

# 国服文化研讨与服装探索展示大会 用“服装名片”铸就文化软实力

张东辉



古代中国服饰文化一瞥 (画作)

国服代表一个国家的服饰文化，是一个国家的“服装名片”，内含国家的文化理念及浓郁的民族气息。放眼世界，拥有国服的国家和地区不胜枚举。国服是最能代表民族传统文化的载体和元素之一，能彰显一个国家的自尊、自豪和自信。

10月25日，由中国少数民族对外交流协会民族文化艺术工作委员会、中国服装协会、广东英格来思服装股份有限公司联合主办的“共圆中国梦·需要中国服——国服文化研讨与服装探索展示大会”将在北京钓鱼台国宾馆举行。大会组委会主任张东辉将作主题发言。



## 推介国服 提升文化软实力

软实力，是相对于国内生产总值、城市基础设施等“硬实力”而言的，由哈佛大学教授约瑟夫·奈首创。作为国家综合国力的重要组成部分，“软实力”特指一个国家依靠文化价值的感召力和国民形象的亲和力等方面释放出来的无形影响力。

一个国家的服饰文化，是这个国家的文化标志和文化符号，它深深地蕴涵着这个国家、民族的心理、气质、品格、神韵；它是这个国家、民族价值取向、审美情趣、思维方式、风俗习惯的体现。它给人们以国家的认同感、民族的认同感、文化的认同感。这种认同感是文化的亲和力、国家的凝聚力、民族的生命力的源泉。推介国服，能够提升国家的文化软实力。

在国外，很多国家都有自己特色鲜明的民族服饰。例如：

1、西服。西服广义指西式服装，是相对于“中式服装”而言的欧系服装。狭义指西式上装或西式套装。上世纪八十年代以西装为代表的西方服饰以不可阻挡的国际化趋势涌入中国，穿西装打领带渐渐成为一种时尚。

2、日本和服。和服的日文原意是“服装总称”，但后来专指其传统服装。这个词的对义词是洋服。和服分男用、女用、儿童用和单衣、夹衣，有“表着”（外套）、“下着”（内袍）等种类。和服长度一般齐踝，交领，右大襟，宽袖，留身八口，上下无扣无襟，系腰带，衣上印有家族徽记。

3、尼日利亚国服。尼日利亚男子大都内穿长袖衬衣，瘦腿裤，并且外穿白色大袍，头戴一顶无檐圆帽；妇女则会用鲜艳的花布裹在身上当衣服，未婚少女用两块花布，一块裹在腰上当裙子，另一块裹住上身，已婚妇女多一块花布披在肩上。尼日利亚男子除了白袍之外，男子也会穿着颜色对比强烈的服饰，红色和绿色强对比大袍，头上以长布条围绕出体积感较大的帽子，并佩戴同色调的长条围巾。

4、秘鲁彭丘。彭丘是用羊驼毛织成的披风，面料质地十分细腻，胸口开V字领，形状像长方形的毛毯，两侧的摆有黑白相间的传统花边。颜色采取深棕色，披在身上呈宽松的倒三角形，传统花边的点缀极具地域特色。



宋女子服装

因此，研制探讨具有中国特色、又体现时代风貌的中国“服装名片”，是一件好事，也是一件难事，需要全社会共同关注、共同参与。将于10月25日举办的“国服文化研讨与服装探索展示大会”，是以国服文化研讨为主，以服装探索展示为辅。为了使大家能从感官和视觉上，去探索和体会研制国服的样式和神韵，这次会议上将展示广东英格来思服装股份有限公司、红都集团、河北际华3502职业装公司和香港丹诺时装公司研制的国际探索服装和中式服装。通过这次研讨会，在“服装名片”方面起到探索、争鸣和抛砖引玉的作用，希望通过探讨并推介，提升国家的文化软实力，并增强中华民族服饰文化的自豪感和影响力。

## 展示国服魅力 传统创新并举

国服是一个国家文化的窗口，在各种重大礼仪上展示着国家的文化魅力。而国服尚缺，不能不说是一种遗憾，主要表现在三个方面：

第一，这与中华民族的传统文不相适应。中国服饰的历史源远流长，从原始社会旧石器时代晚期、夏商周、春秋战国、秦汉、魏晋南北朝、隋唐、宋辽夏金元、明、清，到近现代，都有特色鲜明的服装为世界所瞩目。战国时人撰写的《吕氏春秋》、《世本》及稍晚的《淮南子》提到，黄帝、胡曹或伯余创造了衣裳。从出土文物方面考察，服饰史的源头，可上溯到原始社会旧石器时代晚期。汉服、唐装乃至近代的满服、中山装都曾是中国服饰的经典。但是到了现代，在西服大行其道的今天，中国服饰文化渐渐脱离了中华几千年传统文化的氛围，有“偏航”的趋势。中国服饰需要有自己的文

化标志，中国需要有一套自己的现代国服，这样才能与中国传统文化相适应。

第二，这与世界接轨不相适应。世界上有文明历史的国家中，无论国家之大小、历史之长短，大多都有自己的国服（官服），唯独当今中国这个发明服装最早、文明历史最悠久的国家竟然没有自己的国服，这显然与中国融入世界大家庭、与世界同步接轨、显示中国“礼仪之邦”的形象不相适应。放眼当代东方，可以看到许多国家都有自己的国服和礼服作为身份标识符号。

第三，这与国人的现代生活习惯不相适应。如今，国人的衣食住行可谓达到一定水平，穿衣的胆子已逐渐放开，追赶时尚、档次和品位不能说不高，看上去也琳琅满目、名牌无数、花花绿绿，但缺少中华民族的灵魂，缺少中国文化的

根脉。而衣的“国”字色彩没有解决，这显然与中国的国家形象不匹配，与国人的现代生活习惯不匹配。

纵观古今中外，世界各国普遍有能体现自己民族特色的“国服”。中国历朝历代大多都有体现鲜明时代个性的“国服”。在当今，中华民族在“共圆中国梦”的历程中，“需要中国服”的声音呼之欲出。

人们热盼、期待、呼唤国服出现，因此，应在广泛征集民意的基础上，从传统服装和民族文化中提炼出具有普遍意义的元素，作为构成国服的规定性元素。国服应当是一个系列的服饰概念，既要体现国服使用的规范性，又具有穿着的舒适性；既要尊重传统文化，又要融入具有时代特点的国际化服装的元素，进行适度创新，让大众更乐于接受。



近代服饰文化

## 打造“服装名片” 彰显文化符号

在共圆中国梦的伟大历史进程中，应打造具有时代特色的“服装名片”，以增强服饰文化的影响力。这主要体现在五个方面：

第一，从弘扬中华民族文化的角度来看，进入新世纪，经济社会加速转型，部分人对西方文化盲目认同、对中华传统文化的淡漠愈演愈烈。而作为代表一个国家的形象出现，代表中华民族的文化表征，应该有彰显文化魅力的服饰。通过打造“服装名片”，来强化民族认同感、自豪感，有利于增强民众的中华民族意识、国家文化意识。

第二，从增强文化软实力的角度来看，服饰文化是中华文明印记系列的重要元素，完善中华文明印记系列是增强国家软实力的基础建设之一。文化软实力是国家软实力的核心因素，是指一个国家或地区文化的影响力、凝聚力和感召力。中华民族文化博大精深、源远流长，是我国文化软实力的首要资源和重要基础。中国的服饰文化是民族文化软实力的重要方面。打造“服装名片”，是增强我国文化软实力的迫切需要。

第三，从中国服饰沿革历史的角度来看，国服是一个国家文化的窗口。日本的和服、韩国的韩服、印度的纱丽等各国的传统服装，在各种重

大礼仪上展示着其国家的文化魅力。素有“衣冠王国”的中国，“国服”又经历过历朝历代的变迁。

“汉服”是汉民族传承了数千年的传统民族服饰艺术，是最能体现汉族特色的民族服装。“汉服”主要是指清代以前，在文化发展和民族交融过程中形成的汉族服饰艺术。博大精深、体系完备、悠久美丽，是“汉服”的文化特点。隋唐时代服装分为两类：一类继承了北魏改革后的与汉代有些区别的冠冕衣裳等汉式服装，用作较朝服简化的公服。另一类则继承了北齐、北周改革后的圆领短袖袍，用作日常服装。公服和常服类别的形成，进一步完整和丰富了中国古代国服体制。中国的衣冠服饰艺术集中体现了民族的审美观和价值观，在汉唐时期达到前所未有的辉煌，近代中国服装吸取西方服饰艺术的特点创造出风格独特的服装。

第四，从世界各国国服发展经验的角度来看，日本、韩国、缅甸、泰国等有象征自己国家的国服；北欧、东欧诸国，特别是阿拉伯国家，更是视自己的民族服饰为国家形象。我国作为具有五千年文明史的古国、大国，在当今没有自己

的“国服”，实在是与地位不相匹配！

第五，从近十几年来我国服装行业协会和服装企业研究国服的实践的角度来看，自改革开放以后，伴随着经济的飞速发展，中国的服装开始与世界的时尚潮流趋势同步。特别是近十几年来，中国的服装行业协会、研究机构及企业对中国的传统服饰与服装，作了不少探索研究，已经有了比较好的理论基础和实践基础，比如，北京的红都集团、东北虎、河北的际华3502职业装公司、福建泉州的柒牌、厦门的圣达威、深圳的天意品牌、北京的格格旗袍。又如，宁波的庄则东先生自2000年以来，就潜心研究中国的国服问题，2006年创办了“宁波东方国服研究院”。再如，广东英格来思服装股份有限公司董事长兼广州服装行业协会执行会长黄学明，十几年来，致力于国服探索研究，并积极建言献策。英格来思服装股份有限公司是此次“国服文化研讨和服装探索展示大会”的主要赞助商之一、是这次活动的主办单位之一。

综上所述，当今推介国服文化魅力已具有良好的理论准备和实践基础。打造“服装名片”，切实增强服饰文化的影响力。



古代中国服饰文化一瞥 (画作)



古代中国服饰文化一瞥 (画作)