技术的标签,都是国潮产品的独特性基础因素;“潮”为手段,中国文化中的“潮流”,不是街头文化的再现,而是指符合中国当代年轻人审美特征的独特美学形式,更是一种新的生态文化。相关研究发现,相较于其他设计要素,图案对国潮服装风格的感知权重最高^[2]。

目前,在众多国潮图案设计题材中,中国传统“宝相花”纹样被广泛应用。如 2022 年冬奥会颁奖礼服“唐花飞雪”系列,即是以唐代宝相花纹样为灵感进行设计,其设计作品既富有汉唐风韵又突出时代精神;中国国潮代表品牌“中国李宁”在“丝绸之路”“悟行”系列服装设计中也均可见宝相花纹样的创新设计。此外,宝相花纹样在现代平面海报、视觉传达、产品包装等设计领域也有应用^[9]。由此可知,宝相花纹样在国潮品牌设计中具有一定的代表性。因此,文中以宝相花纹样为例,探讨传统纹样的设计内涵、形式及风格在国潮品牌中的创新设计应用。

1 唐代宝相花样本选取与纹样创新设计

1.1 宝相花纹样典型样本筛选

“宝相”一词早在《昭明文选》中被提到,其中“金资宝相”^[3]是形容佛容庄严的形象。魏晋之后随着佛教盛行出现了大量莲花纹与几何纹组合应用,其被论证为宝相花纹样的雏形^[4]。经过初唐至唐中后期的发展,宝相花纹逐渐融入荷花、牡丹、忍冬等元素,形成更为精美的组合纹样形式,常被用来装饰服饰和织物^[5]。赵丰^[6]认为该纹样是唐代对团窠花卉图案的称呼,是具有想象性质的多种花卉因素的综合型图案。

唐代宝相花纹单元花瓣基本类型为“侧卷瓣”“对勾瓣”“云曲瓣”^[7]。“十”字结构是唐代宝相花的基本结构,在此基础上旋转 45°,形成“米”字 8 瓣,发展为“米”字结构或圆形辐射结构。目前研究中多将宝相花纹造型分为“瓣式宝相花”“团式宝相花”“花朵式宝相花”3 类,其中团式又分为“满地式”“空地式”2 种^[8]。通过文献整理,结合宝相花纹的瓣式、团式、花朵式 3 种造型规律,选取 19 个唐代典型宝相花纹样(因仅针对纹样造型研究,故将图形进行去色处理),具体如图 1^[10]所示。

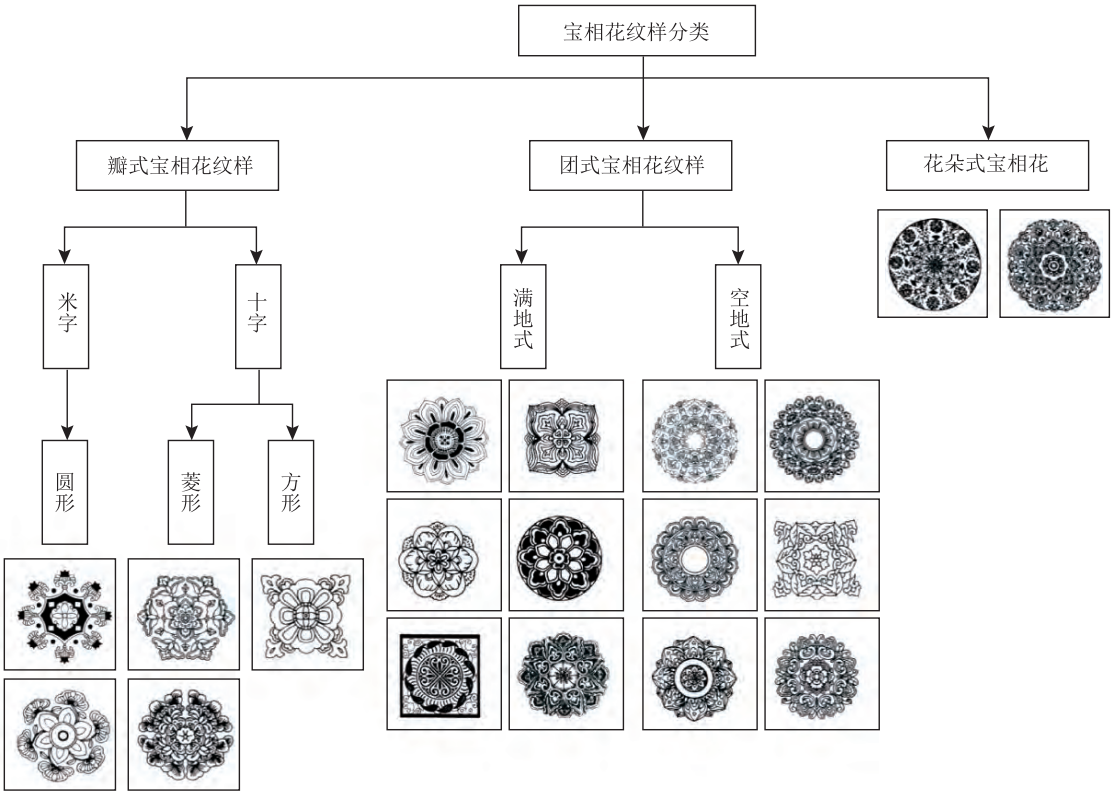


图 1 唐代宝相花典型纹样分类与选取
Fig.1 Selection and choose of typical patterns of baoxiang flowers in Tang Dynasty

将初步选取的 19 个传统纹样进行问卷调研与筛选,以获取传统典型造型且符合现代审美的样本。调研问题主要围绕“纹样的美观度”及“是否认

同应用于现代设计中”进行设计,通过随机抽样方式对 73 位被调研者进行访问,最终选取均值高于 0.8 的样本,共 5 个,具体如图 2 所示。

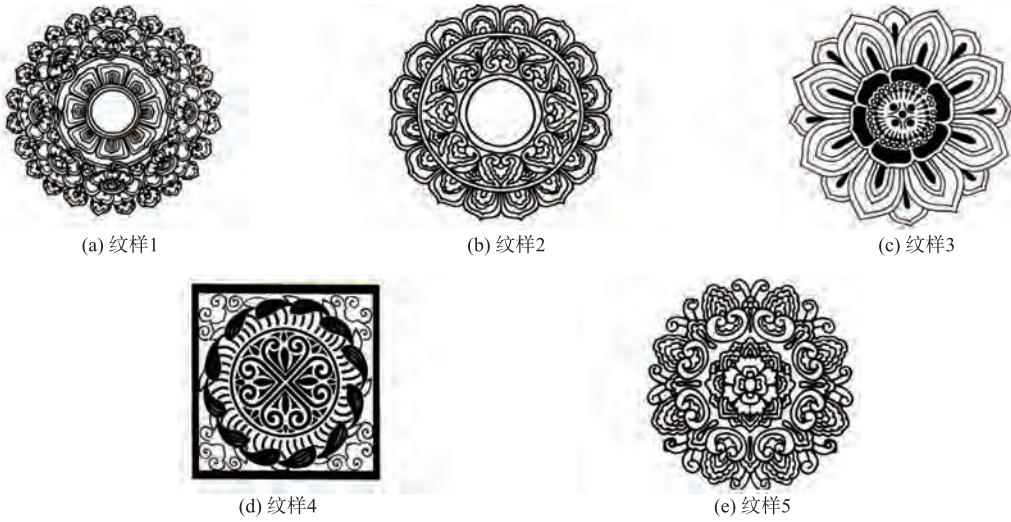


图 2 均值排序前 5 的宝相花典型纹样

Fig. 2 Typical baoxiang patterns in the top 5 of the average ranking

1.2 宝相花纹样再设计

现代平面构成原理中形与形之间的主要构成方式包括分离、接触、覆盖、减缺^[11]。其中分离指两个形体之间非接触且有一定距离;接触指两个形体之间边缘正好相切;覆盖指两个形体之间相互遮挡重合,产生前后空间关系或新的形态外缘;减缺指

将两个形体之间相互交叠遮挡部分减掉透空。借用现代平面构成原理对 5 个均值排序较高的纹样进行抽象化再设计,采用概括性线条对筛选出的纹样形态进行提炼,得到 6 个抽象化基础图形单元,并将相同单元形分成阴阳纹样,并按照分离、接触、覆盖、减缺方式进行基础形组合,具体见表 1。

表 1 宝相花纹样抽象化基础图形单元

Tab. 1 Basic graphic units of baoxiang pattern abstraction

编号	单元状态		组合方式							
单元1										
单元2										
单元3										
单元4										
单元5										
单元6										

采用移动、镜像、旋转等手法对基础图形单元进行纹样的组织与再设计,最终完成 100 例新纹样设计,并对新生成纹样图形进行去色处理,具体如图 3 所示。

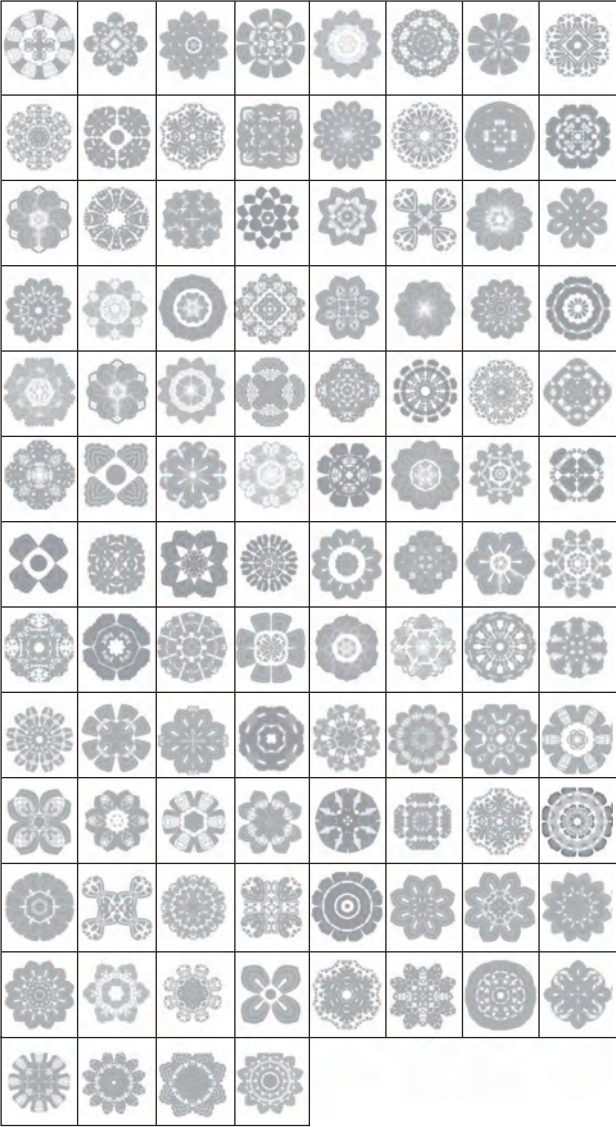


图 3 100 例新设计生成的纹样
Fig.3 100 new patterns design

1.3 创新设计纹样筛选

为避免图形过多带来研究偏差,将特征规律相似的纹样进行合并,每一类选取 1~3 例典型纹样。最终保留 23 例新设计纹样进行样本研究,并将纹样编号,具体如图 4 所示。

通过定向抽样方式选取 159 名 90 后、00 后对 23 例再设计纹样进行问卷调研,问卷题项设置为“是否具有传统宝相花神韵”“图样美观度”及“是否认同应用于现代设计”,根据调研结果获取均值排序最高的前 6 例样本(样本 1,9,14,18,20,23)作为服装设计素材。

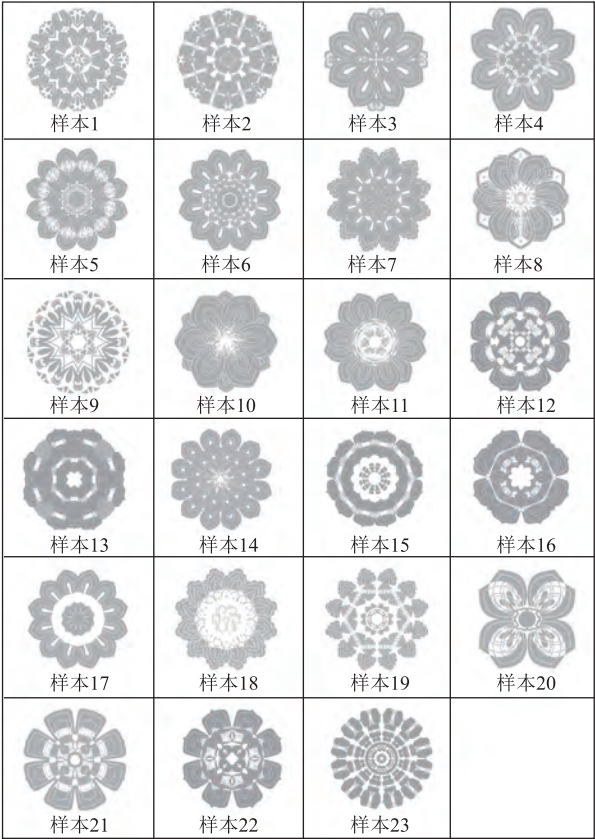


图 4 合并与筛选后的新纹样样本

Fig.4 New pattern samples after merging and screening

2 宝相花纹样创新与国潮风格感知研究

实验主要以感性工学相关理论为支撑,通过量表问卷获取受访者对新纹样及其应用于服装之后的国潮风格感知与判定,并采用因子分析、回归模型建立等方法,探究设计方案与国潮风格感知之间的关系。

2.1 实验用刺激图制作

根据宝相花纹样再设计构成规则及目前国潮类服装上的图案应用规律,构建刺激图制作编码规则,具体见表 2。

依照表 2 并结合先前研究成果可知:在全身印花类国潮服装中,其图案以四方连续、均匀排列且形状大小不一的样式,被认为最具国潮感;当图形元素混合时,全身图案有疏密变化且均匀排列时,更易凸显服装的“潮流性”;当单一图形元素在前胸位置出现时,服装更加简约,适合日常穿用^[2]。此外,市场调研结果表明连帽卫衣是国潮服装中最为普遍的服装款式^[2]。因此,文中选用连帽卫衣为基础款式造型,以新设计的 6 例宝相花纹样为素材,完成 16 款国潮服装方案,并将其作为刺激图,具体如

图 5 所示。

表 2 刺激图制作编码规则

Tab.2 Coding rules for stimulus map

服装 样本 编号	基础单元 旋转角度/(°)				基础单元间 构成手法				图案排列方式 (全身铺满)		图案间组合方 式(全身铺满)		图案排列方式 (非全身铺满)		图案印花位置 (非全身铺满)				
	30	45	60	90	减缺	覆盖	分离	接触	二方 连续	四方 连续	均匀			单独	二方 连续	胸前	下摆	肩部	袖子 肘部
											均匀 排列	且形 状大 小不 一	不规 则排 列						
1 [#]	*	*				*		*						*	*	*	*	*	*
2 [#]		*			*	*	*	*						*		*			
3 [#]	*					*	*							*		*			
4 [#]	*					*	*	*						*		*			
5 [#]		*			*			*						*		*			
6 [#]	*				*			*						*		*			
7 [#]			*			*	*							*		*			
8 [#]				*	*			*						*		*			
9 [#]				*	*			*		*	*								
10 [#]			*			*	*			*	*								
11 [#]	*					*	*			*	*								
12 [#]		*			*			*		*	*								
13 [#]	*		*			*	*	*		*		*							
14 [#]	*			*	*	*		*		*		*							
15 [#]	*	*			*	*	*	*		*		*							
16 [#]	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			*						

注：“*”为每款设计方案所涉及到的图形编码规则。

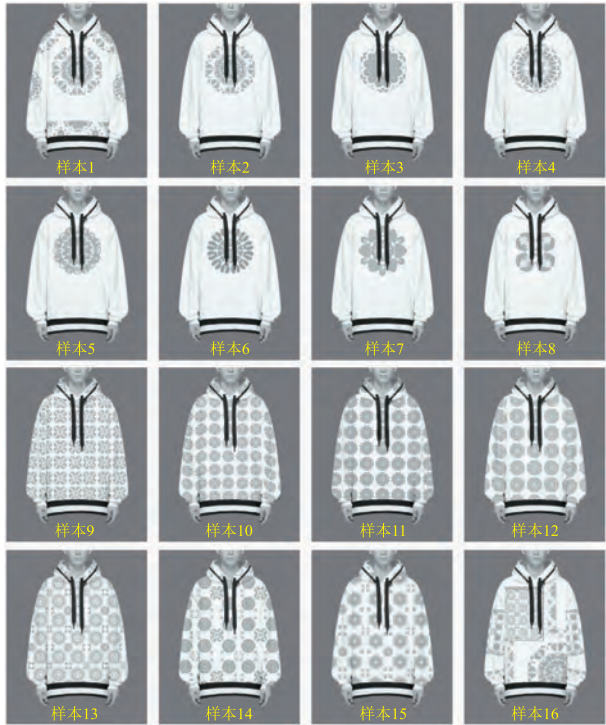


图 5 新宝相花纹样应用于服装中的实验用刺激图
Fig.5 Experimental stimulus map of new baoxiang pattern applied to clothing

2.2 SD 语义差异法问卷设计

SD 语义差异法(semantic differential)是一种较为典型的心理和态度测量方法,主体包括“概念”和“量尺”两部分^[12]。“概念”即目标产品的感性或感知指标,“量尺”是描述被调研对象的多组具有正双向的形容词对,如“温暖的-冰冷的”。通常将此双向形容词对分别放在李克特 7 级量表的两端,以此调研受访者心理尺度的匹配数据值。

2.2.1 实验用形容词对的选取 收集与整理带有“宝相花”和“国潮服装”词汇相关的文献、书籍、网络等,并通过焦点小组及专家访谈进行筛选,整理出与二者相关的 100 个形容词,同时采用问卷调研的方式对形容词项进行优选。通过线上向 90 后、00 后受访者发放问卷 163 份,经人工筛选,排除不合格问卷,获取有效问卷 159 份,问卷有效率 98%。选取评价均值由高至低的前 8 个形容词:简约的、现代的、男性化的、个性的、华丽的、潮流的、活力的、高档的,并配置其反义词,形成最终研究用形容词对,具体见表 3。

表 3 实验用形容词对

Tab.3 Adjective pairs for experiments			
序号	形容词对	序号	形容词对
1	简约的-复杂的	5	华丽的-朴素的
2	现代的-复古的	6	潮流的-土气的
3	男性化的-女性化的	7	活力的-死板的
4	个性的-大众化的	8	高档的-低档的

2.2.2 问卷设计 根据 SD 语义差异法对图 5 中的 16 个样本进行问卷设计,每个刺激图包括“国潮风格整体评价”及“具体形容词汇的感知评价”两个题项,均采用 7 级标尺衡量,分别描述左右两边形容词的强烈级别,分值由高至低为 3,2,1,0,-1,-2,-3,以简约的-复杂的为例,分别表示非常简约、比较简约、一般简约、中立态度、一般复杂、比较复杂、非常复杂。

3 研究过程与分析

3.1 基本数据分析

以定向抽样的方式进行线上问卷发放与调研,共回收问卷 538 份,无缺失项。经检验剔除 6 份无效问卷,保留有效问卷 532 份。其中男性为 237 人,占比 44.45%,女性为 295 人,占比 55.45%。受访者中 1990 年前出生群体占比 25.38%;1990—1999 年出生人群占比 45.3%;2000 年及以后出生群体占比 29.32%,其中 90 后、00 后总占比 74.62%,该群体也是目前国潮服装消费的主要群体。

3.2 信度与效度分析

信度(reliability)分析主要用于检验调研数据的可靠性程度。根据 Cronbach L 的观点,若 Cronbach’s α 高于 0.7,则表明其信度较高^[13]。信度分析见表 4。通过 SPSS 26 软件分析可知,Cronbach’s α 为 0.769>0.7,表明问卷设计具有较高的可信度。

表 4 信度分析

Tab.4 Reliability analysis		
项数	Cronbach’s α	标准化 Cronbach’s α
162	0.769	0.798

效度(validity)分析用于检验定量数据结果的有效性 with 合理性,以 KMO 值和巴特利特检验结果为度量指标^[14]。KMO 值和巴特利特检验结果见表 5。通过 SPSS 26 软件对调研数据进行效度检验,KMO 值为 0.884>0.8,表明该数据适合进行因子分析。巴特利特球形检验近似卡方为 287.701, $p=0.000<0.001$,表明数据变量具有较好的效度结构。

表 5 KMO 值和巴特利特检验结果

Tab.5 KMO value and Bartlett test results			
KMO	Bartlett 球形度检验		
	近似卡方	自由度	显著性
0.884	287.701	28	0.000

3.3 刺激图国潮风格感知整体评价

16 个样本的国潮风格感知均值如图 6 所示。由图 6 可知,具有较高国潮风格感知的实验样本为 1,9,10,11,12,13,14,15,16,其均值均>0,可归纳为“高感知度”区域样本;而实验样本 2,3,4,5,6,7,8 的整体国潮风格感知较低,其均值均<0,可归纳为“低感知度”区域样本。

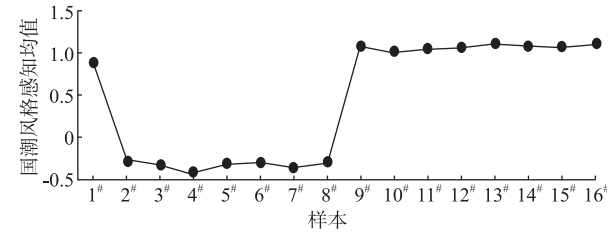


图 6 16 个样本国潮风格感知均值折线示意

Fig. 6 Broken line diagram of 16 samples’perceived mean value of China chic style

采用 SD 语义差异法对 16 个样本进行国潮风格感知均值计算,其均值最高的为样本 13 和 16,最低为样本 4。其中,样本 13,样本 4 在形容词“个性的”上的感知均值分别为 1.34,-0.84,“华丽的”感知均值分别为 1.55,-0.61,“潮流的”感知均值分别为 1.35,-0.61,由此可知,3 对形容词的感知均值差异较大;样本 16 与样本 4 在“个性的”感知均值分别为 1.29,-0.61,“潮流的”感知均值分别为 1.36,-0.89,“活力的”感知均值分别为 1.33,-0.87,由此可知,3 对形容词的感知均值差异较大。由此验证“个性的”“华丽的”“潮流的”“活力的”这 4 个形容词对国潮风格感知影响较显著,故该 4 个形容词是大众认为国潮类服装应具备的风格。

3.4 因子分析

为进一步探究服装设计中的国潮感知与形容词属性之间的关系,通过 SPSS 26 软件进行探索性因子分析,并对 8 组形容词项因子编号,采用主成分分析法,根据旋转成分矩阵获取 3 个主成分,3 个主成分累计贡献率为 98.973%。旋转后的成分矩阵见表 6。

由表 6 可知,“个性的-大众化的”“华丽的-朴素的”“潮流的-土气的”和“活力的-死板的”4 组形容词对在主成分 1 上有较大的载荷,故命名为“潮流因子”;形容词对“高档的-低档的”“简约的-复杂

的”在主成分 2 上有较大的载荷,故命名为“品质因子”;“现代的-复古的”“男性化的-女性化的”形容

词对在主成分 3 上有较大的载荷,故命名为“风格因子”。

表 6 旋转后成分矩阵
Tab.6 Factor load matrix after rotation

形容词对	成分		
	1	2	3
简约的-复杂的	0.523	0.738	0.423
现代的-复古的	0.577	0.552	0.588
男性化的-女性化的	0.570	0.491	0.651
个性的-大众化的	0.734	0.475	0.480
华丽的-朴素的	0.751	0.485	0.437
潮流的-土气的	0.729	0.505	0.452
活力的-死板的	0.728	0.498	0.461
高档的-低档的	0.584	0.594	0.538

3.5 多元回归分析

文中采用 SPSS 26 软件进行线性回归分析,以此来构建回归方程,目的是探究服装刺激图设计方

案样本中的国潮感知与形容词属性之间的关系。回归模型摘要见表 7。ANOVA 具体分析结果见表 8。

表 7 回归模型摘要
Tab.7 Model abstract

<i>R</i>	<i>R</i> ²	调整后 <i>R</i> ²	标准误差	<i>R</i> ² 变化量	<i>F</i> 变化量	显著性 <i>F</i> 变化量
0.996 ^a	0.991	0.989	0.074 07	0.991	452.048	0.000

表 8 ANOVA 分析结果
Tab.8 ANOVA analysis results

方差来源	平方和	自由度	均方	<i>F</i>	Sig.
回归	7.440	3	2.480	452.048	0.000
残差	0.066	12	0.005		
总计	7.506	15			

由表 7、表 8 数据可知,*R*² 为 0.991,接近于 1,表明此回归方程拟合度较高(*R*² > 0.8 为良好,

表 9 回归系数结果表
Tab.9 Regression coefficient

项目	未标准化系数		标准化系数		共线性统计		
	<i>B</i>	标准错误	β	<i>t</i>	显著性	容差	VIF
(常量)	0.437	0.019		23.593	0.000		
潮流因子	0.461	0.019	0.651	24.094	0.000	1	1
品质因子	0.391	0.019	0.553	20.461	0.000	1	1
风因子格	0.361	0.019	0.511	18.894	0.000	1	1

3.6 数量化一类理论与多元回归分析

数量化一类理论属于多元回归分析的子类,是通过分析某一组自变量 X 与因变量 Y 之间的函数关系,并构建数学模型实现对因变量 Y 的预测分析^[15]。基于此理论并采用多元回归分析进一步探究实验刺激图具体设计指标与感知评价之间的影响关系。

0.5~0.8 为可接受范围),可较好表达数据间的潜在规律性。*F* = 452.048,显著性变化量(Sig. 值) = 0.00 < 0.01,说明回归模型显著,即自变量中各维度呈显著正相关性。

回归系数分析结果见表 9,设定因变量 Y 为“再设计宝相花图案服装的国潮风格感知,*X*₁ 为“潮流因子”,*X*₂ 为“品质因子”,*X*₃ 为“风格因子”,得出自变量和因变量之间的回归方程,即

$$Y=0.437+0.461X_1+0.391X_2+0.361X_3。$$

首先,将 6 个宝相花再设计的维度标为(*A-F*),并分解出 19 个具体的设计手法,依次进行 *a*₁~*f*₄ 的编码,具体见表 10。再次,实验样本刺激图中体现以上设计形态的代码标注为“1”,未体现则标注为“0”,分别将 16 款新设计的服装样本进行编码,形成数量化一类理论编码表,具体见表 11。

表 10 宝相花纹再设计形态编码规则

Tab.10 Rules of form code in baoxiang pattern new design

设计维度	设计手法	代码
基础单元旋转角度(A)	30	a ₁
	45°	a ₂
	60°	a ₃
	90°	a ₄
基础单元间构成手法(B)	减缺	b ₁
	覆盖	b ₂
	分离	b ₃
	接触	b ₄
图案排列方式(满身)(C)	二方连续	c ₁
	四方连续	c ₂
图案间组合方式(满身)(D)	均匀排列	d ₁
	均匀且形状大小不一	d ₂
	不规则排列	d ₃
图案排列方式(非满身)(E)	单独	e ₁
	二方连续	e ₂
图案印花位置(非满身)(F)	胸前	f ₁
	下摆	f ₂
	肩部	f ₃
	袖子肘部	f ₄

表 11 数量化一类统计数据

Tab.11 Statistical data based on quantification method of type 1

样本	A				B				C		D			E		F			
编号	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	b ₄	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂	d ₃	e ₁	e ₂	f ₁	f ₂	f ₃	f ₄
1 [#]	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
2 [#]	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
3 [#]	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
4 [#]	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
5 [#]	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
6 [#]	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
7 [#]	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
8 [#]	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
9 [#]	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
10 [#]	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11 [#]	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
12 [#]	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
13 [#]	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
14 [#]	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
15 [#]	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
16 [#]	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0

由 3.3 可知,“个性的”“华丽的”“潮流的”“活力的”4 组词汇对于再设计宝相花图案服装的国潮风格感知度较高,故选取此 4 组感性形容词汇作为因变量 Y 进行分析。采用 SPSS 26 软件继续进行多元线性回归分析,探究设计手法与形容词感知之间的影响关系,以“个性的-大众化的”多元回归分析结果为例,分析结果见表 12。

根据表 12 进行“个性的-大众化的”多元回归

分析,由此可知,在 19 项设计手法中,“个性化-大众化的”的宝相花图案国潮服装设计具体数据如下:均匀且形状大小不一的满身式图案组合方式(0.945)是最具“个性的”感知倾向手法,其次为均匀排列的满身式图案组合方式(0.893);而最具有“大众化的”感知倾向中,基础单元旋转角度为 30°(-0.146),其次为 60°(-0.145),是较为保守的图像旋转方式。

表 12 “个性的-大众化的”多元回归分析结果

Tab. 12 Multiple regression analysis of "personalized-popular"

设计维度	设计手法	代码	回归系数
基础单元 旋转角度(A)	30°	a ₁	-0.146
	45°	a ₂	0.000
	60°	a ₃	-0.145
	90°	a ₄	-0.056
基础单元 间构成手法(B)	减缺	b ₁	-0.067
	覆盖	b ₂	-0.084
	分离	b ₃	0.032
	接触	b ₄	-0.069
图案排列 方式(满身)(C)	二方连续	c ₁	0.000
	四方连续	c ₂	0.000
图案间组合 方式(满身)(D)	均匀排列	d ₁	0.893
	均匀且形状大小不一	d ₂	0.945
	不规则排列	d ₃	0.658
图案排列方式 (非满身)(E)	单独	e ₁	0.000
	二方连续	e ₂	0.000
图案印花位置 (非满身)(F)	胸前	f ₁	0.000
	下摆	f ₂	0.000
	肩部	f ₃	0.000
	袖子肘部	f ₄	0.342

以同样手段进行“潮流的-土气的”多元回归分析,由此可知,均匀且形状大小不一的满身式图案

表 13 设计手法与感知评价对照

Tab. 13 Relationships between design elements and perception evaluation									
设计维度	设计手法	个性的	大众化的	潮流的	土气的	华丽的	朴素的	活力的	死板的
基础单元 旋转角度(A)	30°		※					#	
	45°								
	60°		※				※		#
	90°								
基础单元间 构成手法(B)	减缺				※		※		
	覆盖		#		※	#		#	※
	分离	#		#			#	#	
	接触		#			#	#		※
图案排列方式 (满身)(C)	二方连续								
	四方连续	#		#		#		#	
图案间组合 方式(满身)(D)	均匀排列	※		※		※		※	
	均匀且形状大小不一	※		※		※		※	
	不规则排列	#		#		#		#	
图案排列方式 (非满身)(E)	单独		#		#		#		#
	二方连续								
图案印花位置 (非满身)(F)	胸前		#		#		#		#
	下摆								
	肩部								
	袖子肘部								

注:“※”表示有突出影响力的设计要素,而“#”则表示有影响但并不突出的设计要素。

组合方式(0.896)最具“潮流的”感知倾向,其次为均匀排列的满身式图案组合方式(0.875);而基础单元间构成手法为覆盖(-0.188)最具“土气的”感知倾向,其次为减缺(-0.161)。因此,设计具有“潮流的”宝相花图案国潮服装时,图案设计方式应趋向均匀且形状大小不一或均匀排列的满身式图案组合方式;避免基础单元间构成手法为覆盖与减缺的设计方式,以保证图形的完整度。

由“华丽的-朴素的”多元回归分析结果可知,均匀排列的满身式图案组合方式(0.9)最具“华丽的”感知倾向,其次为均匀且形状大小不一的满身式图案组合方式(0.856);而基础单元间构成手法为减缺和基础旋转角度为60°(-0.098)的设计,使国潮服装更具有“朴素的”感知倾向。

由“活力的-死板的”多元回归分析结果可知,均匀排列的满身式图案组合方式(0.896)最具有“活力的”感知倾向,其次为均匀且形状大小不一的满身式图案组合方式(0.784),且基础单元间构成手法采用覆盖(-0.079)和接触(-0.06);同时应避免基础单元旋转角度为60°(-0.042)的“死板的”设计方式。

具体到设计实践中,将6个设计纬度配合使用才能更接近相应的感知评价,结合图6,将各设计要素与感知评价的关系进行总结,具体见表13。

4 结 语

文中通过调研与数据分析宝相花纹样创新设计方式与感知形容词的关系及其在国潮服装设计中的应用规律,得出以下结论:

1)“华丽的”所对应的宝相花纹国潮服装设计在图案上更倾向于四方连续排列且均匀排列或均匀且形状大小不一的全身铺满式,其基础单元旋转角度为 45°,构成手法为“覆盖”和“接触”。

2)“潮流的”所对应的图案设计方式更倾向于图案包含二方连续和四方连续的全身铺满式,基础单元旋转角度为 45°,构成手法为“分离”。

3)“个性的”所对应的图案印花方式倾向于图案四方连续排列且均匀排列的全身铺满式,基础单元旋转角度为 90°或 45°,构成手法有“减缺”和“分离”。

4)“活力的”所对应的图案再设计方式倾向于图案四方连续排列且均匀排列的全身铺满式,基础单元旋转角度为 30°,构成手法有“覆盖”和“分离”。

5)“个性的”“华丽的”“潮流的”“活力的”4 对形容词对国潮风格感知影响较显著,是国潮类服装产品设计的重要属性。在具有 4 对形容词感知的 19 个宝相花纹国潮服装设计中,均呈现出“均匀排列”与“均匀且形状大小不一”的满身式图案间组合方式。

国潮设计不是传统文化和现代审美的简单复加,更不是元素与型制的简单复制粘贴,而是以“国”为内容,以“潮”为手段的审美感知规律。以宝相花为代表的传统纹样创新设计,是在客观与科学方法基础上,系统整理与分析相关文化要素,探究传统纹样的创新设计及其在国潮服装上的应用规律,最终设计出符合现代审美需求的服装纹样。

参考文献:

[1] 人民网研究院,百度热搜. 百度 2021 国潮骄傲搜索大数据报告 [EB/OL]. (2021-05-10) [2021-09-20]. <http://www.dsodod.com/a/2021513/80846>.

[2] 王阔,梁燕. 基于扎根理论的“国潮”服装图案设计方式研究 [J]. 服装设计师, 2021 (8) : 87-96.

WANG Kuo, LIANG Yan. Research on the application of pattern in "guochao" fashion based on the grounded theory [J]. Fashion China, 2021 (8) : 87-96. (in Chinese)

[3] 萧统. 昭明文选: 第 1-5 册 [M]. 北京: 华夏出版社, 2000.

[4] 王鑫,单筱秋,张毅. 浅析佛教传入对宝相花纹样的影

响 [J]. 武汉纺织大学学报, 2019 (1) : 64-68.

WANG Xin, SHAN Xiaoqiu, ZHANG Yi. Analysis of the influence of the introduction of Buddhism on the pattern of Baoxiang flower [J]. Journal of Wuhan Textile University, 2019 (1) : 64-68. (in Chinese)

[5] 陈振旺,樊锦诗. 唐代莫高窟宝相花嬗变探微 [J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2019, 182 (2) : 7-12, 221.

CHEN Zhenwang, FAN Jinshi. Mogao Grottoes baoxiang flower changes in Tang Dynasty [J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts and Design), 2019, 182 (2) : 7-12, 221. (in Chinese)

[6] 赵丰. 中国丝绸通史 [M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2005 : 234.

[7] 陈振旺,樊锦诗. 唐代莫高窟藻井宝相花的形成及类型 [J]. 创意与设计, 2019, 60 (1) : 42-49.

CHEN Zhenwang, FAN Jinshi. Digital protection and digital communication of stone carving art in Southern Dynasty [J]. Creation and Design, 2019, 60 (1) : 42-49. (in Chinese)

[8] 陈振旺,樊锦诗. 盛世华章——初唐后期和盛唐前期莫高窟藻井图案 [J]. 艺术设计研究, 2019, (1) : 16-23.

CHEN Zhenwang, FAN Jinshi. A study on the caission cellings patterns of Mogao grottoes in the late period of the early Tang Dynasties and the early period of the prosperous Tang Dynasties [J]. Are and Design Reserch, 2019, (1) : 16-23. (in Chinese)

[9] 梁燕,杨思思,沈吕婷. 国潮时尚品牌之“品牌力”构建探讨 [J]. 服装设计师, 2022 (增 1) : 99-107.

LIANG Yan, YANG Sisi, SHEN Lüting. Research on the construction of " brand power " of guochao fashion brand [J]. Fashion China, 2022 (sup. 1) : 99-107. (in Chinese)

[10] 郑军. 中国历代宝相花纹饰艺术 [M]. 北京, 人民美术出版社, 2007.

[11] 戎蓓蕾. 平面构成原理 [J]. 浙江工艺美术, 2000 (1) : 40-42.

RONG Peilei. Plane constitution principle [J]. Zhejiang Arts and Crafts, 2000 (1) : 40-42. (in Chinese)

[12] OSGOOD C E, SNIDER J G, Aldine. Semantic differential technique a sourcebook [J]. Journal of Marketing Research, 1972, 9 (1) : 111.

[13] CRONBACH L. Coefficient alpha and the internal structure of tests [J]. Psychometrika, 1951, 16 (3) : 297-334.

[14] FREY D F, PIMENTEL R A. Principal component analysis and factor analysis [J]. financial econometrics, 1978, 13 (1) : 429-464.

[15] RICARDO D, QIN S J. Join diagnosis of process and sensor faults using principal component analysis [J]. Control Engineer Practice, 1998, 6 (1) : 457-469. (in Chinese)

(责任编辑:张 雪)