

新尚

本报副刊部主编 | 第 738 期 | 2021 年 10 月 21 日 星期四 本版编辑: 金晖 视觉设计: 邵晓艳

林松威 穿越「舒服之境」

陈胤中文

林松威(Jeromy Lim)看上去汉子一个,但毕业于西澳科廷大学服装设计专业的他,从小心思缜密和富有想象力,这得益于他是兄弟姐妹四人中最小的那个,小时候哥哥姐姐嫌他吵闹,所以他的娱乐项目经常只能是在自己的脑海中构建不同的世界和故事。“也因为如此,我创作了许多能让我感到快乐的故事,也会去考虑故事中的各个主角或是反派的服饰与穿搭。”



后记 >>>

今年刚好 40 岁的林松威并不满足于目前的成就。这就如同他不停在脑海中创作的故事:主人公从不停止给予,反派也从不停止索取。潜意识里他始终觉得“我必须不断地有更多的成就,才能给予他人更多”。一直以来他都有一个梦想:“可以建一所针对孤儿的福利院,来教这些孩子如何在社会上生存,也让他们知道他们的故事不止于此。他们可以为自己争取想要的东西,唯一能限制他们的东西是自己的想象力。这是我一生中终极的目标。”这也许就是他穿越的“舒服之境”吧。



从舒适到跳出舒适

最近,备受瞩目的森马(SEMIR)“穿越舒服之境”2021 冬季新品发布空降青海省茶卡盐湖。这个今年 25 周岁的本土品牌,有着洞悉当下年轻人穿着诉求的思维方式,从潮流到舒适,从面料到功能,坚持国造设计,坚持国造品质。作为商品设计总监的林松威是西澳科廷大学的优秀毕业生,读书时就获得过西澳设计师大赛三等奖,澳大利亚及新西兰设计师大赛一等奖。从菲拉格慕开始职业生涯,再到街头潮牌伦敦男孩,他觉得:“艺术没有界限,对我而言,时尚也没有。”说这话的时候,他显然对要在这里大干一番的自己充满了信心——虽然加入森马大家庭时间不长,但他知道要先做什么:“希望在过去的一年半中,我会通过挑战设计师们的惯性思维以及打破他们的

一些固有模式,来为我们的消费者提供新颖有趣的产品。”

他坦言自己是个工作狂:“除了工作,我不知道还能做什么。事实上在这个阶段,这已经与工作无关了,这更是我真正的热情所在,是我的生活本身。”为此他乐此不疲:“我每天很早便开始一天的生活——我一般早上 4 点醒来,然后开始计划一天的内容;我 9 点半左右会到达公司,接着便是和各个不同的部门开展不同的会议;我通常晚上 8 点左右到家,与我的猫咪们度过剩下的时光;再接着便是上床休息,为之后的一天做好准备。”聊到品牌精神跟他的个人追求,他觉得两者非常契合。“我个人的追求一直都是去发现更多,学习更多,梦想更多。之所以森马的追求与我的个人追求相契合,是因为我们都在经历改变,而改

变能够激励我。”随即他补充,“我一直都非常沉迷于学习各种规律,以及如何打破他们。在他看来,他的工作经历,无论平凡到迸发出有趣的火花,还是从舒适到跳出舒适,他始终记得并不断告诉自己那句格言:“我是我所见过的人与经历过的事的产物……我是过去与未来的结合体。”问林松威觉得做好一个品牌,最重要的是什么?他不假思索地说:“团队。好的团队配合以及愿意为一个共同目标而努力的信念。”于是,在“湖水与长天一色,盐湖与雪峰同辉”的天空之境茶卡盐湖,在海拔 3059 米的远离喧嚣之地,蓝天、远山、158 平方米的巨幅镜子迷宫折射进湖面,漫无边界……他带领他的团队,向全世界献上了一场湖中有秀,秀中有湖的森马“穿越舒服之境”沉浸式大秀。

“穿什么就是什么”的文化自信

舒服,绝对是当下最重要的潮流趋势之一,它影响着 Z 世代(意指在 1995—2009 年间出生的人,又称网络世代、互联网世代)的审美,让他们不必过度追求精致,穿着舒服自在,同样可以表达自信、舒服、年轻时尚的生活方式。而提到什么是“舒服的时尚”?就不得不提到其在茶卡盐湖发布的 2021 冬季大秀——以“穿越舒服之境”为名,从都市“穿”入无垠湖面,去寻找最舒服的自己。为此,林松威团队通过提供优质的高科技服装,让人在每个感觉局促不适的场合都拥有最舒服的时尚。大秀新品分为功能休闲与中国文化两大板块。功能休闲板块包含 SMARTECH 系列冬季新品和设计师联名系列,中国文化板块主推“国造森马”系列。拥有轻暖、防护和发热科技的 SMARTECH 系列冬季新品,是本场大秀的重点。他们的核心,在于为消费者日常痛点提供解决方式。”例如雨天进出室内外、在职场与户外休闲中的不断切换等等,通过创

新的产品为消费者解决各类问题。森马 SMARTECH 还与户外设计师李伟刚联名,打造了型酷且有趣的超前系列。设计上采用时装几何解构版型,融合工装设计概念,同色系不同材质碰撞拼接。冬季单品采用顶级性能的保暖材料,超强的机能性提供抵御极端气候的可靠防护。冲突和融合,科技和潮流,在这里以全新的面貌相结合。此次发布会的压轴彩蛋是“国造森马”系列。这个以传统建筑和花纹图腾为设计灵感的当代服饰设计系列,结合古式国风图案元素,以传统建筑颜色为色调主轴,在传习中国文化的同时,注入了年轻的时尚创意。这个系列完整呈现了经典与青年文化的创新融合,赋能年轻人坚定文化自信,再次展现国造底气。

时尚圈经常说的一句话,You are what you wear.翻译成中文,正好对上了品牌精神:穿什么就是什么。时尚本身就是“穿什么就是什么”的一种表述。在新时代语境下,“穿什么就是什么”想传达给消费者的是——不仅是身体和感受上的舒服,更是在精神层面,获得文化自信和民族自豪感。通俗点来

说,你把什么样的精气神穿在身上,你就会成为什么样子!而林松威显然对“舒服”有着更深的理解:“这场秀打破了许多我们之前认为不可能实现的界限。‘穿越舒服之境’不仅仅指代我们有着舒适穿着体验的产品,更是从‘舒适’一词的广义层面——代表着我们的设计精神,正从‘舒适圈’穿越出来。我们通过挑战自己的舒适圈,来帮助我们的消费者避免更多的挑战。”希望每一个年轻人,都能找到自己想要的生活方式。无畏挑战,突破自我,从心而发的舒服从容,比时髦型酷的外在更精彩。



Fashion News

春光里的布桑戈

本次上海时装周 MASHAMA 2022 春夏系列以“春光里的布桑戈”为题,追溯至法国十九世纪三十年代,以当时由作家和艺术家组成的浪漫主义先锋运动团体 Bousingot(布桑戈)为灵感,塑造一种“无性别化”风格用以呈现女性本身所具有的态度和力量:浪漫、激情、独立。用炭黑,月光白,苔藓绿,灰兰,铃兰紫与奶咖卡其等,构画出 2022 的春日活力色盘。在以往延续标志性的花瓣式立体剪裁下摆的同时,本季将挺括与飘逸、利落与柔美、方直与扭转重组。



“青椒袖”西装搭配直裁方形开脚长裤,“扭曲信纸筒”细节在羊毛西装外套与胸衣上格外彰显自我。钢笔尖等定制配饰,搭配发泡肌理格纹棉;多层错乱印染透视的牛仔裤呈现出扭曲流动的视觉效果,平添日着趣味。西班牙婚纱高定坊的白色立体牡丹胸衣与漩雪纺玫瑰网纱外套松紧有致。搭配全新刺绣月光水晶“青椒”形态连衣裙以当下近乎“笨拙”的真诚姿态,配以宽边黑框“知识分子”眼镜,以此来探索女性晚装礼服的新廓形可能性。

对话时尚新“青年”洞悉 Z 世代新密码



日前,由中国当代青年时尚研究中心、上海服装行业协会主办,时尚背后的秘密策划组织的“Z 世代品牌密码解析”青年说·上海站主题沙龙上海举行。来自四十个原创自主品牌的多位嘉宾受邀到场,聆听时尚新“青年”们关于“Z 世代品牌”的深度解密。现场,中国纺织工业联合会品牌工作办公室副主任屈飞从此前发布的《2021 年中国当代青年时尚生活趋势白皮书》出发,围绕国潮、态度发声、宣传渠道三个方面的变化展开探讨。受邀到场的设计师们也从自身心得体会出发,给出了“她们眼中的 Z 世代品牌”的答案!在 LIU EVE 主理人刘玮玮看来,不管时尚风潮怎么转变,做真实的自我,就是这个时代最真实和真诚的本色表达,而这份本色,才是打动别人的特点。几位年轻设计师也分享了自己的设计理念、天马行空的时尚创意与特立独行的时尚态度。每一件创意设计衣服上,承载的文化、态度、思想、表达、主张,都在给予我们以 Z 世代品牌密码更鲜明的解读。这个时代正在集结成一股“青年”力量,推动中国服装时尚行业的升级发展,推动中国设计自信的张扬表达。他们不只是消费者,而是追梦者与创造者,追求着自己理想的生活方式。

小雪