



УДК: 7.01:001

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ДИЗАЙНУ ТА МОЛОДІЖНОЇ МОДИ В КИТАЇ

НИКОЛАЄВА Тетяна, БАРАНОВА Алла, КУЗЬМЕНКО Анна,
НЕСТЕРКО Аліна

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
annakuzmenko240301973@gmail.com

В процесі дослідження було виявлено та систематизовано основні закономірності, художньо-композиційні особливості та творчі засоби виразності притаманні молодіжному одягу у вуличному стилі в Китаї. Проаналізовано тренди та фактори впливу на розвиток вуличного стилю Китаю останнього десятиліття. Отримано характеристики досліджуваного творчого джерела для трансформування у принципи проектування сучасного одягу. Сформовано творчу дизайн-концепцію майбутньої колекції одягу.

Ключові слова: глобалізація, гендер, стріт стайл, міленіали, покоління Z, самовираження, дизайн, одяг, молодіжна, мода.

ВСТУП

Економіка Китаю почала бурхливо розвиватися у 70-х роках ХХ століття, китайський ринок споживання продукції класу люкс зазнає глобалізації. Згідно з дослідженням Goldman Sachs, покоління міленіалів Китаю – відоме як пост-80-і та пост-90-і – налічує близько 415 млн людей, або 31% від загального населення Китаю. Це покоління має непропорційно великий вплив на китайську моду, оскільки вони є найбільшими споживачами – за даними Boston Consulting Group, споживання молодших за 35 років у Китаї становить 65% загального приросту споживачів. Крім того, очікується, що їх споживання зросте щорічно до 2021 року на 11% – удвічі більше, ніж у споживачів старше 35 років. Як відзначають експерти, світовий ринок товарів класу люкс через 6 років може подвоїтися, виключно завдяки наступному поколінню споживачів у Китаї.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Дослідження, аналіз та систематизація даних щодо факторів впливу на формування та розвиток трендів та течій у вуличній моді Китаю та використання результатів дослідження для створення концептуальної колекції молодіжного одягу.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Слідкуючи за розкішним способом життя знаменитостей в мережі Інтернет та прагнучи копіювати їх сміливу моду в повсякденному житті, при цьому пропускаючи ці тренди через призму власної індивідуальності – саме так мілленіали та покоління Z Китаю формує власний неповторний стиль. Основна мета – не показати свій статус за допомогою великих логотипів, а показати свою обізнаність та вміння навігації модними трендами, поєднуючи люкс з місцевими брендами, вінтажними речами чи секонд хендом. В цьому і є суть китайського стріт стайлу. Швидка мода також зникає з гардеробів прогресивної та стильної молоді, а натомість приходиться так звана «повільна мода», чи просто – sustainability [1].

В роботі виокремлено та систематизовано основні фактори впливу на китайський стріт стайл:

- віртуальна ізолюваність: через важкий доступ до західних сайтів та мовний бар'єр, стрімкий розвиток аналогових сайтів та СМІ, що стимулює ІТ індустрію та формування унікального погляду на поп культуру, моду та сучасні тренди;

- унікальність традиційної культури Китаю;

- економічний стан молоді, що є основним рушієм високої моди та стріт стайлу в Китаї: стрімкий розвиток промисловості та економіки, разом з невеликою вартістю виготовлення продукції легкої промисловості та оплати праці, надає можливість молодим незалежним дизайнерам та художникам легко втілювати свої творчі задуми в життя;

- відсутність притаманних західній культурі гендерних стереотипів, що впливають на вибір одягу споживачами;

- моноетнічне суспільство, де 90% населення – китайці;

- більше 30% населення віком до 35 років, тобто представники покоління мілленіалів (покоління Y) – є найбільшими споживачами в країні;

- Китай – найбільший споживач люксових товарів у світі (частка китайських покупців світового ринку товарів люкс склала 33% у 2018 р.).

Клієнтам з Китаю у віці близько 20 років властиво робити імпульсивні покупки. До 2025 р. 55% усіх світових витрат на люксові товари доведеться на покоління Y (мілленіали) і Z. Тільки в цьому році зростання продажів товарів люкс в материковому Китаї складе 18-20%, а до 2025 року частка китайських покупців перевищить 45% світового ринку товарів люкс [2].

Основними трендсеттерами є так звані KOLS (Key Opinion Leaders – лідери ключових думок), які за допомогою соціальних мереж, або на власному прикладі популяризують той чи інший бренд одягу серед своїх шанувальників.



Значний вплив має К-Рор індустрія на розвиток поп-культури та трендів регіону, незважаючи на офіційну заборону К-Рор зірок виступати або проводити будь-які заходи в Китаї.

В останні роки багато споживачів, які належать до більш заможних прошарків населення Китаю, тяжіють до інтелектуальної розкоші, їх смаки стають більш рафінованими і певними. Поступово їх починає хвилювати те, що являє собою бренд і його продукція, вони ставлять під сумнів справжню цінність тієї чи іншої речі і замислюються, який костюм найбільше підходить під їх стиль життя і індивідуальність.

Незважаючи на великий попит серед західних люксових брендів, які щоб підтримувати інтерес та відданість постійних покупців, намагаються у всьому догодити їх смакам, створюючи окремі колекції, направлені саме на китайського споживача. У Китаї дуже багато молодих талановитих дизайнерів: Masha Ma, Uma Wang, Xander Zhou, Yang Li та інші. Саме вони надають ярлику «Made in China» принципово нового значення [3].

В ході досліджень вивчено сучасний стан індустрії моди в Китаї. Встановлено особливості та основні чинники впливу на формування та розвиток нових молодіжних субкультур та стильових підтечій. Китайська мода з кожним роком все більш впевнено заявляє про себе на міжнародній модній арені, а молоді китайські дизайнери все більш амбіційно захоплюють світ своїм креативом та свіжим баченням.

Всі фактори були детально проаналізовані та систематизовані, на основі зібраної інформації було розроблено ескізний проект капсульної колекції молодіжного одягу повсякденного призначення (рис.1).



Рис. 1. Ескізний проект колекції одягу



ВИСНОВКИ

Дослідницька тема є актуальною в контексті розвитку сучасної модної Світової індустрії. Системний підхід до проектування одягу представлений у роботі, надав змогу виокремити закономірності, художньо-композиційні особливості, фактори впливу на формування вуличної моди в Китаї. На основі досліджень розроблено дизайн-концепцію та ескізний проект перспективної колекції молодіжного одягу вуличного стилю, що повністю відповідає джерелу натхнення, художнім смакам та потребам молодіжної цільової аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. China's youth breaking through the great firewall. i-D. 2018. URL: https://i-d.vice.com/en_uk/article/ywq37y/shanghais-youth-breaking-through-chinas-great-firewall (дата звернення 16.10.2019).
2. Millennials push Chinese streetwear to new heights as they seek ways to express themselves. South China Morning Post: веб-сайт. URL: <https://www.scmp.com> (дата звернення 16.10.2019).
3. Why Chinese Brands are Winning the Streetwear Game. Jing Daily: веб-сайт. URL: <https://jingdaily.com> (дата звернення 16.10.2019).

NIKOLAYEVA T., BARANOVA A., KUZMENKO A., NESTERKO A. EXPLORING THE FACTORS OF IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF CHINESE YOUTH'S STREET FASHION AND DESIGN

In the course of the study, the main patterns, artistic and compositional features and creative expressiveness of street-style clothing in China were identified and systematized. Trends and factors influencing the development of street style of China over the last decade have been analyzed. Creative design concept of the future clothing collection were formed.

Key words: globalization, gender, street style, millennials, generation Z, self-expression, design, clothes, youthful, fashion.