

新尚

本报副刊部主编 | 第 700 期 | 2020 年 4 月 11 日 星期六 本版编辑: 金 晖 视觉设计: 邵晓艳



班晓雪
有限生命, 无限生长

2012 年对于班晓雪来说是生命中很重要的一年, 辞去了“例外”主设计师的他, 对之后的职业发展并没有明确的打算, 拥有个人设计品牌“BAN XIAOXUE”只是一个偶然——因为要参加国际羊毛局举办的比赛, 主办方要求参赛者必须有自己的品牌。结果我们都知道了: 他不仅获得了 2012 年度“国际羊毛标志大奖”中国区冠军, 还用比赛的奖金加上他的积蓄, 于 2014 年开启了 BAN XIAOXUE 的精彩人生。

以“自然”为信仰

这次云上时装周, 班晓雪带来了他名为“Present 礼物”的最新系列, 它是一个关于人类情感真挚的挖掘, 分别从亲密关系、时光、陌生人等不同维度解读礼物的意义。设计从不同时空所提炼出的空间廓形, 时代感与先锋的碰撞, 完整与未完成的制衡, 稚嫩与成熟的设计融合, 同时也运用了充满温度的传统工艺, 流苏刺绣、手工编织、水晶刺绣、磨花镂空等, 这是属于抽象与现实的一份流动诗意的献礼, 它关于我们对“礼物”的种种想象, 是温暖而无穷尽的。

记得去年春夏系列的主题是“自由”, 今年则是“礼物”, 于是便问他: “你是不是觉得今夏的主题正好冥冥中契合了疫情——太‘自由’其实会令我们失去自由, 禁足在家的这段时光让人不得不重新审视与家人的亲密关系?” 他的回答带着他一贯的字正腔圆: “所谓自由, 不是随心所欲, 而是自我主宰。自由更多是一种人生态度; ‘礼物’也有‘当下’的解读意义, 当下即永恒, 也是我们的一种人生态度。疫情期间, 的确打破了我们日常的生活规则, 甚至有一段时间让我觉得是不是世界末日的到来。人与人之间的关系, 是构成世界的基础, 家是因为有人而成为了家, 与家人关系审视并不局限于当下, 更多是日常的累积与理解。”都知道班晓雪说过: 人就是两只手两条腿, 不可能弄出三个袖子来, 还要符合人体工学, 动起来要舒适才行。他觉得服装设计其实给人发挥的余地不大, 但是面料却不同。班晓雪最大的设计特色在于面料的特别, 他总是会把大把时间在面料开发上, 这也是买手们最常提及的一点。无论问他的性格、对工作的态度, 或者人生感悟是什么, 他只用四字真言回复你: 自然而然。脑海中不由自主想到他之前说过的一句话: “一切都源于自然的神性, 有限生命, 无限生长。”为人上, 班晓雪一直“自然地做自然的事”; 工作中, 崇尚自然也是他设计作品的灵魂, 以自然为信仰, 保持初心的静默和柔软, 连设计有火、土、空气和水四条产线也是因为它们就是构成自然的四要素。

疫情之下的更多可能

不要以为做设计的班晓雪是感性的, 面对突如其来的疫情, 他带领品牌快速反应, 非常理性、果断。

譬如他对销售的理解是这样的: 从过去终端只关注进店率、销售转化率, 到现在疫情下必须重新调整 GVM 的运营。每一个导购运营的社交账号, 是精准的客户流量, 在未来的 3 个月内快速建立用户心智, 那必将在下半年及明年获得持续的强增长动力, 弥补品牌线下增长损失。



“云”上时装周 时尚新趋势

樊一潼/文



疫情之下整个时装产业受到冲击, 上海时装周火速打造出全球首个“云上时装周”, 突破了时装秀的物理限制, 150 场线上发布集结亮相云端。网友们表示: 每个人都是头排看秀嘉宾啦。没过瘾? 可回看。除了走秀直播, 还可即看即买。不得不说疫情为难了上海时装周, 也成就了上海时装周。我们选取了 2 个具有代表性的设计师品牌, 带你一同去领略全球首个“云上时装周”的魅力以及他们的反思。

花木深

对中式服装爱得深沉

源于对传统服饰的热爱和传承东方文化的使命感, “花木深”于 2011 年创立。目前的主设计师是毕业于英国伦敦艺术大学时装学院服装设计与制版专业的郑文君。

飞针走线“绣”工艺

这么美的名字自然有个美丽的出处, 郑文君娓娓道来: “清晨入古寺, 初日照高林; 曲径通幽处, 禅房花木深。”《题破山寺后禅院》这句渊源古诗, 也是花木深中式原创的基调: 不声不响, 不随波逐流, 不喧闹嘈杂。”接着话风一转聊起了看家本领: “花木深定位日常可穿的中式轻奢, 取材传统文化精粹, 如: 蓝夹缬、剪纸、山海经、工笔画、中式建筑彩绘、景泰蓝等纹样, 采用古代经典服饰中的斜襟、对襟、宽袖、云肩、旗袍等设计元素, 将这些传统工艺把东方美学融入现代设计中, 把传统文化与时尚元素一针一线地缝进细节里。”

这次花木深第二次参加上海时装周, 带来了名为“故·饰”的最新系列, 以古代旧物为灵感, 以中式短衫、改良旗袍裙、中式袍裙等款式为主, 风格延续非遗元素、文化传承特色, 在版型上更兼顾实穿性。除了服装, 秀场最大的看点是可以近距离观看非遗苏绣和手工刺绣演示, 所以郑文君说不怕走秀从线下移到线上, 她的“绣”, 前者由中国工艺美术大师、非遗项目(苏绣)代表性传承人、“苏绣皇后”姚建萍及其刺绣艺术团队手工完成, 每一件苏绣单品都具有收藏级价值; 后者则由法式宫廷刺绣 Graceyhan 工坊创始人韩钰及其团队创作完成, 韩钰, 曾在 Chanel 旗下 Lesage 刺绣工坊, 专注学习法式钩针刺绣和染花技艺, 她精于绣花工艺及法式钩针刺绣技艺的创新和设计。

疫情后让传统文化多走出去

原创中式很美, 然而具体的设计创作过程却是非常繁杂, 甚至困难重重。由于中式古风、传统文化与日常款式的结合, 不是单纯依靠提高工艺、技术就能达到, 更不能简单粗暴地堆砌中式元素, 或者是生拉硬拽传统文化

概念, 更多的是需要对东方美学有深层次理解和诠释的能力。

文化传承是花木深的灵魂部分, 花木深一直以来的品牌宗旨是通过服装做一种文化输出, 将中式文化以全新的面貌传递出去, 打破对于中式刻板印象, 郑文君表示这次疫情之后, 更坚定了她们这一理念。疫情之后, 中国已经在国际舞台上有了全新的形象跟角色。中国文化的输出, 对于原创品牌来说更为重要。花木深将更加注重以传统文化为根基, 中国传统手工艺为亮点, 让东方服饰更适于日常穿着, 让更多的消费者愿意去尝试、认可中式服装并自发地传递中式文化之美。

这段话是她的人生哲学也是她对品牌的要求: “每天都需要挑战自己的就是‘慢下来’, 慢——是我们给自己的一份告诫, 要让自己静下心来, 钻研探讨古典的版型、印花、工艺和技法。每一件经典的造型都需要细细地揣摩、考量和筛选, 这是我们对于原创品牌的一种态度。真正意义的原创需要经得起时间考验, 通过反复的摸索才能真正具有自己特色的风骨。”

从感官之乐到生活之乐



声音, 让居家生活更美好。无论是休息、还是繁忙工作的时候, 只要配上最喜欢的音乐, 仿佛佛彻底换了一番光景。正是由于深知声音是有力情绪催化剂, 对居家氛围有着积极而深远的影响, 日前, 宜家携手智能无线音响 Sonos, 合作推出全新智能音箱系列 SYMFONISK 希姆弗斯最近正式发售。在此次合作中, 双方各取所长。在产品类型上, 系列包含 Wi-Fi 台灯音箱及 Wi-Fi 书架音箱, 将台灯与音箱合二为一, 在播放音频的同时营造温暖柔和的光影; 在功能上, 具有外在美观的它还是一件与众不同的家居用品, 一件单品, 一条电线, 两种功能。以焕新的方式装点居家生活, 人们在家就能享受感官之乐, 进而探索生活之乐。