



本报记者 胡彦琦

她身材高挑，一头浓密的棕色大波浪显得时尚感十足。她是来自意大利的Liliana Lucioni，可她喜欢大家叫她中文名——李丽安。和李丽安聊天时，你能感受到她普通话中带着京腔儿。

她从小就学习不同的语言，除了母语意大利语外，还会英语、法语、德语。当思考未来发展方向时，李丽安决定学习汉语，由此开启了她的“中国情缘”。

“我一直对中国文化有着浓厚的兴趣。”作为蔻驰(COACH)中国区总裁，李丽安对时尚有独到的理解。“Let the inspiration flow(让灵感流动)”是她挂在嘴边的一句话，她认为美会随着灵感在时空里流动，从东方传播到西方，再由西方传回来，交融、碰撞，最终成为当代各自的美。

当东方美走入时尚界，将迸发出怎样的灵感？李丽安说，她经常在中国文化中寻找灵感。在即将举行的第七届中国国际进口博览会期间，她也将和她的学生畅谈目前中国时尚的新潮流、新风向。

# 携国潮风走向世界

## 在中国文化中寻找灵感 时尚品牌中国区掌门人

李丽安  
意大利  
蔻驰中国区总裁

### 着迷书法

#### 体会汉字背后中式哲学

为深入了解中国，从1999年开始，李丽安先后在北京语言大学与复旦大学学习汉语言文学。“中国文化中有很多让我着迷的地方，比如，中国传统的社会和谐理念，很美妙地展示了过去如何影响现在。”李丽安说。

更让李丽安着迷的，则是书法，她坚持练习至今。书法是汉字的艺术表现形式，它是无言的诗、无形的舞、无图的画、无声的乐。说起自己学习书法的过程，李丽安感慨，对于外国人来说这并不容易：仅分辨字体就是一个庞大的工程，篆、隶、楷、行、草，不同字体有着各自的特点；更难理解的，是书法中神秘的“气”。

“我的书法老师告诉我，需要让‘气’从大脑传到手上，然后才能写出漂亮的字。这种流动、能量与和谐的概念对我来说非常重要。”通过学习，李丽安发现，书法是有顺序的，存在一种内在规则。慢慢地，她开始感受到何为笔势，如何才能“风摇挺气”“气凌厉其如芒”。这两句话形象地描述了书法中的“气”，说明在书法中，笔势要有力、挺拔，气息要凛冽、锐利，才能体现作品中所表现出的气息和气势。

李丽安说，她最喜欢的汉字是“僕”。这个字拆开看包含着人、商业和美好的元素，传达了合作、诚信和伙伴关系的理念。她可能不知道的是，“僕”亦是古人对自己的谦称。

学习中文和书法让李丽安觉得“既迷人又充实”。记住汉字，了解每个汉字背后的意义，进而正确书写，这需要极大的毅力和努力。尽管困难重重，但她还是乐在其中，认为这是“美妙的练习”。因为她在其中体会到了中式哲学，暗藏着和谐与平衡的概念，有着丰富的意义。

### 跨界合作

#### 演绎国潮文化时尚新篇

作为时尚品牌中国区的掌门人，李丽安在全国各地探店、开会、考察，每天的时间表安排得满满当当。尽管如此，她会特地抽出时间，与本土年轻的设计师进行一对一的交流，希望从他们身上了解心中对中式美学的表达。

2022年第五届中国国际进口博览会举办时，蔻驰曾与上海本地IP“大白兔”合作，联名合作系列全球首发。“这次的跨界合作产品一经发布就引发关注。”李丽安介绍说，当时包括成衣、手袋、鞋履及童装在内的多个产品热销。诞生于1959年的这只“国潮兔”从糖果业出圈至时尚界，与蔻驰的经典元素在焕新融合中奇妙碰撞，演绎了“国潮”魅力下的时尚新篇。这也让李丽安坚信，国潮文化，正成为品牌和年轻一代的纽带。

事实上，近年来一些奢侈品牌纷纷从中国传统美学中汲取养分，如有的把打籽绣运用在服装上，打造立体感的图像；有的则是在包饰上运用中国传统花鸟画的设计，充满东方遐想。拥有20多年奢侈品及时尚行业经验的李丽安敏锐地感受到了这一点，并不遗余力地让中式美学以新的方式拥抱时尚。

“这依赖于本土设计师的成长和参与。”李丽安相信本土人才的力量，致力于给年轻人创造更多机会，并将优秀的中国设计师、中国作品推向国际舞台。李丽安介绍说，2022年初，蔻驰全球发售了一组由年轻学生和设计师设计的“爱我所爱(Caring Catty)”产品，该系列产品就是东华大学与蔻驰携手开展的校企合作项目“国潮创承”的学生作品。

在李丽安的支持下，今年年初，来自东华大学的数十名学生进入蔻驰学习实践，在半年多时间里，学生能深入到各部门实习并参与品牌创意提案。今年9月，蔻驰推出了“青年画师计划”，携手全国各大高校设计人才合作共创。今年年底，品牌和清华美院的设计合作也将上市。

如今，中国消费群体已经从“学习者”变成了“老师”，成为全球时尚奢侈品行业增长的动力。李丽安说，中国对蔻驰而言不仅是一个至关重要的市场，也是品牌寻求突破和创新的灵感来源。



本版编辑/蔡燕  
本版视觉/戚黎明

视频:潘碧云 李永生  
海报:蒋玉涛

文化中国行