

(上接第15版)

对于普通人也好,或对于真正追求时尚的人,流行色更多的是个性化的体现,是作为一种参考。真正人们在消费的时候,其实已经弱化它的参考标准。可能在有一定的话语权,国际上色彩体系有很多,比如德国的劳尔(RAL),它主要是针对工业的,其实背后就是要推自己的色彩体系。从专业角度及市场趋势来讲的话,流行色更多的是对于自己色彩体系的主张,引领趋势或建立一定的话语权,引起大家对品牌色彩体系的关注。

未来我们要建立的就是自己的话语权,文化的话语权。在郭锦涌看来,潘通就是通过文化输出,来带动其背后的产业。流行色当时的出现,就是在国内还没有色彩体系的情况下,引入美国的色彩体系潘通,说实话它并不是一个非常完备的、基于视觉的、科学的体系。流行色更多的影响和意义就是一个标准和参考。

CNCS(中国色彩系统)是由中国纺织信息中心联合国际国内色彩专家和机构,经多年精心调研而开发的色彩体系,力求为服装设计师和相关机构提供当前最时尚的色彩信息和色彩管理解决方案。然而中国色彩系统明显在国外推的时候会碰到一些壁垒,所以就在几年前在上海成立了COLORO,是由中国纺织信息中心研发,并与全球权威趋势预测机构WGSN(Worth Global Style Network)的母公司英国Ascential集团联合,向全球市场进行应用推广的一个革命性的色彩体系和颜色标准。

将色彩标准化 为品牌出谋划策

色彩已成为品牌最重要的视觉传达工具之一。品牌逐渐将重心转向虚拟体验,纷纷以数字色彩营造震撼体验。奢侈品牌正在利用色彩感染力吸引年轻消费者。

郭锦涌向本报记者表示:“COLORO现在主要在做的就是色彩的标准化统一起来,标准化可以做到更科学、更系统、更准确。更科学,就是色彩的编号,是根据我们肉眼对于色彩的感知来进行编号的;更系统,就是先搭建出完整的色彩系统,然后再把相对急需的色彩给列出来。另外它是在全球布局,所以很多快消品牌已经在选择COLORO作为色彩的标准。它可以把供应周期缩10-15天,对于快销品牌来讲的话,这个时间是非常有价值的。目前色彩更多的还是在应用端,我印象中安踏、阿迪、耐克这些也有应用整个COLORO色彩体系。”

据了解,目前COLORO已成为包括Anta、BSD、Fila、Gymshark、Kappa、LINING、NIKE、PUMA、Skechers等在内的众多知名品牌的指定色彩应用体系,并为众多品牌提供色彩培训。再如2021年,天



詹姆斯·特瑞尔的作品《罗登火山口》,光线与色彩在别样的空间里完美的结合。



Tiffany&Co在美国加州比佛利山庄旗舰店展出了黄色钻石主题装置,并限时推出黄色系快闪活动。



COLORO与WGSN1发布的2022春夏流行色——蝴蝶兰应用于室内家居设计。



国际流行色委员会发布的2022春夏流行色主题——朦胧色彩,运用于室内空间。



COLORO与WGSN发布的2022春夏流行色——橄榄油绿应用于室内家居设计。

猫趋势中心首次联合权威色彩机构COLORO发布五大流行色:樱花粉、金盏花橘、环保灰、薄荷绿、智能蓝,同时联合李宁、Alexander Wang、Sandro、密扇等十余家服饰品牌,推出流行色新品。“同样用尺子打比喻来讲,原来可能是以尺为单位的,COLORO色彩体系现在就是以厘米、以毫米为单位来区分这个色度,就是准确和更快。”

色彩在驱动消费者情绪方面发挥着重要作用,而在后疫情时代,色彩或成为品牌体验的关键组成部分。随着消费者纷纷寻求感性化的虚拟及现实体验,色彩势必会越来越受重视。

色彩与光媒介的 强强联手

纵观全球,艺术设计体验仍然是文化渗透与超脱现实的关键部分。对于许多创意人士而言,色彩仍然是必不可少的表达手段,也是增强作品影响力、传递作品意义的重要工具。

在一些沉浸式的展览当中,有很多艺术家或设计团队,会以非常出挑的色彩来吸引眼球。确实现在当代艺术对我们的生活的介入,已经到这商业化的运作模式,比如说日本团体teamLab,典型的运用光色等多媒体的语言打造多感官体验,视觉上色彩是非常斑斓的。又如现在在北京时代美术馆展出的日本摄影师蜷川实花的影像作品,浓烈饱和的色彩融合迷幻的光影,亦真亦幻。这些以色彩为拿手招牌的作品,毋庸置疑获得了众人瞩目。

郭锦涌表示:“我们现在提一个概念,就是光色融合。它不光是色彩,而是将光的设计跟色彩的表现结合在一块。说到底,色彩它是进入到人眼中的光线对视神经的刺激,产生的生理反应,所以我们感受到的色彩,都是看到的能感受到的具体光线引起的。现场的震撼这种场所感、包围感,是印刷品很难达到的,也是电影电视等媒介所不能体现的。”

当代艺术家里,擅长演绎颜色的“好色之徒”有不少,大名鼎鼎的如美国当代艺术家詹姆斯·特瑞尔(James Turrell),他的作品《罗登火山口》位于美国亚利桑那州北部的彩色沙漠,从1979年开始耗费四十余年,将其改造成一座裸眼观测天文台,光线与色彩在别样的空间里完美地结合;还有丹麦裔冰岛籍艺术家奥拉维尔·埃利亚松(Olafur Eliasson),擅于在作品中使用光与色,2003年他在英国伦敦泰特现代美术馆的装置艺术作品《天气计划》,创造出太阳的幻象,橘黄的光色营造出巨大的落日,震撼至极。当下更多的趋势是色彩与光媒介来联合表现,而在现实体验与数字体验相融合的现状之下,色彩的感染力和感官冲击力势必会加强。