



本期专家 中野香织

1962年出生，日本服装史学家、专栏作家。曾获东京大学文学部、教育学部双学位，而后取得东京大学综合文化研究科博士课程学分，并于1989年担任英国剑桥大学客座研究员。著有《绅士风尚》、《爱的方程式》、《时尚方程式》、《西阵织》、译有《英国社会史》、《香奈儿：火与冰的女人》和《时装·性·男女》等。

秀场中国风 西方人眼中的东方

几年前，大约是2007年的事情。Christian Dior为纪念品牌成立60周年，以“和风”为主题上演了一场时装秀。

设计师John Galliano用服装创作对日本文化进行诠释。浮世绘图案的晚装连衣裙、和服风格的上装、日本艺伎扇子般的发饰、日本民间的斗笠、折纸风格的装饰等，将西方人眼中的“艺伎、和服、富士山”等代表性元素，拼接出片面的、独特的日本印象，并运用于服装设计上。他们突破西方传统审美观，从异国他乡的日本文化中得到灵感。虽片面日本文化的只是表象，但也可以被独立看作一种美好世界。这样一个西方人眼中“不可思议的日本”，作为一个日本人来看，虽感自豪但又同时感到一丝羞愧。

2011年春夏时装流行趋势“中国风”受到极大的关注。从设计师Marc Jacobs所在的LV开始，Vera Wang, Carolina Herrera, PHILOSOPHY, Galliano等品牌都从“中国”摄取灵感，在这一季的时装秀场上展示出多件饱含浓郁“中国元素”的作品。旗袍样式、兰花图案、珠片装饰、艳色的丝绸、扇子，甚至熊猫图案等。

提起“中国风”，在20世纪70年代Yves Saint Laurent曾经推出“混入波希米亚风格的巴黎式中国风”的作品，以大胆之姿推出形象妖艳的OPIUM鸦片香水，以其辛辣、神秘的芬芳香味被公认为东方香型的代表品牌之一，曾风靡全球，一直畅销不衰。在这个背景下今季又推出多款“不可思议的中国风”服装。PHILOSOPHY则是在这一季的春夏时装秀上将中国元素与越南风相结合，把人们带到一个“幻想的东方新世界”。这样的“中国风”在欧洲秀场上作为设计师的灵感来源，可以被看作是西方人对异国文化的一种趣味吧。

设计师将“中国风”作为主题的理由，也许和近几年中国经济的强大发展有着密不可分的关系。发表“中国风”的服饰作品，一方面是品牌方高调向中国传统文化的致敬，另一方面是为引起中国时尚人士对品牌更多的关注。然而，就像我会对西方设计出的“日本风”感到自豪又难为情一样，不知道中国人是否也会有同样的感受？

超越西方传统审美意识，合璧东西文化创造出一个第三方的美好世界。只要跨越俗气发挥各国传统文化的特长和美感，就能创新出一张新的“面孔”。这种可以将平面的日本美打造得活力十足的时尚能力令人惊奇。这次时装秀场惊现的中国风，则将被认为俗气的中国美以成熟绚丽的方式幽默地展现在世人面前。不要太过保守，敢于挑战传统，这样才能更加开拓我们的视野。只有不拘于形式，才能更好地对自己的国家甚至自己的应有状态重新认识。



↑在LV 2011巴黎春夏女装秀场上，虎纹图案、中国旗袍式样、艳丽明快的色彩组合成为本季亮点，高至腰间的单开衩旗袍、中式的立领对襟马褂等被进行了分解重构设计，在传统平面材质上加以织花等立体工艺。设计师融入大量古朴而又传统的中国元素，在全场掀起阵阵中国风。

Key Word

中国范儿

东方文化在西方人眼中充满了神秘，不解而又强大，难怪每季的时装发布都能见到东方元素。今年的中国风更是把人带入了“幻想的东方新世界”。

Kaori Nakano



← A, B, MCM与世界著名当代艺术家Craig Redman首度联名推出了“上海”系列。亮丽多彩的绳带设计令人追忆港口城市上海及其古老的航运历史。以三种形态各异的绳带设计为主要特色，MCM独特的Logo商标在别致的交织绳带造型中焕发出别样魅力。C SWAROVSKI的镀白金色手链，以透明、黑色和浅橄榄色仿水晶的熊猫和竹子挂饰点缀，采用独有的Pointage技术镶嵌。熊猫手链 1750元。