

浅谈“一带一路”背景下中国设计崛起的途径

◆葛润琪

(长春工业大学 吉林省长春市 130012)

摘要: 为了应对世界发展过程中的复杂问题,我国提出了“一带一路”以致力于亚欧非大陆以及附近海洋的互联互通,并加强建立和加强与沿线各国的伙伴关系。在这样一种大背景下,我国的政治、经济和文化的发展都迎来一个新的发展契机,很多行业都可借此提升发展水平,尤其是日益国际化的设计行业,更需要通过把握这个契机来使自身进步、崛起。而中国设计的发展进步需要各个阶层的支持和努力,宏观来看,主要是国家、企业这两个主体。

关键词: 一带一路; 政府; 外交; 企业; 品牌

引言

近年来,随着经济水平的不断提高,服装行业发展迅猛,从设计、生产到销售,整个服装体系都更加的完善,在“一带一路”的大背景下,服装行业面临着诸多新的挑战,也有着诸多发展方向和途径,除去设计师本身不可或缺的因素外,国家和企业在在中国设计崛起的道路上将发挥愈加重要的作用。

1. 国家层面

1.1 以外交为媒介输出设计

自“一带一路”提出以来,习近平主席一直致力于与更多的国家建交并友好往来,不断提升着我国的影响力,我国政府的一言一行总是受到全世界的关注,因此,我国在外交中可以借此输出自己的设计产品,以政治力量推动设计行业的发展,无疑是一个极佳的途径。如我国第一夫人彭丽媛,当他第一次随习主席出访国外时,便穿着一件由中国设计师马可设计的蓝色大衣,自此,马可的设计品牌受到了国内外更多的关注,国际地位也得到了很大的提高。此外,在2006年,哥德堡号重返广州黄埔古港时,广东省政府官员就选择了珍贵丝绸“蓑绸”作为国礼赠与瑞典国王与王后,由此提升了以蓑绸为主要元素的服装品牌“天意”的知名度。

1.2 以外交为媒介输出文化

国外的优秀设计,追本溯源,是源于对生活环境、文化环境的理解或期待,是带有自身特点的,消费者追捧他们的设计,其实也是在追捧他们的文化。我国的设计要想崛起,要想国际化,就必须植根于我们自己的文化。设计出带有自身特点的产品还不足以达到目的,让受众接受我们的文化才会如虎添翼。这就需要我们的国家充分利用“一带一路”所带来的便利条件,并且以及强大的影响力,在外交中不断输出我们的文化理念,为设计产品被更多的人接受而铺就道路。如中国驻纽约总领馆已连续7年参加了极受纽约市民欢迎的“92街艺术节”,每年中华文化都以其独特魅力吸引了众多市民参观。去年9月的展览依然大受欢迎,大熊猫、长城、京剧脸谱等印刷精美的海报和《中国书法》《中国茶艺》等介绍中国传统文化的英文书籍备受喜爱,被索要一空,这样的推广方式极大地推广了中国文化,日积月累将为中国设计的流行奠定文化基础。

1.3 制定积极的国家政策

“一带一路”的提出为中国设计的发展进步提供了更多的可能,海外市场的拓展对于设计企业是十分有必要的。但是在全球设计行业竞争激烈的情况下,仅凭设计企业的一己之力似乎稍显吃力,这就需要国家的扶持。国家和政府可以利用“一带一路”所带来的契机,积极与亚非欧及沿海国家展开深度的合作,扩大基础资源的共享,尤其是市场资源的共享,并将这些落实到具体政策,再加以适当的经济支持,就可以使设计企业的国际化崛起道路更加通畅。

1.4 进一步提升对设计的扶持力度

国家对设计行业的宏观调控及一系列发展规划的作用无疑是巨大的,我国也曾对此做过诸多努力,取得了明显成效,但是在全球设计都在飞速发展的大环境和“一带一路”的要求下,我国政府硬应做出更多的努力,进一步深层次、全方位地扶持设计行业,使我国设计行业有一个质的飞跃。目前我国缺乏国家设立的设计奖项,虽然有红星奖这样知名的工业设计奖,但是在没有国家大力扶持的情况下,还是无法与德国红点奖比肩。因此,我国政府应主动设立国家级奖项来鼓励、促进国内设计的更深层次的发展,并充分利用“一带一路”所提供的便利条件提高其知名度,以引进优秀设计作品或理念。

2. 企业层面

2.1 积极转型, 走出国门

在“一带一路”的背景下,我国优秀的设计企业要想提高国际知名度,实现中国设计的崛起,就必须积极推动企业转型,制定更加长远的发展目标,即走出国门,进一步扩大海外市场。如我国服装品牌太平鸟,其对自身的发展状况和定位十分明晰,并有了基本的扩大市场的规划:携手电商巨头天猫来扩展澳洲市场,服务好澳洲的一百多万的华人。我国的设计企业也可以借鉴太平鸟的经营模式和发展规划,来合理调整企业的发展策略。

2.2 打造品牌, 注重理念

在推进“一带一路”的进程中,设计与文化是不可分割的,一个设计企业的文化理念的传达是否成功,直接影响到其设计产品的销量,因此企业除提高自身创新能力外,应把更多的精力放在打造品牌文化理念上。如国内白酒品牌江小白,其一直在传达“我是江小白,生活很简单”的文化理念,并辅以各种新奇的、抚慰现代人焦虑情绪的文案设计,受到了广大年轻人的喜爱,可见理念可以促进一个企业的更好发展。我国设计企业也可以从中学习经验,努力打造自己的品牌文化,在未来,尤其是在“一带一路”的背景下,以文化理念为基础的设计将会有非常广阔的发展空间。

结论

在本文中,笔者浅析了在“一带一路”背景下中国设计崛起的途径,主要是从国家和企业的主要努力方向来分析的,除此之外还需要行业内各个阶层的共同努力。世界向前发展的趋势不可逆转,因此我们要审时度势,深度分析,寻求机遇、抓住机遇,以实现我国设计的崛起。

