

服饰吊牌的可可持续性设计探究

许西平¹, 孙恩乐^{2,*}

(1. 广东工业大学 艺术与设计的学院, 广东 广州 510006;

2. 广东工业大学 服装工程技术研究中心, 广东 广州 510006)

摘要:采用市场调研问卷法,掌握了消费者对服饰吊牌的关注度和期盼值,以及对可持续设计的态度;并对国内外服饰可持续设计相关理论进行了归纳总结。根据调研了解消费者对可持续的认知状态,结合用户体验,提出功能性设计理念与生态理念相结合;结合物联网技术,迎合电子商务时代人们购物体验;同时增设回收再利用平台,提高服饰吊牌的循环使用率,节约资源,降低成本,实现企业、消费者及社会的多赢。

关键词:服饰吊牌;可持续性使用;二次利用;用户体验

中图分类号: TS921.728

文献标识码: A

文章编号: 1673-0356(2019)10-0044-04

随着市场经济快速发展,纸质、塑料、布料等不同质地的服饰吊牌在使用后都随意丢弃,没有进行合理的回收和利用,造成了环境污染和资源浪费。在可持续设计课题背景下,推出对吊牌回收循环利用和增加功能价值,赋予吊牌长期持久性,提升环保价值。目前,世界环境与发展委员会对可持续的解释为:“在满足自己需求的同时,而不去损害子孙后代的资源”^[1];可持续同时也对资源利用、投资取向、技术发展以及政策变化起到协调作用,能协调人类现在和将来需求的变化^[2]。服饰吊牌作为服饰上的附属品,从使用到丢弃的过程相当短暂,资源的利用没有达到最大化;对生产成本和社会资源造成浪费,也不利于环境保护。

1 服饰吊牌可持续设计必要性

服饰吊牌由吊牌、吊粒、吊线等组成,吊牌的材料可以分为纸质、金属、塑料、天然材质等;纸质材料有铜版纸、牛皮纸、单面纸板、双面纸、隔热纸、瓦楞纸、硬纸板和再生纸等;金属材料有铜、铁、合金、不锈钢等;皮革材料包括各种动物的表皮、人造革、丙烯酸材料等^[3]。

服饰吊牌在印刷过程中,还将消耗大量的油墨、电能等,裁切、组合等工序也必不可少。印刷工艺较为复杂,有凹凸版、烫电化铝、浮雕印刷、压衡磨切、上光覆膜、模压成型、专色印刷、柔印、丝网印刷、镭射印刷、数

码印刷、不干胶印刷等。

可持续设计思想融入现代工业产品的设计,是科技发展的必然之路^[4]。服饰吊牌体量虽小,但在生产过程中仍消耗了大量的社会和人力资源,可持续服饰吊牌的产生,对环境保护起到了约束作用,对引导全民共同参与起到了积极作用,规范了行为,保护了环境和资源。

2 市场调研结果分析

通过问卷星软件进行问卷调查,发放120份左右的问卷,收回110份,经过筛选共有95份有效问卷。问卷结果显示,参与调查问卷的人群大多在大中型城市,如广州、成都、江西等,其中男性33名,女性62名,职业类别主要为大学生、都市白领、全职主妇和商人等^[5]。年龄在20~40岁的区间,因为这个年龄段对接受新事物有很强的适应能力;月消费能力在500~10000元的区间,因为不同的消费水平,能更好的把握吊牌的使用情况,能最客观有效的反映问题。问卷调查共有8个问题,分别得出相应的结果和分析。

2.1 问卷调查设计

问卷设计见表1。

2.2 问卷调查结果分析

(1)从问题1得出有84.1%以上的消费者在购物时都会习惯性地看服饰的吊牌。

(2)从问题2得出对吊牌了解的消费者占46.2%,46%的消费者对吊牌的认知处于中立状态,只有7.8%的消费者不了解。由此可见,作为一种常见的东西——吊牌,很多消费者却不知道它本身的价值,这

收稿日期:2019-06-17;修回日期:2019-06-24

作者简介:许西平(1985-),女,讲师,研究生在读,主要研究领域:服装设计

与工程。
*通信作者:孙恩乐(1965-),女,教授,主要研究领域:服装设计与工程, E-mail:308607927@qq.com。

是值得我们去思考的。

表1 问卷问项内容

序号	问项内容
1	购买服装时,你有看吊牌的习惯吗?
2	你了解吊牌本身的价值吗?
3	你会将服饰吊牌保留吗?
4	不保留的原因是以下那些?
5	增加服饰吊牌的功能性/科技感/可回收性,你会保留吗?
6	一个具有功能性/科技感/可回收性的吊牌,会增强你对产品的信赖度吗?
7	如果吊牌可回收,你愿意配合让它免费回收吗?如在门店或者社区有回收服务。
8	在吊牌完好无损的情况,你愿意你的新衣服上挂的是二次吊牌吗?

(3)从问题3数据看出消费者常常忽略它,有69.5%的消费者选择直接丢弃,有17.8%的消费者处于对吊牌保留态度的中立立场,还有12.7%的消费者会选择保留服饰吊牌,至于保留时间长短就属于不可控的了。

(4)从问题4可以看出不保留的原因,有40%的消费者认为吊牌没有保存价值,有6.3%的消费者认为吊牌与自身无联系,15.7%的消费者认为吊牌无设计感,2.3%的消费者认为吊牌材质不喜欢,12.6%的消费者认为吊牌不可回收且无经济价值,23.2%的消费者存在其他意见。

(5)从问题5数据可以得出增加服饰吊牌的功能性/科技感/可回收性,消费者对服饰吊牌的保留度会增加,80%的消费者会保留吊牌,14.7%的消费者改进的吊牌持中立态度,只有5.3%的消费者不会保留改进的吊牌。

(6)从问题6可以得出,83.2%消费者通过了解吊牌的附加值,对产品的信赖度增加。消费者对吊牌附加值的好感度促使消费者对吊牌内容更加关注,延长了吊牌的生命周期,同时增加了对品牌的信赖度。

(7)问题7中有86.3%的消费者愿意配合吊牌回收,7.3%的消费者保持中立状态,有6.4%的消费者不会配合吊牌回收。说明消费者在消费过程中,绝大部分有很强的社会责任感,意识到了回收的用途,愿意配合社会活动,这是很好的导向,说明只要提供一定的平台,就会有消费者愿意积极参与。

(8)从问题8可以看出,有56.8%的消费者愿意使用二次吊牌,有10.5%的消费者处于中立态度,有32.7%的消费者不愿意使用二次吊牌。这个结果可以理解,我国正处于兴起的关键时刻,国民意识也正在逐

步提升。跟西方国家在低碳生活方面相比,人们的态度还有待改善。

通过调研可以看出,消费者对吊牌的使用主要停留在购买服饰时,一旦它完成使命,大部分消费者就会直接丢弃吊牌。主观原因是消费者一旦获取了吊牌上的信息,比如价格、成份、洗涤方式等,吊牌就不再和消费者有直接联系。客观原因是吊牌很普遍,没有特别的功能或没有被消费者发现它的用处,以及外观、材质等原因,不被消费者看好。当提出假设的服饰吊牌有功能性/科技感/可回收性等作用时,消费者在保留度上显著提升,说明原来传统的吊牌的运作模式不符合现代消费者的保留心理,同时吊牌转型后,在品牌宣传上得到更好的体验。消费者也对吊牌的回收和二次利用表示好感,社会责任意识越来越强,因此作为服装行业的人士,就更加应该配合消费者的社会意识,设计出更符合现代消费者的吊牌。吊牌的生命周期是可以循环的,真正要做到物尽其用,而回收和二次利用就是生命周期中的重要一环^[6]。

3 服饰吊牌可持续设计方案

根据调研,提出相应的服饰吊牌可持续设计的方案,以应对现代消费者的消费心理,达到对社会、对消费者的互利共赢。设计方案主要从用户体验下手,目的在于为大多数用户设计。根据以下思维完成服饰吊牌可持续设计的再思考,如废弃材料的循环再利用、零废料设计、轻量化、升级回收、有机材料化、模型材料的可持续利用等^[7]。

3.1 功能+科技的服饰吊牌可持续设计

3.1.1 有形服饰吊牌的可持续设计

产品竞争中主要通过现代设计来表现出差异化,产品使用的寿命逐渐减少,去旧更新的速度越来越快。因为快时尚理念的推崇,在人们过分追求时尚的路上,许多完好无损的产品被替代,而回收利用环节的缺失使得大量淘汰的产品被废弃,导致了危及生态环境的诸多问题的出现^[8]。服饰吊牌作为服装的附属商品,实际使用周期非常短暂,除了供消费者参考价格、成分、洗涤方式等信息,很快被沦为垃圾。如果我们换个角度来审视看似无用的产品,通过对无用产品的设计构思,就可以使那些被遗弃、忽视的产品重新获得价值,获取人们的关注,达到可持续的目的^[9]。根据服饰吊牌的特点,可以从它的外观着手,并且赋予它们更多

功能性的作用,不只是传达信息,还有传达完信息之后再使用的功能。如可以把服饰吊牌做成收纳耳机物件、书签、文创笔记本、文创的书签门帘、清洁电脑键盘的小帮手等(图1),这些创意既能使吊牌本身的生命周期增加,又能延长服饰品牌宣传时间。



图1 功能服饰吊牌

同时,根据学者曾经提出的可种植服饰吊牌理念,通过使用百分之百的可降解材料,在结构合理的吊牌中放有不同的种子,使吊牌不仅可以成为绿色包装,还能孕育新的生命^[10]。

3.1.2 无形吊牌的可持续设计

随着科技的发展,物联网技术越来越成熟,人们对购物体验也需要更多的新鲜感。各行各业都免不了科技的渗入,服饰吊牌作为一种实体的信息传递,同样可以和科技接轨,以一种非物质的形式存在,比如二维码等形式,通过可再生数码印花染料^[11],将服饰吊牌信息以二维码的形式印刷在服装相应位置(图2)。这种形式的呈现,不仅大大减少了资源的浪费,还增加了用户在购物时的体验,也为服装防伪提供了一种渠道。

3.2 消费者对新型服饰吊牌的处理方式

消费者选购服饰后,对服饰吊牌的处理方式可以分为两种:门店回收和社区回收。其工作流程如图3所示。

3.2.1 门店回收

经济、文化、观念等与人们的生活及消费理念密不可分,将消费理念的转变为可持续消费,不仅可以解决

资源和生态环境等社会问题,还可以改变人们的价值观念和生活方式等^[12]。根据消费者对服饰吊牌态度发现,大多数消费者还是愿意免费把购买的服饰吊牌放于门店回收,这是一种非常积极的社会现象。我们应该将消费者这种积极意识作为推动可持续服饰吊牌的重要推力。同时还可以对回收服饰吊牌的消费者给予一定的折扣奖励、返券奖励,既能让服饰吊牌得到有效的可持续回收,又能让商家与消费者紧密联系在一起,使消费者成为商家的长期顾客。



图2 数码印花二维码信息牌

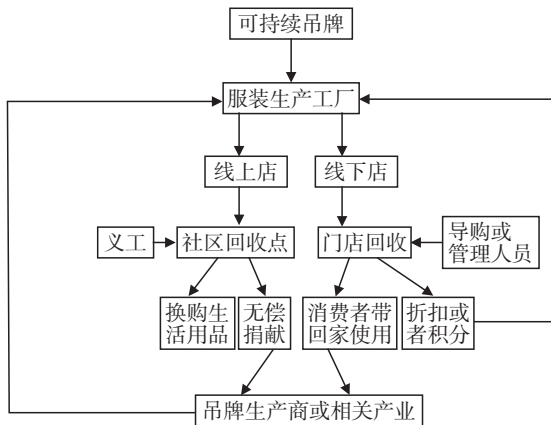


图3 可持续服饰吊牌的工作流程图

3.2.2 社区回收

根据消费者对服饰吊牌态度可以发现,消费者不愿意将服饰吊牌保存,其主要原因是它没有实际作用和可回收渠道,使服饰吊牌生命周期无形缩短。如果我们给服饰吊牌提供一个可供回收的平台,服饰吊牌就不会成为没有价值的物品而被沦为垃圾,人们在与吊牌互动时,就会留意服饰吊牌有保存的价值,不会随手弃之。通过网购或实体店购买服饰时,服饰吊牌是了解服装品质的一个重要载体。消费者在处理带回家的服饰吊牌时,社区可以通过采取以物换物、经济回收或鼓励消费者免费投放回收等形式从消费者手上

回收,增进消费者对服饰吊牌的价值意识。如以小黄狗垃圾分类回收柜或者志愿者的形式进行回收,避免在回收时增加过多的投入成本。回收后,社区可以以市场价格转卖给吊牌厂商,进行再次加工生产,节省再生资源成本。这对于社区再就业和厂商都是双赢,同时也是资源可利用的一种良性循环。

4 结语

可持续性服饰吊牌对购买服装提供指导性的信息后,自身的功能性也将体现,如书签、门帘、收纳耳机盒等。此外,应广泛关注服饰吊牌的绿色性、趣味性、互动性等用途,提升消费者对服饰吊牌可持续设计的认可度。其次,在回收过程中,还应降低回收成本,实现可持续思想被消费者、企业所接受,落实到二次利用的环节中。最后,服饰行业伴随着科技的进步,各个环节都在进行积极的转型,减少材料的投入、降低投入成本,是社会和企业共同的目标。因此,必须用绿色科技的概念物质代替原有形式的服饰吊牌,顺应时代,引导消费者科学消费。

参考文献:

- [1] WU J. Landscape sustainability science: Ecosystem services and human well-being in changing landscapes [J]. *Landscape Ecology*, 2013, 28: 999-1 023.
- [2] 王小雷,王 洋. 服装设计中的可持续设计策略研究[J].

- 纺织导报, 2018, (8): 80-83.
- [3] 鞠月桥. 当代中国服装吊牌设计研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨师范大学, 2017: 16-25.
- [4] 李丹碧林, 陶 晋, 洪 华. 基于可持续性设计思想的产品再设计[J]. *包装工程*, 2007, 28(1): 168-169.
- [5] HVSTVEDT G, BERNARD J C. Consumer willingness to pay for sustainable apparel: the influence of labelling for fibre origin and production methods[J]. *International Journal of Consumer Studies*, 2008, 32(5): 491-498.
- [6] 李 晨. 服饰吊牌设计的缺失及突破研究[D]. 太原: 山西师范大学, 2015.
- [7] 王雪莹. 可持续包装设计的创意思维方法研究[J]. *包装工程*, 2017, 38(14): 27-31.
- [8] 舒余安, 王 增. 产品概念设计中的可持续设计策略研究[J]. *包装工程*, 2012, 33(22): 49-51, 63.
- [9] 高 美. 从可持续设计谈无用设计理念[D]. 郑州: 郑州轻工业学院, 2014.
- [10] 倪 洋. 探析可种植的包装[J]. *包装工程*, 2010, 31(20): 111-113.
- [11] LAWLESS E, MEDVEDEV K. Assessment of sustainable design practices in the fashion industry: experiences of eight small sustainable design companies in the North-eastern and Southeastern United States[J]. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 2015, 9(1): 41-50.
- [12] 杨珊珊. 生活方式对服装可持续消费态度的影响研究[D]. 北京: 北京服装学院, 2018.

Research on the Sustainable Design of Clothing Tag

XU Xi-ping¹, SUN En-le^{2*}

(1. College of Art and Design, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, China;

2. Garment Engineering Technology Research Center, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, China)

Abstract: The market survey questionnaire method was adopted, to grasp the consumers' attention and expectation value on the clothing tag and their attitude towards sustainable design. The relevant theories of sustainable design of apparel at home and abroad were summarized. According to the survey, the consumer's cognitive status was understood. Combing with the user experience, the combination of the functional design concept and ecological concept was put forward. Combing with Internet of Things technology, the shopping experience of people in the era of e-commerce was catered. A recycling platform would be added to improve the recycling rate of apparel tags, save resources, reduce costs and achieve win-win situation for enterprises, consumers and society.

Key words: clothing tag; renewable use; secondary use; user experience

欢迎投稿 欢迎订阅 欢迎刊登广告