

華人時尚 設計力

13個華人設計師
進軍國際舞台的故事

具名推薦

時尚甜姐兒 侯佩岑
微風廣場時尚總監 孫芸芸
音樂製作人 & 作家 劉軒

開總監 林佳儀



• Alexander Wang • Andrew Gn • Anna Hu • Anna Sui • Anna Chao • Derek Lam • Jason Wu • Phillip Lim •
• Shanyì • Shiatzy Chen • Wenlan Chia • Vera Wang • Vivienne Tam •

Asian Shines : Chinese Fashion Designers on the World Stage



●國家圖書館出版品預行編目資料

華人時尚設計力：13位華人設計師的故事 /
初版--臺北市：三采文化，2009（民98）
冊：公分 --（時尚通系列：03）

ISBN 978-986-229-149-8（平裝）

1. 服裝設計師

488.9099

98013297

Copyright © 2009 SUN COLOR CULTURE PUBLISHING CO., LTD., TAIPEI



時尚通系列03

華人時尚設計力

編著者	三采文化
副總編輯	杜佳玲
責任編輯	張釋云
撰文	宋良晉 張釋云 陳淑芬 曾鈴雅 劉又瑜 Michelle Joe Ivy
美術編輯	甲虫影像工坊
封面設計	謝佳穎
發行人	張輝明
總編輯	曾雅青
發行所	三采文化出版事業有限公司
地址	台北市內湖區瑞光路513巷33號8樓
傳訊	TEL:8797-1234 FAX:8797-1688
網址	www.suncolor.com.tw
郵政劃撥	帳號：14319060 戶名：三采文化出版事業有限公司
本版發行	2009年9月15日
定價	NT\$280

●著作權所有，本圖文非經同意不得轉載。如發現書頁有裝訂錯誤或污損事情，請寄至本公司調換。All rights reserved.

●本書所刊載之商品文字或圖片僅為說明輔助之用，非做為商標之使用，原商品商標之智慧財產權為原權利人所有。

華人時尚 設計力

13個華人設計師
進軍國際舞台的故事



Asian Shines :
Chinese Fashion Designers on the World Stage

推薦序。

華人設計師 東西時尚橋樑

Level 6ix成立至今，以Select Boutique的方式經營已經走過4個年頭。在這4年中，我引進及合作過的品牌，超過了200個。比較特別的是，Level 6ix所選擇的設計師品牌，90%都是Base在美國的品牌。這其中其實是經過許多思量的。

因為我發現相較起來，美國的設計師品牌，不但可以做出優良的質感，表現出實穿的創意；並且在零售的市場上，也能因為價格極具競爭力而有好的成績。雖然，在引進的過程中需要付出極高的成本，價格也無法和在美國當地購買來比較，但是，在經過多年的篩選及經營，我們總算走出了自己的方向，將美國時尚和Level 6ix連接起來。

巧合的是，在這段期間，紐約時尚圈中吹起一股亞裔設計師風潮，相較起時裝重鎮巴黎及米蘭的高級成衣及訂製服，這些美國的亞裔的設計師們，從早期的Anna Sui、Vivienne Tam、Vera Wang 到最近幾年崛起的Phillip Lim、Doo Ri Chung、Alexander Wang及Jason Wu等人，他們有些是新移民或是小留學生，憑藉著自己本身的優異才華及努力不懈的精神，相信只要有能力及肯努力，每個人都有機會；再加上美國時尚媒體的推波助瀾，讓他們以融合了東西文化的實力表現，將時裝舞台變得豐富可親，不再那麼的遙不可及。這些亞裔的設計師們，積極地掌握住每一個機會，集合成一股不容忽視的力量，也因此讓紐約時裝週又站上了世界的舞台。2009年，更是在美國總統夫人蜜雪兒歐巴馬的加持下，掀起了另一波的高潮。

受到經濟不景氣的衝擊影響，相信現今的消費者更懂得如何挑選最具有價值、最適合自己的商品，而我真心認為，這些華裔設計師的作品，的確是棒的選擇！！

Level 6ix 商開總監 林佳儀

前言。

創造台灣時尚競爭力

學學文創志業董事長徐莉玲專訪

採訪／張釋云

位於內湖科學園區裡，唯一一棟與快速的工商業重鎮裡的大樓，散發出不一樣的氣息的，只有「學學文創志業」這一棟。在這棟大樓裡出入的人，很不像內湖這一帶大多數遊走的上班族們，只有急忙的氣氛，而是相當地有「文化氣息」。工業區裡大家拼事業，在這裡，他們也拼事業，但目標是文創產業跨界教育與交流的推動。

「學學文創志業」的幕後推手徐莉玲，一位擁有30多年百貨經營以及品牌顧問經驗的好手。在80年代，她把中興百貨經營得風風光光的，面對當時日系百貨的強勢壓境，中興百貨在她的領導之下硬是走出了一條路，成為一間台灣人自己經營、深具本土時尚風格的高級百貨。

她把多年經營百貨以及時尚流行相關產業的經驗，套用到「學學文創志業」的經營裡，果然把它經營得有聲有色。2006年12月開幕至今約2年半，在金融危機的衝擊下，還創下50%的高成長率；2009年，也預估會超過50%。文創教育的重要性在徐莉玲的夢想推動之下，獲得越來越多同業人的認同與支持，因此它們得以延攬許多有名的講師到這裡授課：日本裝潢設計大師杉浦康平、獲葛萊美獎的唱片封面設計師蕭青陽、得IF Red Dot大獎的日本工業設計師深澤直人、台灣工業設計師謝榮雅、得奧斯卡獎的舞台設計葉錦添……，都在這裡授過課。學學把文創產業的領域拉廣了，舉凡視覺藝術、表演藝術、文化展演、工藝、出版、數位內容及應用、電影、廣播電視、網際網路、廣告、工業設計、視覺傳達設計、室內設計、時尚生活、建

築空間設計、會展賽事，都在它們關注且支持的範疇裡。

不過，因學習美術出身，也一手培植了多位國內設計師如溫慶珠、王陳彩霞與陳季敏等人的崛起，徐莉玲對於美感與時尚產業永遠有一份深刻的關注，因為在她所認定的文創產業裡，「時尚」是一個非常重要的能量。

徐莉玲認為：「時尚就是生活態度，講的是生活的全貌，舉例來說，80年代成立的日本流行協會，頒過第一屆創意大賞海外獎得主給我，第八屆給宜蘭傳藝中心、第十屆給宏碁電腦公司、第十四屆是給藝術家朱銘、第二十一屆頒給促成蝴蝶越冬國道讓行的生態研究者詹家龍。你可以觀察到獎座頒發在不同的年代，代表著當時社會所關心的議題，它的標準不會單單只限定在『時尚服飾』產業裡，而是更重視對改善人的整體生活的貢獻，不管這種改善，是經由所謂的『設計』、『藝術』或是『生態保育』等領域所帶來的。」

台灣大多數人對時尚的定義很狹隘，對它有錯誤的解讀，基本認識也不夠，總以為時尚講的就是奢華、奢侈品以及那些精品店裡的國際品牌…甚至對時尚的解讀有負面的形象，「但是時尚品牌帶給人享受最高品質的材料、最精緻的手工藝以及最原創的設計精神及啟發。所以我們應該要很珍視它們才對！」徐莉玲說。

「不過我更關注的是，品牌有沒有反省心，想要對人的整體生活有更好的貢獻，例如對於環境的關懷、運用環保的素材或是減少運輸哩數、降低碳足跡等等。我很高興發現實際上，這些頂級精品很多都開始注重拯救地球的議題了，所以盧貝松的環保電影，才會得到GUCCI的母公司PPR集團高層獨家贊助。」

「學學文創志業」的場地曾在2007年獲得荷蘭建築中心THE GREAT INDOORS AWARD全球5大辦公室入圍，也獲得香港設計中心DFA AWARD亞洲十大影響力設計獎，因此經常租借場地供時尚品牌舉辦活動，LV、CHANEL、Christian Dior、GUCCI、CELINE……都曾在這辦過新品發表會，台灣設計師王陳彩霞、陳季敏更辦過時裝走秀，學學也在授課內容裡，加入了許多時尚品牌相關產業課程如：「如何做時尚編輯」、「米蘭城市時尚學」、「服飾打版設計」、「舊衣改造」、「珠寶美學」與「自然彩妝」等課程。去年日本Issey Miyake品牌的Dai Fujiwara也選在學學，今年6月底，台灣首位登上紐約時裝週的服裝設計師賈雯蘭記者招待會採訪，所選擇的合作對象也是學學。

那一次的座談訪問的主講人賈雯蘭，是一位擁有跨國服裝銷售據點的設計師，直到現在，她仍每年於紐約時裝週辦秀，學學與她的合作，講課的內容就是「紐約經驗、台灣精神」。不過，像這樣類似的成功經驗無法完整在台灣複製，是因為台灣的服裝設計界確實存在一個很大的問題，那就是得不到上游生產製造商的支持。徐莉玲說：「這是一個很

致命關鍵點，從我年輕當服裝設計師時就已經存在了，而且一直到現在都沒有改善。」

因為做為一個設計師，總會想使用獨家的特殊色彩、布料與配件、副料等等，但每次設計一出來，到了上游廠商那裡，遇到的一定是這樣的回答：「你的數量訂單太少，這是我外銷美國的材料，你就在這裡面選一選吧！顏色就只有這些，無法為你小量生產。」

「設計的顏色、織紋、厚薄材料也被改了，配件副料也被改了，還算設計師嗎？Issey Miyake在日本就有三間紡織廠支持他專門生產他要的特殊布，因此，他的布美到不用經過太繁複的設計，就可以像藝術品一樣，到現在還在全球巡迴展覽。」她說。

台灣上游廠商，至今還是普遍只願接外銷訂單，安全地大宗出貨，並不願意支持這些設計師們的實驗需求，讓本土的服裝設計業可以有充足的創意發揮的資源。但即便有這樣的困境，台灣的服裝設計潛力還是有空間的。徐莉玲認為，不要只說台灣，整個亞洲的強項就是在於「文化色彩的使用」。同樣的論點，前帕森設計學院（Parsons School of Design）時裝設計系主任Timothy Gunn也曾表示。2004年，中日韓聯手推動亞洲色彩經濟，亞洲色彩協會（Asia Color Committee）成立，從形式上確立了世界時尚色彩策源地東移，亞洲色彩未來的角色與重要性可見一斑。ACC為中國流行色協會、韓國流行及色彩趨勢中心、日本流

行協會流行色情報中心共同架構一個色彩研究委員會。徐莉玲說：「在所有設計元素中，色彩是造成全球商品組合搭配，品牌連續購買的主要元素。它同時也是所有設計元素中，第一個被消費者接觸的選擇，更是傳達風格重要的媒介。」

80年代，國際流行色彩研究是以尋找全球的注目核心為焦點；到了90年代末期，中國市場開始崛起，每個亞洲國家都開始試圖在傳統風格中尋根，保留原始的地方特色並發展出設計新元素，建立新的獨有東方生活風格。因此在這時期，許多亞洲設計師被重視：香港的譚燕玉、新加坡的鄞昌濤…而最新一波被注意的，則是吳季剛（Jason Wu）、賈雯蘭與王大仁（Alexander Wang）還有站上巴黎時裝週即將邁入第三季的王陳彩霞。

因為商機是一個關鍵點！中國的市場擁有龐大的潛力，因此，中國熱效益興起之後，全世界都對東方風格有興趣，每個產業都想要跟華人沾上關係，華人一旦在哪個領域出了頭，很快就會被世界注意到了。

當然，也不是說做服裝設計一定要做到那樣的規模與名氣，想走這條路的人，也並非一定要把自己的成就拿來與上述的設計師放在天秤上相較。這些設計師們有些很早就是移民，他們有地利之便，文化語言也相近，要打進國際時尚核心圈子顯然是比駐守在台灣的人容易多。「不過誰說品牌一定要做大，你當然也可以做小、做精、做獨一無二，但重

點是有沒有找出自己獨特風格，精準地抓住你的客群，並確定你的客人在他們的生活型態裡非常需要你的創作，這樣的品牌一定可以經營得長遠。」她解釋道。

但不論品牌要愈做愈大，還是維持精小獨一，對於服裝設計產業，徐莉玲最後還是繞回了她所關注到的癥結點：

「中國大陸現在還有山寨的問題，因此他們的原創競爭力還嫌不足，一旦這個觀念改變了，台灣的機會就更難了。因此服裝設計產業的當務之急，我認為就是政府要很重視時尚產業能與其他產業互相運用跨界加值、打造品牌的力量，更要鼓勵時尚服飾業上、中、下游的合作，上游廠商關注到對年輕設計師們的需要，可以協助、認同並幫助他們開發新的織品及副料的時候，我們的時尚設計產業的競爭力才會出來。」

Alexander Wang

時尚愛鮮者的新歡

年僅25歲就拿下時尚界奧斯卡CFDA 2008最佳潛力女裝獎，憑著獨特的天份，與能掌握商機的眼光，成為現今時尚界眾所矚目的年輕焦點。

012

Andrew Gn

皇室豪門紅樓夢

出生於新加坡、並在巴黎創業成名的鄧昌濤，以他最愛的中國古典小說《紅樓夢》作為設計架構，讓他在國際時尚舞台上發光發亮……

028

Anna Hu

瑪丹娜欽點珠寶設計師

「珠寶界的Vera Wang」！為她作品驚豔的西方人士這麼稱她的，她的珠寶設計風格融合了濃厚的東方味以及宛如音樂旋律的婉約線條，風格獨樹。

036

Phillip Lim

時尚界譽為下一個Chloé

在時尚世界裡，《VOGUE》雜誌堪稱是最高指標，深受它青睞的肯定會是下一個閃耀國際時尚舞台的超級巨星，Phillip Lim就是這樣的一個例子。

096

082

Jason Wu

蜜雪兒歐巴馬加持一夕成名

在美國總統歐巴馬就職典禮上，第一夫人蜜雪兒歐巴馬出乎意料地選擇穿著他親手設計的優雅象牙白斜肩垂地長禮服，也讓這位新銳華人設計師一夕擁有超高知名度。

112

SHIATZY CHEN

現代摩登新中國

足跡遍佈大中華區與巴黎的夏姿1978年初生於台北，透過服裝的創作，讓歷史的古風與現代的風貌揉合成恰到好處，也成功地在歐洲打開版圖。

120

Shwanyj

巴黎時裝週第一組台灣雙人設計師

兩個六年級生，在法國耕耘了7~8年的時間之後站上了巴黎時裝週，他們不僅是台灣的第一人組，更是兩岸三地的首例。

ANNA SUI 典型成功美國夢

她的故事是典型的成功美國夢。2009剛剛拿下CFDA終身成就獎的她，回顧起這10多年來的創作生涯說到：「你必須專注在你自己的夢想上，即使它們感覺起來是這麼樣的不切實際。」

046

CINDY CHAO 進軍佳士得首位台灣珠寶設計師

2004年才成立個人品牌的珠寶設計師CINDY CHAO趙心綺，短短3年就揚名國際，作品在佳士得拍賣會上大放異彩，讓國際珠寶界紛紛以「鬼才設計師」讚譽她。

060

Derek Lam TOD'S首位華人創意總監

Derek Lam的第一場秀不但連一件衣服都沒賣掉，還窮到連接公司電話都得自己來。憑著熱愛走過這些窘境的他，不僅真的開始漸漸走紅，更被延攬成為TOD'S首位華人創意總監。

070

Vera Wang 夢幻婚紗代名詞

夢幻婚紗的代名詞Vera Wang，在婚紗界擁有獨特地位，做一件婚紗，她總想著要能讓新娘能穿著它翩然起舞；實用，好看，是她設計的宗旨。

148

136

Wenlan Chia 紐約時裝週第一位台灣女設計師

台灣出生、受教育、成長的賈雯蘭 Wenlan Chia，是第一位以非美國籍身份、非設計專業出身，成功打入紐約時裝界的台灣女設計師。

158

Vivienne Tam 中西合璧 混融東方時髦味

Vivienne Tam是一位相當擅長運用「圖騰」作為靈感的設計師之一，她曾以中國文化中的經典圖像如：牡丹花、觀音等，製作出許多創作，當中許多至今仍被永久收藏在多間著名博物館內。

166

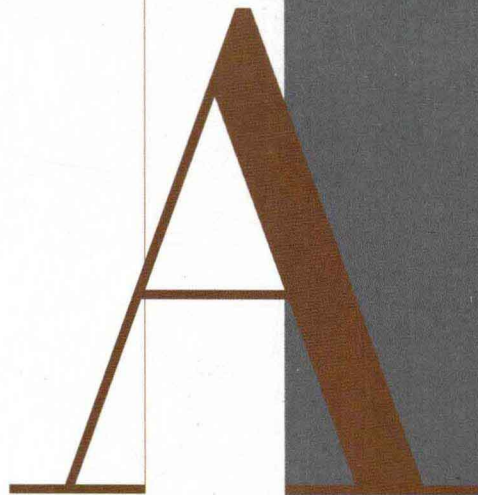
附錄

綜觀以上13個華人設計師的成功歷程，歸結出了3個想要成功進軍國際舞台必要的Know How，讓你的設計與創意被全世界看見，絕對不只是個夢想。

聲勢直逼 Marc Jacobs

王大仁

Alexander Wang



在2009年6月Alexander Wang得到
時尚界奧斯卡CFDA 2008最佳潛力女裝獎後，
我們又多了一位台灣之光。
因為，這代表著繼Jason Wu
成為美國總統夫人的心頭好設計師之後，
又一位華裔的時尚新星誕生。文 / Joe





Alexander Wang 09'10' F/W
圖 / 遠志影像

一場改變Alexander Wang的婚禮

Alexander Wang來自一個移民加州的台灣家庭，儘管在舊金山出生成長，Alexander Wang還是從小接受雙語言教育，至今說得一口不算標準且語調逗趣的中文，還聽得懂一點台語。他的雙親是一對成功的商界人士，因此Alexander Wang的中文取名非常獨特，叫做「王大仁」，兒時的他一出現時，大家還會開玩笑說是『大人（仁）』駕到了。

在小學階段，Alexander Wang就表現出個人繪畫天分，喜歡親手畫畫送爸爸及長輩，他的家長們看到畫作時非常訝異，因為主題通常都是異於一般孩童的塗鴉，例如希臘神話中的眾神祉，讓家人讚嘆不已，不過當時大家壓根沒想到Alexander Wang會朝向藝術之路邁進，因為他其實也沒特別央求去學習美術或服裝設計相關的課程。直到他16歲那年，哥哥王大鯤舉辦婚禮，才真正改變Alexander Wang的一生。



圖 / club designer

就學期間曾在《Teen Vogue》打工，後來更幸運的

跟在Marc Jacobs身邊實習，這很有可能也是造成日後很多人把他拿來與Marc Jacobs相比的原因。

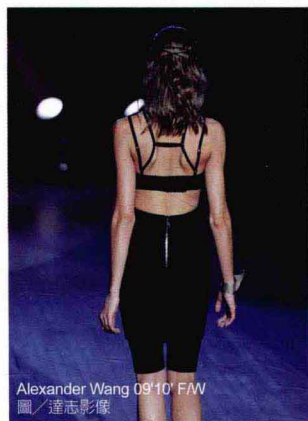
這場婚禮在舊金山麗池酒店舉辦，現場約莫有5百位賓客到場，就連舊金山市長都親自蒞臨，首先他設計了一系列的華服並親自縫製，再找來10多位朋友充當模特兒現場走秀，婚禮的現場宛如他的時裝伸展台。

婚禮現場的時裝秀精彩過程一滴不漏的被拍攝了下來，父母親都非常的震驚，以為他平常只是喜歡紙上塗鴉，與熱愛翻閱時尚雜誌，並不知道他有如此的設計天分，沒想到這些日常的速寫與閱讀都成了他日後最好的啓蒙。

未畢業即推出同名品牌

這段影片被哥哥王大鯤寄給知名的帕森設計學院（Parsons School of Design），系上一看完馬上決定提供全額獎學金，希望這位高中都沒畢業的16歲男孩趕緊跳級來就讀。這當然是天大的好消息，但當時年僅16歲的他相當聽從父母的意見，直到完成了高中學歷、充實完基本學能才去報到。於是Alexander Wang就在18歲那年隻身飛往紐約求學，就讀具有時尚大師搖籃之稱的帕森設計學院。就學期間曾在《Teen Vogue》打工，後來更幸運的跟在Marc Jacobs身邊實習，這很有可能也是造成日後很多人把他拿來與Marc Jacobs相比的原因。

只不過才上兩年大學，指導教授覺得Alexander Wang表現夠優異，建議他到外面去闖闖，因此接下來的時間，Alexander Wang開始去羅馬等世界各地遊歷，並開始嘗試設計服裝給百貨公司，2005年，他大二那年便推出同名品牌「Alexander Wang」，2007年獲《VOGUE》美國版總編輯Anna Wintour的賞識，在Alexander Wang成立了自己的工作室後，Anna Wintour還親自去他的工作室指導，並在雜誌當中大篇幅報導其設計作品。這幾乎已經是紐約時尚界運作的法則，只要看到Anna Wintour挺誰，就知道接下來的時尚風要往哪裡吹！



Alexander Wang 09'10' FW
圖/達志影像



Alexander Wang 09'10' FW
圖/達志影像