

亚洲时尚风向标“中”移

2017春夏时装周大幕正渐渐揭开,相比于最近欧美时装圈设计师跳槽频繁、大牌风华渐退、销售乏力的窘境,新季里亚洲时尚界的表现就显得可圈可点,其中,又以中国元素的频繁闪现、中国价值不断被提起最为引人关注。

人人都爱“中国元素”

Gucci 把中国绘画穿上身,D&G 古典刺绣层出不穷,龙凤、灯笼、祥云,越来越多的中国符号出现在2017年春夏的当季单品上。最近两年里,“中国元素”俨然已经成为全球时尚圈不可忽视的一种风格。

而在本次的CENTRESTGE 时尚汇演上,这股风潮依旧强劲,且不断升级,与新潮流、新科技相结合继续创新,令吸睛度不断增强。

来自北京的知名设计师高杨,就将他2017年春夏的女士成衣系列定名为“功夫女侠的迪斯科舞会”。在这一系列里面,拳击短裤、高腰裤装的设计与刺绣、丝绒的元素相结合所打造的“复古权力套装”,极好地顺应了如今雌雄同体、Power Woman 的潮流导向;而这类设计再与功夫长衫、吊带长裙等传统造型相结合,兼具的文化与摩登两种属性,令设计的底蕴更为深刻、悠长。

而新进的时装品牌Yi-Ming 的2017春夏季都主打旗袍这一东方时尚的代表性设计,但制作工艺上,该品牌采用了数码打印技术,将各式各样的花卉印花带到了旗袍之上,以多层次蕾丝勾勒轮廓,令衣服的设计感与层次感更为突出,形成了一种更为创新的旗袍风格。



中国风获本土设计师加持



其实如果追根溯源的话,就会发现这一轮“中国风”,实际上从2015年纽约大都会博物馆的“镜花水月”展开始刮起,向整个欧美时尚圈蔓延,再又东流回归,已经有一段时间了。

但在不少亚洲设计师眼中,这波“中国风”在刮回本土,经历了中国设计师们的创新、加持后,艺术感与实用性都有了更好的体现。韩国设计师高兑溶(Ko Taeyong)就指出,中国的设计师最熟悉中国艺术的历史、涵义,他们设计出来的作品,可以反映的文化层次会更为高深、鲜明,这是国外设计师很难捕捉到的东西,这一先天优势十分优厚。

“时尚是产业,更是艺术,时尚产品的最终价值,都会体现在对用户个人生活品质的增值上,中国风也一样”,在“例外”服饰创始人毛继鸿看来,每一季的时装,全赖有着无穷灵感的设计师,结合社会、文化热点,为用户设计出观感不同、理念各异的风格。而中国元素之所以“那么红”,一部分得益于中国深厚的历史、文化底蕴;另外,近年来,中国的政治、经济实力在全球舞台上的话语权不断增加,也是中国风、中国价值被不断认同的最深层次原因。

(周红艳)