

2013

2014

C H I N A

C O L O R

T R E N D

B O O K

中国色彩趋势年刊 2013-14

中国カラートレンドブック 2013-14

中国色彩趋势年刊 2013-14

中国カラートレンドブック 2013-14
CHINA COLOR TREND BOOK 2013-14

04	时代的象征符号 時代を読み解くキーワード Keywords of the times
08	中国色彩趋势主题 2013-14 中国カラートレンドテーマ 2013-14 Confirmation China Color Theme 2013-14
09	Theme 1: 亞洲的靈動 アジアンスピリット Sprit of Asia
21	Theme 2: 通透的技藝 トランスクラフト Trance Craft
33	Theme 3: 眩惑的美意 審美の極み Exclusive Deco
45	Theme 4: 幽玄的造物 エレメンツ Elements
57	Theme 5: 無窮的遊戲 遊びざかり Pleasure Seeking
69	Theme 6: 緻密的格律 エモーショナルな法則 Emotional Laws
81	中国色彩趋势色谱 2013-14 中国カラーパレット 2013-14 China Color Trend Palette 2013-14
84	中国色彩趋势预测流程 2013-14 中国カラートレンドの流れ 2013-14 Confirmation China Color Trend 2013-14
86	中國色彩趨勢預測關鍵詞 2013-14 中国カラートレンドキーワード 2013-14 China Color Trend Keywords 2013-14

Accelerating Development

From “Made in China”
to “Creation in China”

Symbolized Architectures

Green lifestyle

New Orientalism

Era of Neo Tribes

Mix Culture

Chinese Creation

时代的象征符号／時代を読み解くキーワード

Keywords of the times

Accelerating Development

加速的發展／加速する發展

60年時間是否能够赶上先進國家600年發展成就？中國近代的發展歷程在中國受到關注。認同者認為：中國5000年歷史文化底蘊為60年的加速發展提供了足够的能量及養份，60年的奮進是因為現代發展史被無形割裂，是從沉睡中被喚醒，而非從零開始的激進成長。否定者的觀點是：中國的歷史發展確有違背客觀規律之處，如被視作激進發展，高估目標或可能存在風險，都能被理解。

現代中国は60年間で、先進国の600年を追い越せるのか？中国社会の發展モデルが国内で熱い話題になっている。肯定する者は、中国が持つ5000年の歴史には十分なエネルギーと栄養分が蓄えられていて、改革後の中国は分断された現代發展史の深い眼りから目覚めたようなもので、ゼロからのスタートとは異なると、ポジティブに考えている。否定する者は、中国の歴史には客観的な法則に反するものが確かに存在していて、急激な發展においては、高すぎる目標設定には大きなリスクがあると、冷静に考えている。

Is it a realistic view that 600 years of significant history established by the leading countries is surpassed by China within 60 years in a single bound? Currently, the hottest topic in Chinese society is its developing model. The party of positive perspective advocates that it is definitely not a start from zero, as China has been firmly backed by its 5000 years history which embraces abundant energy and nutrition for future development. Also, they liken post-reform Chinese society to the dawn after the deep sleep of fragmented history during the modern China's development process. Meanwhile, the negativisms stay to take wait and see manners, while pointing out the existence of conflicting substances to objective laws and conceivable risks caused by unrealistic target-setting.

From “Made in China” to “Creation in China”

從“中國制造”到“中國創造”／“中国製造”から“中国創造”へ

當全球60%の奢侈品是來自于中國制造，而中國奢侈品消費能力又躍居全球第二位時，一二綫奢侈品中來自中國創造的又有几何？“中國制造”的副產品是蒼山清水的秃兀干涸，我們傳承于后代的還有什麼？而當人民幣對外不斷升值，對內不斷貶值（通貨膨脹），人力成本與企業運營成本不斷提升的情況下，中國的代工優勢已逐漸被東南亞、印度、非洲等國取代，企業的空置產能如何被更好消化？產業模式的轉型勢在必行，文化創意產業的發展被視做是拯救中國產業經濟，建立內需產業鏈的有效方式。

多くの中国人が疑問に思う。世界60%の高級ブランド製品が「中国製造」となり、ラグジュアリー製品の消費能力も世界2位になった今、「中国創造」の一流ブランドがどれだけあるのか？開発によって美しい森や清らかな河を失った国は何かを後代に残せるのか？人民元は対外的に価値が高くなり、対内的に価値を下げ続け（インフレ）、人件費や企業運営コストが高まり、加工業が東南アジア、インド、アフリカなどに取って代わっていく中、産業の空洞化にどう対処していくのか？産業モデルの転換が急がれるなか、クリエイティブ産業の發展が中国經濟を救い、内需産業チェーンを構築する重要な方法論かもしれない。

By looking at the fact that “Made in China” accounts for 60% of global production of luxury goods, and China became to enjoy the world's 2nd ranking of its spending power, the emerging common question mark among a number of Chinese is about existence of “Creation in China” high-end goods which is rarely found in the market. While the country has been losing natural blessings like beautiful woods and clean rivers, another question is what China could hand down to the following generations. The value of Chinese yuan has been rising externally, and vice versa internally. With the situation of continuous inflation, soaring labor cost and enterprises' operating expenses, what way the country handles the hollowing out of local industries while processing industry has been shifting its production to India, other countries of SE Asia and Africa? Under the accelerating trend of business model conversion, the development of creative industry could be a potential methodology to encourage the domestic demand-oriented industrial chain.

Symbolized Architectures

象徵化的建築／シンボル化する建築

鄉村的城市化與新的城市開發步伐不曾減速，日日夜夜地進行着。看似壯麗繁華的街道帶來自然與人文環境的破壞。城市中新建造的電視塔、金融大廈、圖書館、美術館等地標性建築彷彿一座座行為藝術作品般出現在景觀中。北京奧運會時受到全世界關注的鳥巢、國家大劇院等打破常規的建築樣式被世界上最新銳的建築師和設計師們大膽地實現。先端的建築素材中融匯進中國的裝飾要素，跨越國界的前新設計中引進了中國式的細節。巨大的城市改造的浪潮中，被卷走的與被帶來的，會制造怎樣的風景呢。

農村的都市化と新たな都市開發がスピードを緩めず、着々と進められている。多くの自然や人文環境の破壊を引き換えに。都市ではテレビ塔、金融ビル、図書館、美術館などシンボリックな建築がインスタレーションのように次々と出現している。北京オリンピックの際に話題を呼んだ、鳥の巣やオペラハウスのように、常識を覆すような建築様式が世界の新鋭的な建築家やアーティストたちの手によって作られていく。先端的な建築素材に中国的な裝飾要素、ボーダレスなデザインの挑戦に中国的なコンテンツ。巨大な波に飲み込まれるものと持ち込まれるものは、どういう風景を作り上げるのか。

In exchange for ruining nature and humanistic environments, the urbanization of farming villages and city development have been steadily in progress. In urban cities, installation-like symbolic architectures such as TV towers, financial buildings, libraries, museums, are coming to the town one after another. Super-avant-garde architectural styles are created by cutting-edge architects and artists, just like the Bird's Nest and opera house of Beijing Olympics which widely attracted public attention. Most-advanced building materials and decorative items of Chinese taste, a combination of borderless design challenge and Chinese contents. At the end of the day, what landscape would be created with things swamped by waves and newly-introduced elements?

2013

2014

CHINA
COLOR
TREND
THEME

中国色彩趋势主题 2013-14

中国カラートレンドテーマ 2013-14

1, *Sprit of Asia*
亞洲的靈動 / アジアンスピリット

2, *Trance Craft*
通透的技藝 / トランスクラフト

3, *Exclusive Deco*
眩惑的美意 / 審美の極み

4, *Elements*
幽玄的造物 / エレメンツ

5, *Pleasure Seeking*
無窮的遊戯 / 遊びざかり

6, *Emotional Laws*
緻密的格律 / エモーショナルな法則



*Spririt
of
Asia*

亞洲的靈動 / アジアンスピリット

Inspiration

About Sprit of Asia

亞洲的靈動 / アジアンスピリットについて

1, Modern China's Development Process 中国式發展 / 中国の發展

中國輿論中有一個熱切討論的論題，縱觀中國建國以來的近代發展歷程，想用60年時間趕上先進國家的600年發展成就，可行否？認同者的觀點是，中國擁有5000年歷史文化底蘊，為60年的加速發展提供了足夠的能量及養份，看似60年的短暫歷程是因為現代發展史曾經被割裂，中國是從沉睡中被喚醒，而非從零開始的激進成長。否定者的觀點是，中國的歷史發展確實有違背客觀規律之處，當今的發展如果被視作激進發展、高估目標或可能存在風險，都可以被理解。

中国世論で関心の高い課題の一つは、中国建国以来の近代化發展過程を見ると、60年で先進国600年の發展成果に追いつくことは可能なのか？ 賛成者の觀點は、中国の5000年にわたる歴史と文化の蓄積は、60年のスピード發展にとって、十分な栄養層とエネルギー源と言える。一見短い60年間の發展過程でも、分断された現代發展史の中の「深い眠り」からの目覚めであって、ゼロからの急成長ではない。否定者の觀點は、中国發展の軌跡は確かに客觀的法則に反するところがあって、現在の「急ピッチ成長」、「過大な目標設定」、あるいは「リスクを伴う」の評価は、決して過言ではない。

By looking at development process after the Chinese revolution, a question is emerging – does China catch up the same level of development as the leading nations achieved with their 600 years' endeavor? The perspective of positive party: China has been abundantly backed by its 5000 years culture and history which embrace rich layers of energy and nutrition sufficiently cover even rapid development. The 60 years improvement does not refer to start from zero but indicates the dawn after the deep sleep of fragmented history of modern China's development process. The perspective of negative party: It is understandable if Chinese development process was evaluated like "high speed improvement" "excessive target-setting" otherwise "risky reform" as it actually accompanies conflicting substances to objective laws.

2, Cultural Heritage 文化遺產 / 文化遺產

香港兩依藏博物館展品在故宮展出被盜；錦旗錯字；端門外西朝房展覽逃稅；故宮博物院合作方建福宮辦會所責成停業；哥窯盤子破碎上報拖遲；扔廢棄木箱時將10多件佛像一並扔掉後被送回；2006年明代一級品法器人為損壞；2008年佛堂舊址二級品佛像損壞；2009年搬運晚清玻璃花插時1根玻璃枝杈斷開；2011年紫檀嵌玉花鳥圖掛屏在除塵修復時被水珠打濕並滲透到掛屏上；2009年宮午門工作人員與導遊勾結，私放旅行團進入故宮從中牟利，舉報人獎勵8萬元；2009年為止7年的20萬冊古籍清理過程中，有100多冊不能完全對上賬。短短3個多月，故宮經歷了大大小小的“十重門”，承受著前所未有的責問與信任危機。故宮博物院的問題暴露出中國文化遺產的保護、警備、重大作案預判及相關措施等問題。

香港“两依藏博物館”所藏品が故宮での展示で盗難される事件；故宮から贈呈された錦旗に誤字があった事件；展覽会入場料脱税事件；故宮の運営会社が建福宮で無許可でメンバーズクラブを開業して営業停止処分された事件；陶磁品の破損報告の延滞事件；木箱と同時に文化財の仏像を遺棄して送還された事件；2006年明朝一級品法器の破損事件；2008年仏像破損事件；2009年清朝ガラス製花瓶の破損事件；2011年紫檀嵌玉花鳥図掛け屏風に水滴がかかった事件；2009年管理従業員が私権で観光ツアーを受け入れ、告発者に8万円の賞金が与えられた事件；2009年まで7年間の20万冊古書整理過程に100冊余りの未確認があった事件など、三ヶ月の間に国立故宮博物館で次々と十数件の事件が発覚し、大きな物議を呼んだ。国を代表する重要文化財の保護、管理体制、盗難や犯罪防止体制などの信用問題が厳しく問われている。

Relevant to the National Palace Museum in Beijing, a big criticisms are aroused due to more than 10 critical errors recognized only for 3 months: Property of Hong Kong Liang Yi Cang Museum loss in the Forbidden City museum exhibits on display; banner typo; tax-evaition case with Duan-gate exhibition entrance fee; illegal operation of members' club in Fangjian palaces; case of delay in reporting of damaging a broken dishes; throw when abandoned wooden box more than 10 pieces of statues will be thrown away after being sent back; 2006 man-made damage to the instruments used in the Ming Dynasty product; site of two products in 2008 the temple statues damaged; 2009 a glass flower handling the late Qing Dynasty twig broken glass; 2011 rosewood jade inlay bird and flower hanging panel when repair in the dust water drops on a wet and penetrate into the hanging screen; 2009 Meridian Gate Palace staff collusion with the tour guide who individually accepted sightseeing tours into the Forbidden City and the whistleblower profit reward 80,000 yuan; As of 2009 200,000 ancient cleaning process during seven-year, there are more than 100 books are not entirely on the account. The systems of management and antitheft at the nation's representative important cultural assets have been rigorously examined.

3, Blue Tiger Porcelain 青花虎頭瓷 / 青花虎頭磁

2002年設計師吉承于上海創立的高級成衣定制及休閒成衣品牌。其設計將中國文化元素與西式裁剪相融合，但又往往顛覆傳統風格，將中國元素轉換成優雅、嬉皮的表現，使品牌有了獨特特色的風格。吉承自然瀟灑的生活方式，LaVie所倡導的獨特時尚精神，受到許多追求自由與時尚的女性的偏愛，並得到時尚媒體的簇擁，在時尚界帶動了中國設計師品牌的新潮流。LaVie取自法語“生活”，產品從成衣到晚禮服、飾品、鞋帽、箱包、家居、婚紗等，設計中大量運用中國特色濃郁的圖案如喜慶的“囍”字等。2010年春夏，做了母親的吉承推出親子系列“青花虎頭瓷”，靈感源於中國民間，“漢代便有畫虎於門—驅災避邪之俗。民間常以虎來作為孩子的伴生物，驅邪鎮定，祝福孩子虎頭虎腦，虎虎有生。恰逢虎年，將虎頭融入青花瓷的工藝紋樣的美感，以刺繡等手法來表現中國古老的民族風格，並充滿童趣韻味”。吉祥圖案與工藝造型的“拼貼”在灑脫趣味中呈現精緻優美的細節處理，LaVie的特色即在於“非常中國，但並非傳統的。它是摩登而中國的！”

2002年デザイナー吉承が上海で設立した高級オーダerveとカジュアル服ブランド。その理念は、中国文化要素と西洋風cuttingとの融合でありながら、伝統を覆すような、中国要素をエレガントに、ヒッピー風に転換した表現。デザイナー自身のナチュラルで洗練されたライフスタイル、ブランドが提唱するユニークなトレンド精神に、多くの都会女性が共感を覚え、ファッションメディアにも熱く支持され、中国ファッション業界ではデザイナーズブランドの新しい風を引き起こした。LaVieはフランス語の"生活"を意味し、既製服からイブニングドレス、ジュエリー、靴、帽子、バッグ、インテリアグッズ、ウェディングドレスなど幅広い製品には、“喜”など中国の吉祥文様がふんだんに用いられている。2010年春夏には、母親となったデザイナーは親子シリーズ“青花虎頭磁”を発表。インスピレーションは「漢朝から玄閼扉に厄除けとして虎を描く習慣があって、虎の図案は子供の装飾品によく使われ、厄除けと子供の成長祈願のシンボルとされてきた。虎年に、虎頭の柄を青染磁器の紋様に加えて、刺繡で表現した伝統スタイルに天真爛漫な遊び心を加えた」吉祥と工芸紋様のユニークなコラボレーションに優美で細やかなディテールを施す。LaVieのモットーは、“中国的で、伝統的ではない。モダンな中国である。”

Designer Jenny Ji created custom clothing and casual clothing senior brand in 2002 in Shanghai. The brand concept of Chinese culture and Western-style cutting, tend to subvert the traditional style and change the Chinese elements into elegant, hippie's performance, created a unique style. Jenny Ji's natural chic lifestyle, LaVie's unique fashion spirit of liberty advocated by many urban women who pursuit of fashionable preference, and have been surrounded by fashion media. The fashion industry in China has driven the new trend of designer brands. LaVie is a word from French "life", its products lineup from apparel to evening dresses, jewelry, shoes, hats, bags, home, wedding, etc., extensive use of design patterns with Chinese characteristics, such as the celebration of the rich "Double Happiness" word and so on. Spring and summer of 2010, as a new mother, Jenny Ji launched Family series "Blue Tiger Porcelain", inspired by the Chinese artisan craft performance. "From Han dynasty people draw tiger on the door - drive disaster of evil customs. 2010 is Tiger's year, the pattern of tiger head present with color of porcelain implying a meaning beyond the luck. And normally all kinds of tiger folks are used to bless healthy to the children. The whole collection designed with full of childlike innocence, delicate embroidery to show the finest traditional Chinese folk art." The combination of folk and craft pattern presented in liveness interpretation and graceful details, presents LaVie's characteristics as "very Chinese, but not traditional, it is modern Chinese!"



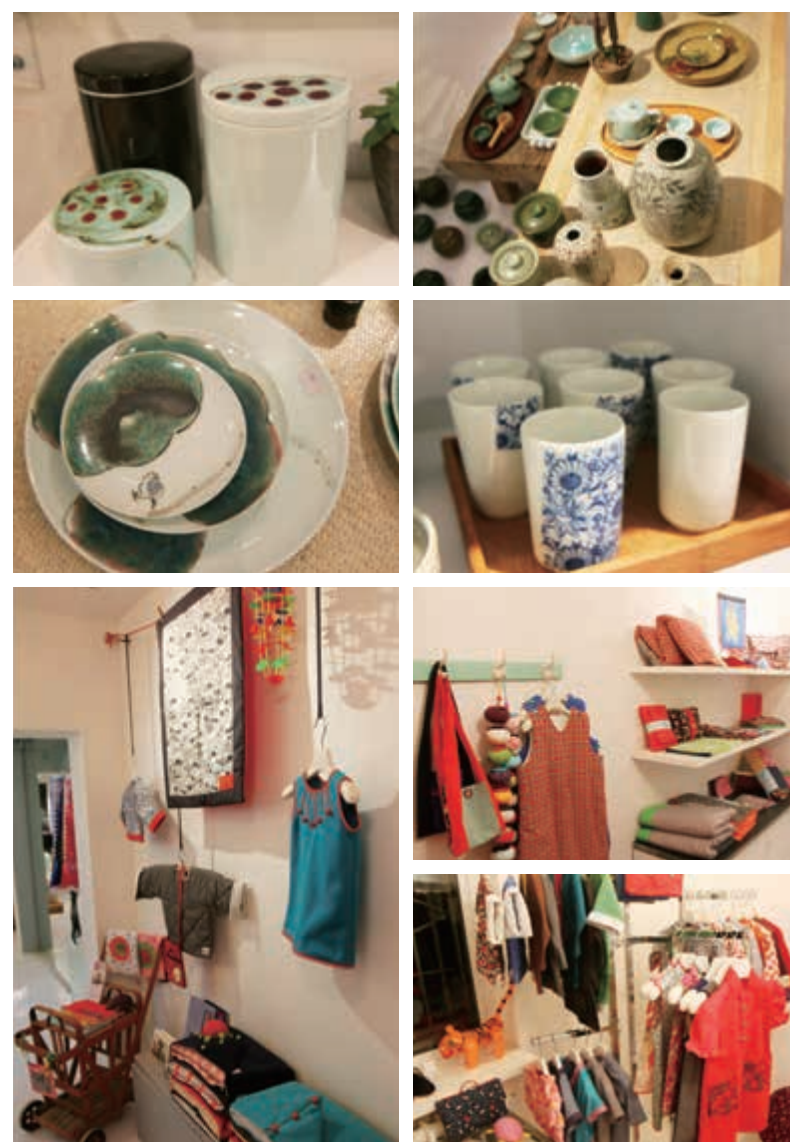
4, Tang' Roulou

糖葫芦 / タン・ローロー

2004年法國設計師Amelie在北京設立的童裝品牌。糖葫蘆是北京特產小吃，“糖葫蘆非常北京，它給我的印象就是我的北京生活。”出於對中國傳統手工藝的熱愛，Amelie的設計裡運用中國的花布頭，充滿趣味的布料，鮮豔的顏色，非常傳統的圖案，同時還帶著法國式的溫馨浪漫。2008年她與朋友Pierre-Yves（法國NGO組織“寧夏婦女”北京聯絡人）成立的寧夏百花刺繡合作社合作，將百花合作社成員們的刺繡手藝應用到Tang' Roulou的法國式童裝中，希望中國的刺繡能夠在設計中得到體現，真正做到中西設計的融合。看到很多中國老傳統正在消失，他們認為，“老傳統如果不拯救，會面臨消失的危險。”“我喜歡中國的老傳統手工藝，但我想用法國童裝的方式來改變它。”品牌不僅為農村婦女提供就業機會，還將合作產品50%的收入捐贈給NGO組織“寧夏孩子”項目，資助當地的孩子完成學業。他們希望有朝一日“中式法國童裝”能夠進入法國市場。

2004年フランス人デザイナーAmelieが北京に設立した子供服ブランド。“Tang' roulou”は北京特産“串サンザシ”のことで、“私にとってそれはまさに北京での生活を象徴している”。中国伝統工芸への情熱から、彼女のデザインには色鮮やかでカラフルな伝統柄の生地がふんだんに使われ、フランス風子供服のエッセンスが加わり、ぬくもり感のあるロマンチックなテイストをみせる。2008年友人でNGO組織“寧夏女性”の駐在員Pierre-Yvesが設立した“百花刺繡社”とコラボし、伝統的な生地と刺繡に新しい表現を取り入れ、中洋を融合したものづくりを続けている。「伝統を復興させる方法を考えなければすぐに消えてしまうものが多い」と訴える二人は、優れた刺繡技術を持ちながら自立できなかった地元的女性たちに仕事を与え、コラボ商品の売上げの半分をNGO組織“寧夏子供プロジェクト”にも寄付している。今後の目標は“中国風フランス子供服”をフランス市場に展開すること。

The brand of children's clothing established by French designer Amelie in 2004 in Beijing. "Tang' roulou" is a specialty candied fruit snacks in Beijing "it gives me the impression that my life in Beijing." For the love of traditional Chinese arts and crafts, Amelie use the design in full of fun China fabrics with bright color and traditional patterns, but also with a French-style romantic taste. In 2008 she collaborated with a friend Pierre-Yves (French NGO organizations, "Ningxia women" Beijing contacts) who set up "Ningxia Bai Hua embroidery cooperatives", cooperative members will be embroidered flowers craft applied to the Tang' Roulou's French children's clothing in the hope that China's Embroidery can be reflected in the design, truly expresses the new harmony of Chinese and Western design. See a lot of old Chinese traditions are disappearing, they think, "Tradition needs renaissance and support, otherwise it will be soon vanished and forgotten." "I like old traditional handicraft in China, but I want to change the way by the French children's wear." Brands not only provide employment opportunities for rural women skillful in embroidery works,, co-products will also donate 50% of revenue NGO organizations "Ning Xia Children project", the funding of local children to complete their studies. They hope that one day "Chinese French children's clothing" will enter the French market.



<http://www.tangroulou.com>

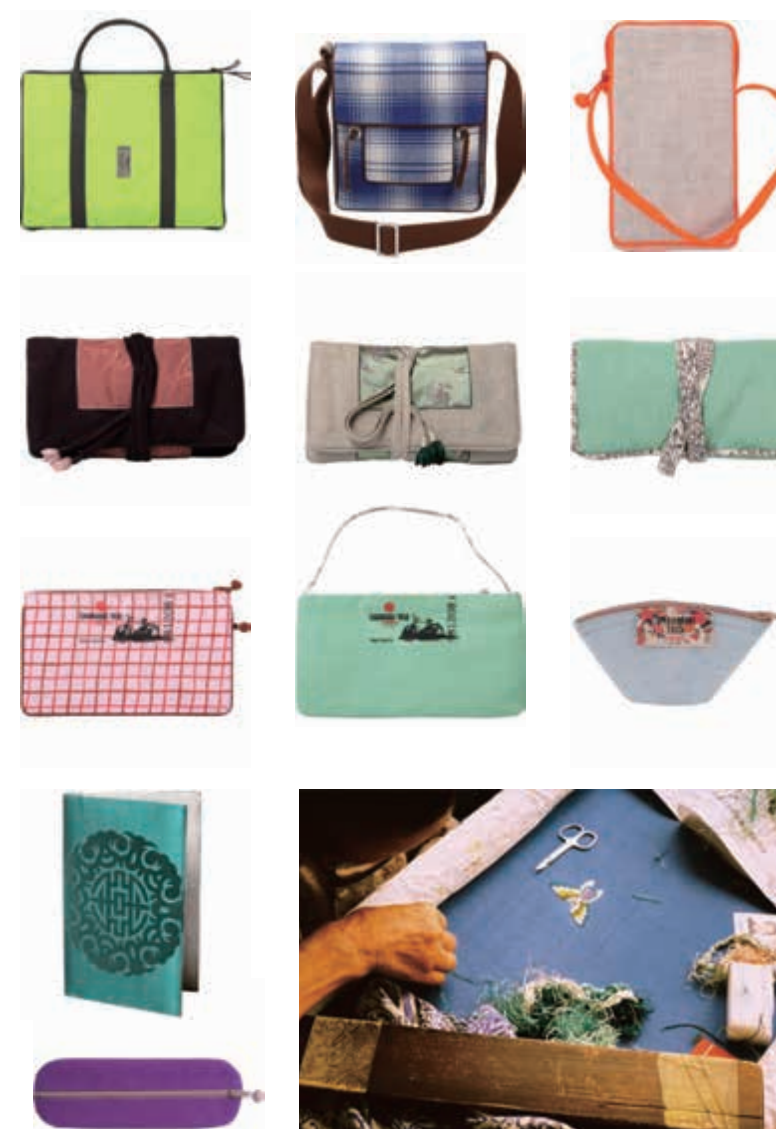
5, Shanghai Trio

上海組合 / 上海トリオ

1998年法國設計師Virginie Fournier和兩個朋友聯合在上海創立的品牌，如今在北京和巴黎、圖盧茲、布魯塞爾、丹麥等多個世界城市擁有分店。作為藝術總監，她頻繁往來於巴黎和中國，品牌在上海擁有中國設計師、色彩顧問和工場。最初品牌做精美的絲綢小包等旅遊紀念品，促進了中國高端紀念品市場的繁榮，出現許多效仿者。其服裝和手袋的設計理念主要從中國的大街上獲得，比如手袋的設計靈感來源於中國郵遞員和電工的工作包，特別是它的顏色“中國綠”，因為它太特別了，他們費力找到專門為中國郵政供貨的廠家，弄來存貨。這種面料織得非常厚也非常緊，以至能防水，而色彩的改變使它們成為上海組合獨有的設計，現在廠家已為上海組合特制面料。設計師還走遍中國尋找最好的綿和絲，尋找有經驗的手工藝人，在被子、桌布和絲綢夾克上運用精美的手工刺繡和飾片，力圖讓中國古老的手工藝流傳下去，同時也緊隨時尚的步伐，在有效率的市場操作中不斷引領潮流。

1998年フランス人デザイナーVirginie Fournierと二人の友人が上海で共同設立したブランド。現在は北京、パリ、トゥールーズ、ブリュッセル、デンマークなど世界の多くの都市にも支店を持つ。アートディレクターとしてパリと中国の間に頻繁に行き来し、上海にも中国人デザイナー、カラーコンサルタントと工房を構える。ブランドは上質なシルク小物バッグなどのお土産品からスタートし、中国ハイエンドギフト市場の繁榮を促し、多くの模倣者を追わせた。その服飾とバッグデザインのインスピレーションは中国の町並から得ることが多い。例えば中国の郵便配達と電気工事者のバッグの色に目を付け、その“中国緑”をもとめて専門生産メーカーを探し当てた。それは非常に厚くしっかり織りあげた、防水機能をもつ生地で、色をアレンジすることでブランド独自のデザインとなり、高い支持を受けた。今やそのメーカーにオリジナル生地を生産してもらっている。デザイナーはまた最高の綿とシルク、熟練職人を見つけるために中国全土を巡り、キルト、テーブルクロス、シルクジャケットなど伝統工芸の美しい手刺繡や装飾品を施し、さらに卓越したマーケティングマネジメントを通して、トレンドを発信しつづけている。

French designer Virginie Fournier and two friends co-founded the brand in 1998 in Shanghai. Now the brand have a branch in Beijing and in Paris, Toulouse, Brussels, Denmark and many other world cities. As artistic director, her frequent travel between Paris and China, with Chinese designer, color consultant and workshop in Shanghai. First brands to exquisite silk packet tourist souvenirs, promote the prosperity of Chinese high-end souvenir market, and now there are many imitators. The inspiration of clothing and handbags design almost come from China's street, such as handbags inspired by the Chinese postman and electrical work packages, especially its color "Green China" because it is so special, they found the special effort Postal supply manufacturers in China to get their stock. This very thick woven fabric is very tight, and even waterproof, which they changed the color to a unique design of "Shanghai Trio", and now manufacturers have a special combination of fabrics for them. Designers also traveled throughout China to find the best cotton and silk, looking for experienced craftsmen, the quilts, tablecloths and silk jacket used exquisite hand embroidery and decorative pieces, trying to make China the ancient craft handed down, but also in an efficient market operations continue to lead the trend.



<http://www.shanghai trio.com/index>

Sprit of Asia

亞洲的靈動 / アジアンスピリット

亞洲民族所共有的親密感、土著的空氣感、對自然的執著。中華文明的底流與風土、民族特有的美感情懷交織纏結，跨越悠久而層疊的時空縈迴交錯。豐厚的感性、極致的深沉、溫情的裝飾精神。紋樣、色澤、質感、手工藝富有韻律的編織出瀟灑飄逸的奢華感。自由大膽、灑脫的東方情調的闡釋所倡導的表現風格。

アジア人が共通して持つ親密感、土着的な空気感、自然への愛着。中華文明の影響を受けた風土や民族性に根づいた美意識が、悠久の時間と複層の空間を超越して自由に交錯する。豊かな感性、本物の持つ深さ、ぬくもりあるオーセンティックなスピリット。文様、色合い、テクスチャー、そして職人技をリズムカルに編みこんだ気取りのないラグジュアリー。自由で大胆、且つ洒落な東洋的解釈によるアジアンエッセンスが、新しい表現を創り出す。

Intimate feelings, tribal atmosphere, and attachment to the nature... the feelings common among Asian people. The natural features influenced by Chinese civilization and aesthetics based on the ethnicities across the eternal flow of time and layers of space. Great sensitivity, depth of authenticity, true and warm spirit. Accessible luxury which is the rhythmic mixture of patterns, colors, texture and artisanal techniques. Free and bold, unconstrained interpretation through oriental viewpoint, all get together and crystallized to create a new expressions.



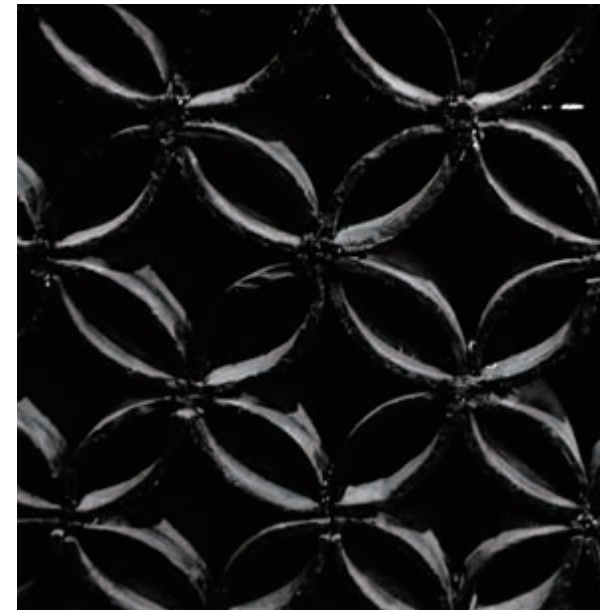


La vie, design: 吉承 Jenny Ji

1. 細緻高超的手工藝織造出豐雅的表情
丁寧で技を尽くした手仕事が豊かな表情を織り成す
Careful and ultimate artisanal handwork;
Create various woven expressions
2. 蘊藏著灼熱光澤的紅
豊かで灼熱の光を奥に湛えた赤
Red embraces blazing sparkles within



3



4

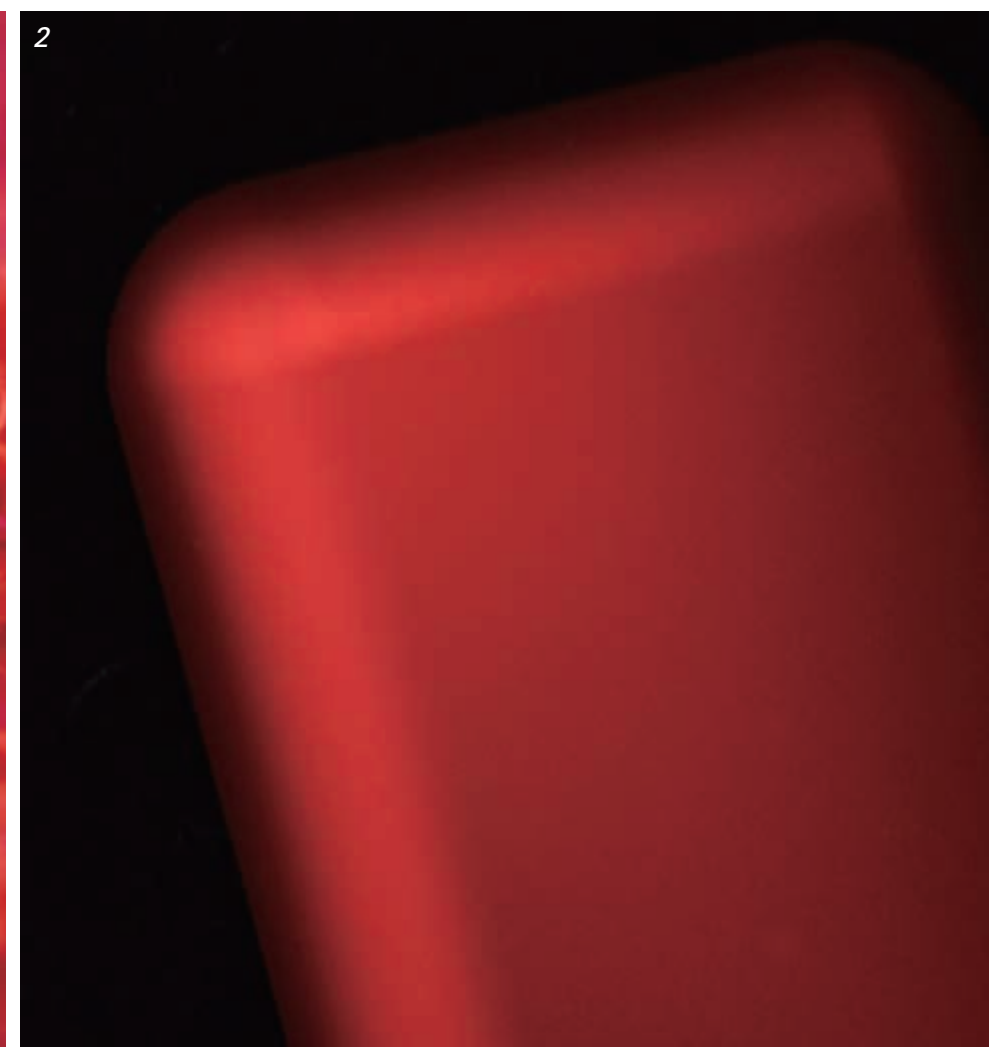


5 金澤工藝館 Jin Ze Arts Centre, design: Hannah Pang

3. 風土醸造的創意 自由交錯的圖形
風土が生み出した創意 自由に交錯するパターン
Creation as a fruit of natural features, freely intermingling patterns
4. 古雅深沉的素材中浮現的紋樣
古雅で深みのある素材に息づく文様
Patterns dance on the stage of refined and graceful material
5. 藍染的陰影與立體的交織 深蘊而回味無窮的藍
藍染の陰影と立体的な織り 奥行きのあるブルー
Shadow of indigo and 3D weaving, deep blues



金澤工藝館 Jin Ze Arts Centre, design: Hannah Pang 1

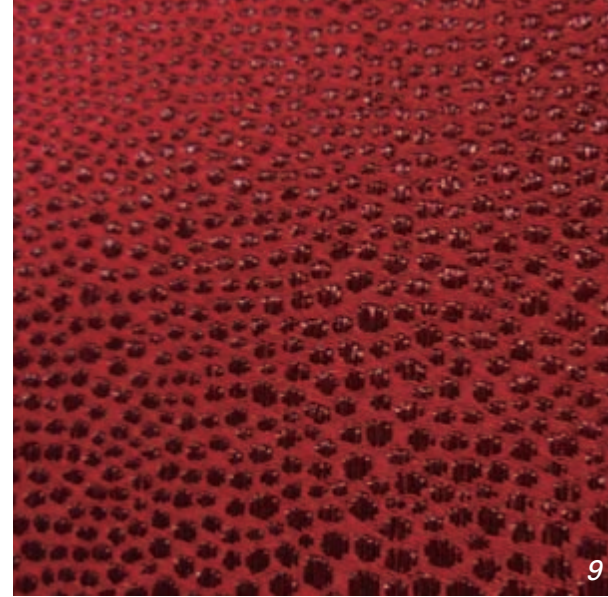


2

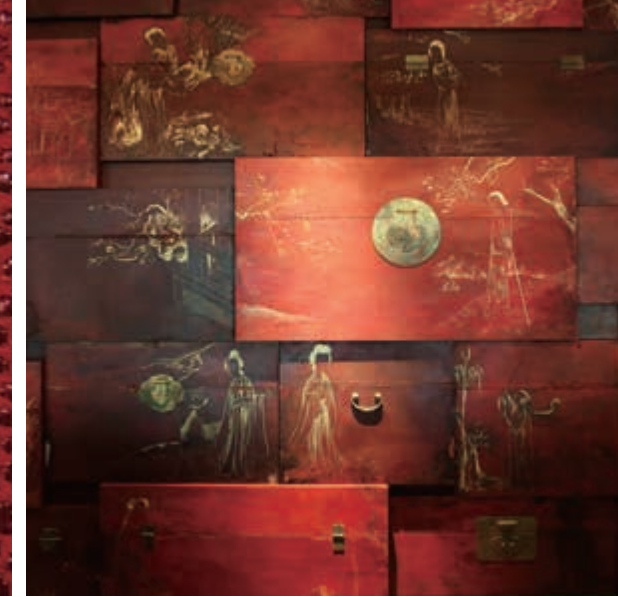




6 photo : 鈴木弘之 Hiroyuki Suzuki



9



10

T1314-101



T1314-102



T1314-103



T1314-104



DIC-433



DIC-F322



DIC-620



DIC-578



COLOR & TEXTURE

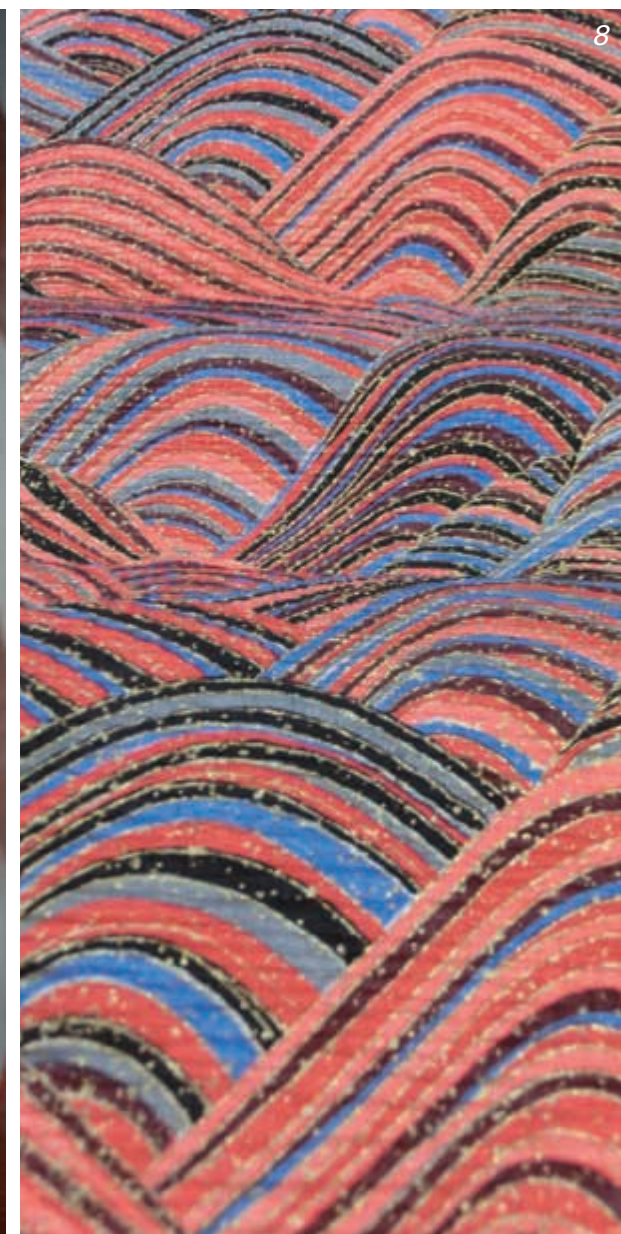
各種各様微妙の色感、彩度感強烈的の色澤象徴著新的裝飾時代。蘊藏著閃爍光澤的紅、濃艷的漆紅色、皮革般濡潤的鮮紅、交疊編織與刺繡的炫麗的朱紅；豐潤的色澤，藍染的濃濃淡淡的藍，增添一層富麗深度的紫色；交織光點的暖褐色、隱藏著緻密光澤的古金色、與黑色交織的飄逸的金色；行雲流水般生機勃勃的彩色。

さまざまなニュアンスを持った、彩度感のある色合いが新しい時代を象徴する。きらめく光を奥に湛えたレッド、艶やかな漆の赤褐色、エナメル調の濡れたようなビビットレッド。織りと刺繡をかさねた鮮烈な朱、豊潤な色合い、藍染の濃淡を重ねたブルー、妖艶な深みを増したパープル、光を織り込んだブラウン、緻密な光を秘めたカッパー、黒と交錯する洒脱なゴールド、ダイナミックなうねりを打つ縹緲彩色。

Colors of various nuances and chromaticness symbolize the arrival of new era. Red embraces brilliant glow within, reddish brown of glossy Japanese lacquer, vivid red reminds of wet enamel. Sparkling vermilion created by the layer of weaving and embroideries; Colors of abundance. Blue, the overwrap of shading indigos. Purple with increasing depth of glamour; Brown with woven shimmer within, copper enfolding delicate dazzle. Unconstrained gold mingling with black; A string of gorgeous and dynamic waves of colors.



7

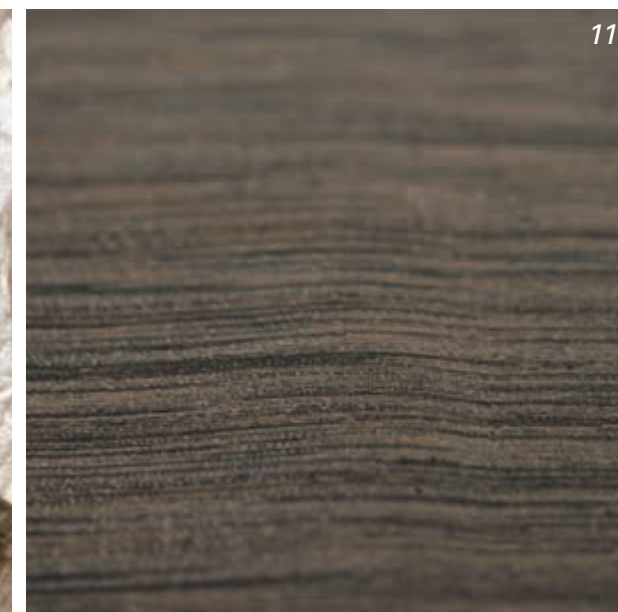


8

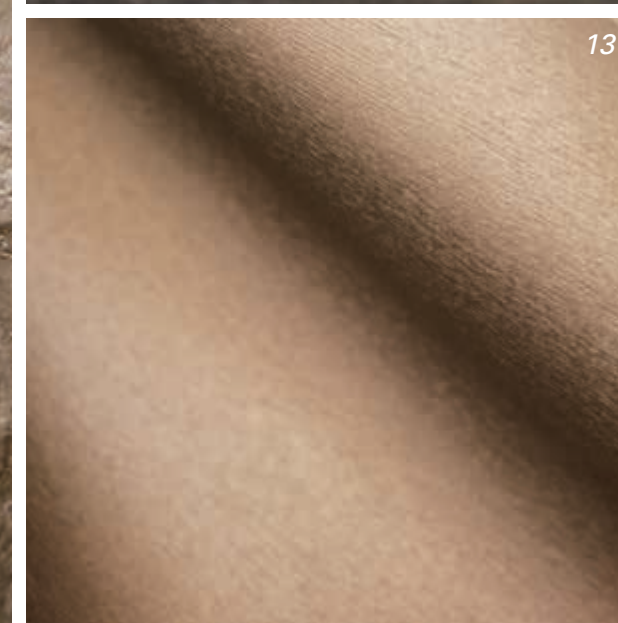
6. 濃艶の土壁上遊盪的風流影像
濃艶な土壁に遊ぶ風流な影
Graceful shades floating on enchanting mud wall
7. 繁迴盤繞、自由灑脫的異國情調的質感
さまざまな感覚を自由に遊んだ、エキゾチックなテクスチャー
Care-free play of exotic texture combined with diverse feelings
8. 溫雅の素材呈現的大膽生動的美感
味わい深い素材に大胆でダイナミックなエッセンス
Give bold and dynamic essence to complex material
9. 原味的精華 濃郁而有彩度的色澤
プリミティブなエッセンス 豊かな彩度感のある色
Primitive essence; Colors of rich chromaticness
10. 風土與民族交織的美感 富有格調的色彩匯融
風土と民族が生み出した美意識 格調ある色彩の融合
Aesthetics created by natural features and ethnics, a fusion of elegant colors
11. 交織著細微光點的暖褐色
細やかな光を織り込んだブラウン
雲母の入り混じった土のようなテクスチャー
Brown worked with delicate shimmer
Texture of soil as if blended with flakes of mica
12. 溫雅柔和的光輝 現代闡釋的傳統美
溫雅でおおらかな輝き、現代的に解釈された伝統の美
Brilliance of gracefulness and openness,
a modern interpretation of traditional beauty
13. 隱藏著緻密光澤的古金色
緻密な光を秘めたカッパー
Subtle dazzle enfolded in copper



12



11



13

Editor's postscript / 卷末語 / 編集後記

《中国色彩趨勢年刊》迎來了第三期的發刊，經過製作團隊兩年來的嘗試、切磋，以及賦予我們莫大支持的中國、歐美、日韓的品牌運營及設計人士的積極回饋和寶貴意見，它已經漸漸形成了自己獨有的模式—探索中國哲學思想，歸納中國當今價值觀，採集中國新銳設計理念，提倡新時代的創意理念以及CMF(色彩、材質、質感)趨勢。新刊亦是源於嚴謹的哲學思考與傳統中國工藝的啟示，通過對當今藝術、設計、工藝動向的探尋，表現出六個創意主題，豐富的圖文並茂的形式、立體形象的色彩與素材樣本，包括歐洲、日本、中國以及我們自己的製作。

設計趨勢一直以來都是歐洲發佈、世界隨流的，然而我們的年刊卻是從中國為起點，這獨特而沒有先例的創作，出乎意料地得到了各國專業人士的好評。世界關注中國的市場，更有無數有識之士對中國文化和近年發生在這裡的創意思潮滿懷嚮往。而所有這些都成為他們在品牌與設計開發中最活躍的靈感。至今為止，本書中的CMF信息已經被轉化到汽車、家電、服飾、家居等各個領域的品牌設計中，而這個令人欣慰的效應正是我們堅持本書的原動力。

本書中的圖像及內容得到上海金澤工藝館以及中國社會學家、流行色研究者、藝術策劃人、藝術家及設計師、家具及服飾品牌、古典家具服飾收藏家等各方人士的大力協助。製作成員包括中國與日本的平面設計師、攝影師、色彩設計師、圖案設計師、服裝設計師、翻譯家以及工藝作家等各行業的專家。而在素材方面，我們更得到了中國、日本以及歐洲素材工場莫大的支持，在此表示衷心的感謝。

中國正在跨入一個“創意時代”，巨大的時代變遷和令人眩目的市場環境，各種價值觀和審美觀多元而交錯，年輕的一代正在成長，促發著未曾想像的嶄新的意識形態和創意。我們衷心期待通過對中國色彩與設計多年來的觀察和研究，將中國萌生的創意精神與世界的趨勢相融合，不斷地為世界的創意者們提供獨創的靈感。

DIC Color Design, Inc.
《中国色彩趨勢年刊》主編
大前繪理(周昕) 2011年11月

『中国カラートレンドブック』は今年で三年目を迎えた。製作チームが二年の時間をかけて研究をかさね、また日本、欧米、中国のブランドマネージメントやデザイン関係者から受けた貴重なアドバイスをもとに、独自のスタイルを完成しつつある：中国独自の哲学思想を探求し、現代の価値観を帰納し、新鋭のデザイン理念を発掘し、新たなクリエイティブコンセプトやCMF(カラー、マテリアル、テクスチャー)トレンドを発信していく。

『中国カラートレンドブック2013-14』は、哲学思想や伝統工藝にインスパイアされながら、新しいアート、デザイン、クラフト動向を探求し、豊富で独創的なビジュアルとテキストで表現していく。6つのテーマを通して、それぞれ異なる「中国的」視点から、イメージビジュアル、カラー、テクスチャー、そして素材サンプルで新たなデザインスピリットを提案している。

デザイントレンドはかねてからヨーロッパから発信され、世界が追隨してきたが、本書は中国を基点に発信されるトレンドである。この前例のない、オリジナリティあふれる創作は、歴史が浅いにも関わらず各国の専門家たちから評価を得ることができた。中国の市場だけに興味を持つのではなく、多くのクリエイターは中国文化、そしてここで芽生える新鮮なアイデアやクリエイションに深く興味を持っている。そして、これらが新たなインスピレーションになって、彼らのアートワークやブランド開発に役に立つのである。本書はいままで中国向けの自動車、家電、ファッション、インテリアなど多分野のブランドや商品開発にヒントを与えてきたことが、継続する大きな原動力となった。

今回のコンテンツにおいて、金澤工藝館(Jin Ze Arts Center)をはじめ、中国の社会学者、流行色研究者、アートキュレーター、アーティスト、デザイナー、家具と服飾ブランド、アンティークコレクターなど多くの方々のご協力をいただいた。また制作にあたっては、中国と日本のグラフィックデザイナー、写真家、カラーデザイナー、パターンデザイナー、ファッションディレクター、翻訳家、工藝作家など異分野の専門家がチームを編成している。素材の提供において、中国、日本、欧州の素材メーカー

から多大な支持を受けている。

中国ではいま、ようやく「クリエイティブ時代」が幕を開けようとしている。大きな時代変遷と目まぐるしく変化する市場環境、さまざまな価値観や美意識が多元的に交錯し、世界を舞台に発信しつつある。そして若い世代がどんどん成長し、いままでに想像もできなかったような発想を生み出している。我々は、そんな中国で芽生えるクリエイティブマインドを捉えつつ、世界のトレンドと連動させながら、独創的なアイデアソースを世界中のクリエイターたちに提供し続けたいと願っている。

DIC カラーデザイン株式会社
『中国カラートレンドブック』チーフエディター
大前繪理(周昕) 2011年11月

“China Color Trend Book” became 3 years old now. Based on valuable advice given by top-level professionals of brand management and design sector in Japan, Europe, certainly China, our production team has been dedicated last 2 years to study and develop a style all our own, explored Chinese philosophical thought, induced modern values, discovered cutting-edge design ideas, and finally came to fruition to transmit brand-new creative concepts, CMF (Color, Material, Texture), and the trend.

“China Color Trend Book 2013-14” has been composed of inspirations from philosophical thought and traditional crafts, trend research of new art, design, craft, and various range of original visual materials and texts. 6 themes constantly provide visual images, colors, textures, and most-advanced design spirit combined with actual material samples, with interpretation of “Chinese” perspective in diverse angles.

The source of “China Color Trend Book 2013-14” is focused on China-oriented trend, despite the fact that Europe used to be in a leading position of global design trend. This young, unprecedented, but treasure-trove of unparalleled creativity has gained highest level of evaluation from the professionals all over the world. A number of creators are deeply interested not only in market in China but also its culture and new ideas and creations growing in Chinese soil, which all finally reach to the inspiration to prop up their artworks and brand development activities. The major driving force of “China Color Trend Book”'s serialization should be its practical functionality which covers versatile insights applicable to Chinese-market-targeting branding and production development in various sectors, such as automobiles, home electronics, fashion and interior industries.

At the closing of this issue, I'd like to express my sincere appreciation to Jin Ze Arts Center, Chinese sociologists, trend color researchers, art curators, artists, designers, fashion and interior brands, antique collectors, who always provided necessary assistance and cooperation. Our production team also has been composed of diverse lineup; graphic designers both in China and Japan, photographers, color and pattern designers, fashion director, translator, and craftsmen. Last but not least, material producers in China, Japan, and Europe, all offered countless support with their fantastic products.

Currently, China is standing at the dawn of its “era of creativeness”. Embracing great changing times and high-speed transformation in market environment, mixture of diverse values and aesthetics, and unprecedentedly unique ideas developed by its younger generations, China is stepping into the center stage of the global trend. We strongly believe in our mission to cover the desire of all creators world-wide, to provide unique source of ideas, a fruit of the growing Chinese creative mind linked to the global trend.

November, 2011 Eri Omae (Zhou Xin)
Chief Editor of “China Color Trend Book”
DIC Color Design, Inc.