

China Fashion

*Conversations
with
Designers*

中国时尚

中国时尚:


对话
中国服装
设计师

冷芸 著
Christine Tsui

中国纺织出版社

中国时尚：
对话中国服装设计师

冷芸 著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以中国历史为背景,向读者展现了一幅完整的当代中国服装设计师的成长画卷。作者根据自己多年累积的行业经验及对西方文化背景的了解,向读者阐述了对中国服装设计师及中国服装品牌发展的观点,指出了中国服装设计师走向世界面临的挑战及可能的路径。

本书全面系统地介绍了国内服装设计师成长历程,适合海内外服装从业人员、服装历史与文化研究者及对中国文化与历史感兴趣的读者阅读及参考使用。

©2013 香港大学出版社

本书简体中文版由香港大学出版社授权中国纺织出版社在中国内地(不包括香港、澳门及台湾)发售。未经香港大学出版社书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

China Textile and Apparel Press is authorized to publish and distribute this Simplified Chinese edition in the mainland territory of the People's Republic of China (excluding Hong Kong, Macau and Taiwan). No part of this publication may be reproduced, transmitted or distributed in any form by any means, electrical or mechanical, or by any information storage or retrieval system, without the prior written permission from Hong Kong University Press.

著作权合同登记号:图字:01-2013-2415

图书在版编目(CIP)数据

中国时尚:对话中国服装设计师/冷芸著. —北京:中国纺织出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5180-0367-9

I. ①中… II. ①冷… III. ①服装设计师—介绍—中国 IV. ①K825.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第002980号

策划编辑:李沁沁 张程 责任编辑:李沁沁 责任校对:楼旭红
责任设计:何建 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—87155894 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京新华印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年3月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14.5

字数:158千字 定价:88.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

新元曾说，我采访他的距离感正好——不近不远。这种距离感可以让我以一个客观的立场来描述他、分析他。

这也恰恰是我写此书的初衷之一。

我一直以为，我们对人物的评价常常是极端的——要么用尽美誉之词，恨不得自己有着妙笔生花之手，单凭一篇文章就可以将人捧上天；要么就是充满诋毁，似乎一件事所有的错误都应该由这个人承担。这让我觉得难以看到人物原本的真实面貌。而我要呈现给读者的一定是有血有肉的中国服装设计师。在本书里，无论是设计师本人，还是他们的生命历程，都不是完美的，但他们一定是真实的。而我个人观点的表述不一定很完整甚至正确，但至少我会以一颗诚实的心去面对所有的受访者及读者。

也因此我非常感谢所有设计师以开放的心态接受了我的采访。没有他们的开放，我的“真实”表达也无从谈起。

我新近最喜欢的一句话是史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs) 的“追随自己的心灵(Follow your heart)”。如今我们太多的时候是为了他人眼中的自己而生活，因此我们总是在不断追逐别人眼中的目标，所以常常感觉身心疲惫。而追随自己的心灵，真诚地对待自己和他人，我想或许就是解除这种疲惫的一帖良药。

如果你能以同样真诚的心来阅读此书，相信你一定会有所收获！

目录

第一部分	简介	1
第一章	中国时装简史	3
第二部分	20世纪80年代：第一代服装设计师——先锋队	23
第二章	背景及行业大事记	25
第三章	王新元——驰骋于时装帝国的将军	31
第四章	吴海燕——穿梭于学院与商界的全能才女	59
第五章	谢锋——时尚的“混血儿”	79
第六章	刘洋——为设计而生，为设计而“死”	99
第七章	第一代服装设计师——中国的先锋“舞者”	117
第三部分	20世纪90年代：第二代服装设计师——实践者	121
第八章	背景及行业大事记	123
第九章	梁子——和谐之美	127

第十章	马可——现代时尚界的孤绝隐者	141
第十一章	王一扬——纯粹的设计师	163
第十二章	第二代服装设计师——中国设计的中坚力量	175
第四部分	21世纪：第三代服装设计师——中国服装设计的未来	177
第十三章	背景及行业大事记	179
第十四章	陆坤	183
第十五章	吉吉	189
第十六章	第三代服装设计师——中国“新锐”设计师	197
第五部分	结语	199
参考文献		209
附录	简繁体中文与英文词目对照表	213

第一部分

简介

服装，作为一个民族的文化、历史、社会及经济的镜子，一直以来都是个引人关注的话题。而世界对服装之所以有莫大兴趣，相当一部分可以归功于服装设计师的贡献。正因为他们敢于不断挑战传统、打破规则，才得以有如此众多令人惊艳的作品展示于世人面前。

作为世界最大的服装制造中心，中国长期以来被认为只会“复制”和“制造”时尚，却不会“创造”时尚。即使在中国，服装界的媒体和主流市场也由国际品牌所主导。在中国，即使有能力消费路易·威登（Louis Vuitton）、古琦（Gucci）、夏奈尔（Chanel）之类国际一线品牌的人，对本土设计师的品牌也了解甚少——尽管一些设计师在服装圈内已被视为“大师”级人物。不少本土设计师如今也在中国服装市场颇有建树，但毋庸置疑的是，中国大众对本土服装设计师的了解、尊重及认知渴望，远不如西方大众对服装设计师的追捧。

然而时过境迁，由于经济发展迅速，中国已经获得举世瞩目的成就。在今天的国际时装界，中国的新兴设计师正在成为一支不可小觑的力量。因此越来越多的人渴望更多地了解中国服装设计师。而作为一个有着悠久历史的大国的设计师，中国服装设计师也比以往任何时候都更需要证明自己的能力。

但是在现有的公开资料中，很难找到有关中国服装设计师的系统介绍。目前关于中国服装设计师的资料多见于杂志和报纸这类碎片式

报道。在有限的书作出版中，关于设计师的介绍也大多像一份简历。

研究中国服装设计师的成长，除了填补这方面的空白以外，另一个重要意义是研究“中国特色”。中国作为一个有着独特政治经济体制、五千年历史的民族和全世界人口最多的国家，造就了其服装设计师成长环境的独特性与复杂性。研究中国服装设计师的成长历程，其实也是在研究中国服装设计师的“中国特色”，而这一特色恐怕也是其他国家的设计师所没有的。

本书共采访了中国十位极具影响力的服装设计师。之所以选择这十位设计师，主要有以下几点考虑：

这些设计师在服装设计领域内的建树当然是考量的首要因素。其次，这些设计师都有着自创品牌的经历。创造品牌这类经历对于衡量服装设计师的成功与否以及理解设计师成长的深刻程度都非常重要。若受访的设计师没有创造品牌的经历，对其的评估可能就会片面与单调许多。

设计师发展事业的地理区域（北方、中部、南方）、性别及年龄以及教育背景是否多元化（是否接受过本土教育、海外教育以及传统的本科教育）之类的背景因素也是考量之一。

设计风格的多元化同样是不可缺少的考虑因素。本书中所列的设计师的设计风格迥异，却又不乏时代特征。

毫无疑问，中国优秀的服装设计师绝不仅限于这十位，但本书的篇幅毕竟有限，无法尽录。我希望借助这十位具有代表性的服装设计师的成长经历，至少能够让读者“窥一斑而见全豹”。

第一章

中国时装简史

新中国成立前（1949年前）

中式裁缝与西式裁缝

新中国成立前的中国和当时世界上其他大多数地方一样，大部分人的服装都是在裁缝店制作的，而不是从商店买现成的。在旧中国，裁缝有两个派系——“本帮”与“红帮”。

“本帮”裁缝其实就是中国传统的裁缝，主要制作当时盛行的传统服饰——马褂与旗袍。

当清朝政府打开国门，向西方国家开放几座沿海口岸城市后，很多海外商人移居到上海、天津和广州这些城市。其中一部分海外商人从事裁缝生意。他们雇用中国本地人做学徒或者雇工，并教授他们西式服装的裁剪技术。而一些中国裁缝则通过帮外国人修补西装，间接地学会了西服的制作工艺。这些从事西式服装剪裁生意的人，就是日后在中国被称为“红帮”的裁缝。关于“红”字的意义，一个比较流行的解释是，在当时的中国人眼里，西方人有着白皮肤和红头发，因此“红”字就代表了外国人。

传统中式服装裁缝与西式服装裁缝的主要区别在于裁剪方法与技术。例如，裁剪方面的术语如“省道”、“分割线”等概念是由移居到中国的外国裁缝最早带入中国的。当时的本帮裁缝做衣服就是直接在一块

布料上剪个洞作领口，剪两个口作袖口，这就算是做了一件衣服。尽管缺乏先进的裁剪技术，但是中式裁缝在手工艺上却独有特点。传统中式旗袍的“镶边”、“滚边”工艺以及领口、袖口、下摆及大身处精致的刺绣工艺，即使以现在的眼光看来，也令人赞叹不已。

总的来说，大批从西方涌入的移民为中国裁缝带来了先进的西方裁剪技术，极大地影响了当时中式服装的裁剪方法。传统的中式旗袍从旗人骑马时穿的直线型褂袍演变成合体的现代旗袍就是个很好的例证。



图1.1 20世纪初在上海有许多西方商人开的商铺。上海市档案馆

旗袍最早来源于满族人的服装。这种服装起初是没有省道也没有分割线的。根据中国第一家时装公司上海鸿翔时装公司创始人之子金泰钧先生所说，当中式裁缝从西方裁缝那里学习了先进的裁剪技术后，他们了解到省道可以解决臀围与腰围间量的差异问题，将这个差异量收起来可以让衣服变得更加合体。这就是新式旗袍的一个重要演变步骤。

西式服装的流行

新中国成立前相当长一段时间，除了来自海外的商人，也有许多去海外留学或者工作的年轻人带回西方的生活习惯，从而影响了当时中国人的生活方式。更多的年轻人放弃原来的长袍马褂而改穿西式服装。

1911年的辛亥革命最终摧毁了清王朝，建立了“中华民国”。政治体制的转变也将西式服装文化传播到更广泛的人群中。同时，西式服装作为区别于旧政府的标志之一，在这一阶段更加普及。

不久以后，西服的流行遭到了传统纺织制造商的反对。西服用的大多是毛纺面料，而传统中式服装用的大多是丝绸或者棉布。西服的流行大大影响了传统纺织制造商的生意。新的民国政府应该采用怎样的服装款式以区别于旧政府，但又不影响传统纺织行业的生意，这在一段时期内成为一个争论不休的话题。最终，1912年10月民国政府正式宣布，“民国政府正式着装要求”是男装为燕尾服和/或中式马褂；建议女士穿着及膝长袍下配褶裙。（王东霞 2003:92）

服装中心的形成及中国最早的一批时装设计师：上海及上海的设计师

女装裁缝的诞生

上海最早成为开放口岸，西方使馆和商人也较为集中，因而成为旧时中国的时尚中心。那时许多上海裁缝都能说一口流利的英语。良好的语言沟通能力使这些旧时代的裁缝从西方商人那里学到了先进的裁剪技术，也学到了先进的管理经验。而当时上海年轻人的生活方式也深受好莱坞电影、英文时装杂志、社交舞会和其他西方生活方式所影响。

西装的繁荣在更大程度上刺激了红帮裁缝的成长。对于本帮裁缝来说，做男装和女装在裁剪工艺上并没有太大的差异。但当这些裁缝从本帮转向红帮时，他们发现女装与男装的裁剪技术大相径庭。原因是西式裁剪很讲究服装的合体性，而男性与女性的体型截然不同。因此，从红帮裁缝中又分支出“红帮女装”。红帮女装裁缝主要做女装，包括女式西服套装、裙子和礼服；而红帮裁缝则主要做男式西服。

根据上海档案馆保留的资料，在中国第一个学习女式西服裁剪方法的人叫赵春兰。他被认为是“中国时装之父”。赵春兰1820年出生于一个

上海裁缝之家，孩童时就被送到教会做侍奉工作。1848年，他随同一个牧师去了美国，在那里学习西式女装的裁剪技术。回国后，他又把裁剪技术传授给他的中国徒弟。

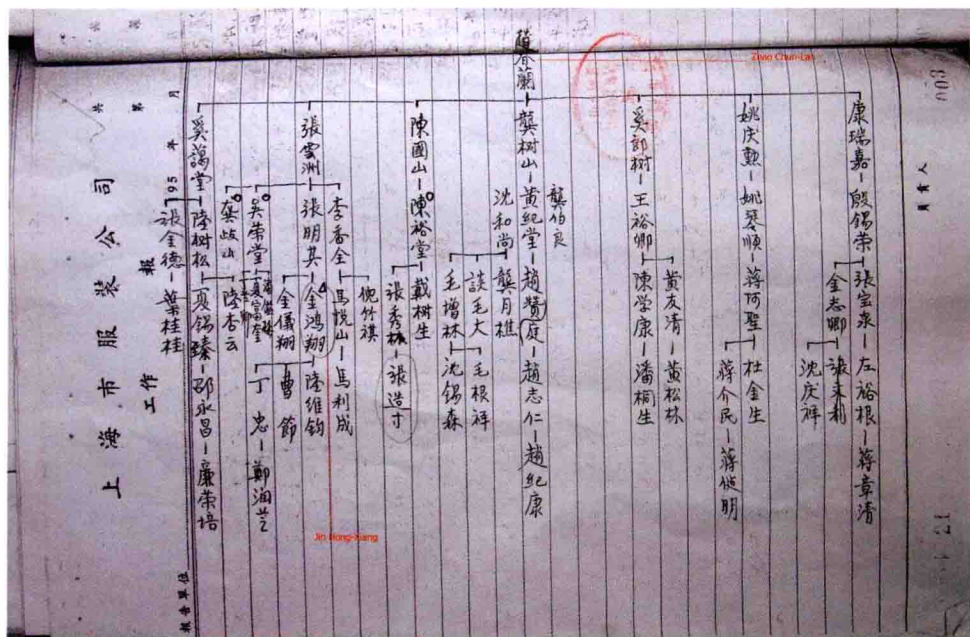


图1.2 “中国时装之父”赵春兰及其学徒谱系。上海市档案馆

随着女装生意越来越红火，红帮女装裁缝逐步将生意从定制扩展到成衣领域，并在不同的商业街开了连锁店，同时把店铺的名字从“裁缝店”改为“时装店”。“鸿翔”就是当时被公认为中国最具影响力的时装品牌之一，也是了解中国第一批时装公司的最佳案例。

鸿翔：中国第一家有影响力的时装公司

鸿翔是1917年由金鸿翔和金义翔两兄弟在上海创立的，也是中国最早用“时装”命名的服装公司。根据其后人即创立者之一金义翔先生的儿子金泰钧所言，中文中“时装”这个词最早是由其父辈的一位文化友人启用的，意为“符合时代的服装”。

在人员配置方面，鸿翔公司学习了当时西方时装公司的做法，设立了设计师、试衣模特及橱窗陈列师这几个职位。根据金泰钧先生所言，这三个职位当时都由来自上海犹太难民营的犹太人担任。

另外，金氏兄弟也很擅长利用名人效应来推广自己的产品。每逢一些电影明星或者名人的生日，兄弟俩总会制作一些精美的礼服赠送给名人作为生日礼物。其中最著名的事例，莫过于他们在1947年向当时的英国公主伊丽莎白（即现在的伊丽莎白女王）赠送了一套传统的中式红色婚礼服。礼服上装是件小红袄，下配百褶长裙，用金线绣上中国人传统观念里象征皇后的图腾——凤凰。礼服包装在一个贵重的红漆木盒里，由弟弟金义翔及其子金泰钧通过当时的英国驻上海领事馆转送给公主。不久以后，鸿翔公司收到了公主亲笔写的一封感谢信。鸿翔公司随后复制了一套一模一样的礼服，将它与英国公主的感谢信一同展示在店铺的橱窗里。这一新闻在当时引起了极大的轰动。

凭借潮流的设计、精湛的工艺以及先进的管理方式，鸿翔公司吸引了当时众多如电影明星、官员夫人及富商等社会名流。鸿翔的名字时常出现于当时的流行小说、电影及报纸里。

不仅如此，鸿翔也是当时上海时装业的重要领导者。首批上海甲等时装公司由当时上海最好的八家时装公司组成，鸿翔公司就是其中之一。而另外七家公司的老板在创立自己的公司之前，都曾经是鸿翔公司的学徒工。在当时的上海，只有拥有一流的服务、精湛的技艺并且在市场上具有影响力及良好口碑的公司才可得到“甲等”称号。这些甲等公司的商铺均处于上海南京东路这样的一级商业地段。根据当时的政府规定，也只有甲等时装公司才有资格在南京东路这样的主流商业街道开设商铺。这八家甲等时装公司还组成了一个俱乐部，他们定期聚会，调研商讨时尚潮流，可以说是一个引领当时全国时尚潮流的聚会。

1928年，兄长金鸿翔在朋友和政府的支持下，在上海设立了第一家时装行业协会。协会成立的主要目的是协助政府贯彻执行相关政策、做市场调研、从会员公司收集对政府的反馈意见和建议、协调劳资纠纷或

者公司之间的问题等（根据上海档案中心档案Q243-4-1）。新中国成立后，此协会也随之解散。

鸿翔公司因此成为新中国成立前中国时装发展史上最有影响力的公司之一。新中国成立后，鸿翔公司被收购为国有企业。之后金家唯一还在服装行业工作的只有创始人金义翔之子金泰钧先生。泰钧先生也是中国最早一批服装设计教育专家，是中国时装发展的重要贡献者之一。



图1.3 新中国成立前上海南京路上的鸿翔时装店。上海市档案馆

金泰钧：中国最早的“时装”设计师

1930年，当时金泰钧13岁，刚从上海一所名校初中毕业后就进入父亲的公司工作。在公司的头几年，泰钧从学徒做起，跟随老师傅和父亲学习服装打板和制作工艺。随后几年，又向公司里的犹太裔设计师学习服装设计和绘画。

当被问及当时是如何具体做设计工作时，泰钧先生回答说和当时西方设计师的工作方式差不多。为了产品的设计能与时共进，公司订购了英文版的服装杂志 *Vogue* 和 *Harper's Bazaar*，还从海外购买大量的纸样（*pattern*）。好莱坞电影是当时鸿翔公司服装设计的另一灵感来源。金先生常常去电影院看最新的好莱坞影片，研究戏中女主角的着装。他常

常提前到电影院找个角落坐下，一边喝着咖啡，一边观察来往人群的衣着，以便掌握人们日常着装的动态。



图1.4 金泰钧先生的“时装设计师”任命书。金泰钧先生提供

做设计时，泰钧先生先画出设计稿，然后利用立体裁剪和平面裁剪的方式裁剪面料。“纸样裁好后，我都要放在人台上仔细观察，以确保比例适中、造型漂亮。”他说，“检查时要和人台保持一定的距离，否则很容易忽略服装的整体造型和比例。设计是创造力、艺术、裁剪技术和工艺的结合，这一点很重要。我很难相信一个不懂裁剪的人可以成为优秀的设计师。”金先生来自一个裁缝背景的家庭，同时又是中国最早一批服装设计教育专家之一，他很反感设计师将艺术当做服装设计的全部。

与鸿翔同时代的时装公司除了八家甲等服装公司之外，较有名的还有一家由犹太人创立的“朋街”时装公司。这家公司在新中国成立后也被收为国有。另外还有一家“云裳”，由三位当时上海滩有名的社交名媛创立。

总之，“时装”这一诞生于西方的产物曾经在旧中国繁荣一时。随着中国进入新的历史阶段，时装的命运也随之改变。

1949 ~ 1970年：“时装”禁期

“制服”时代

新中国成立后，政府开始对历史遗留的资本主义工商业进行社会主义改造——凡像鸿翔一样在新中国成立前创立的私营企业，在此阶段大多被收为国有或者并入国有企业，中国经济市场进入一个完全由政府主导控制的年代。

由于物资短缺，政府于1955年正式推出了“票券”制。根据该政策，政府根据家庭人口数量及状况定期定量发放布券、肉券、粮票等。人们只有凭这些票券才可以购买日常必需品。票券制实行了30余年，于1993年完全退出历史舞台。

一系列持续的政治及经济改革以及客观上存在的物质匮乏，极大地改变了人们的思想价值观，人们的日常穿着也被赋予强烈的政治意义。20世纪50年代，“毛主席装”及“列宁装”成为当时最普遍的着装。

毛泽东主席成为新中国领袖后，红帮裁缝田家桐受政府委托为毛主席定制服装。田师傅以中山装为基础，为毛主席制作了一套更符合其高大身材及国家领袖形象的新制服。他加宽了领部，将领角从圆形改成方形，同时加大了整个衣服的尺寸。又根据毛主席的要求，在右上口袋加了插笔孔，以象征中国人视教育为传统美德的思想。

由于当时中国与苏联的特殊关系，苏联领导人列宁所穿的“列宁装”也成为一种流行着装。列宁装与中山装很相似，只是增加了双排扣及腰带。直到1959年中苏关系恶化前，中国许多人都穿“列宁装”。

20世纪50年代末，战争的阴影及各类政治经济运动的影响逐渐淡化。根据上海市档案馆珍藏的报纸及文件记述，到20世纪50年代中后期，人们的日常着装已开始有了明显的变化。根据档案记录，随着经济逐步恢复，1956年在中央及上海市政府的支持下，上海举办了一届妇女儿童服装展览会。展会的目的是给妇女儿童提供“更加丰富多彩的服装选择”，因为一直以来妇女儿童都穿着和男性几乎一样的“制服”，这“不符合中国作为一个社会主义大国的形象”（王东霞 2003:175）。根据

上海《新民晚报》1956年2月29日的报道，展会展示了由工艺美术家、服装设计师和高级技师所提供的600多套服装设计稿（朱叶，1956年2月29日，第2版）。其中250幅设计稿被选中制成女装，50幅被选中制成童装。女装包括日常装、假日装、晚装、运动装、孕妇装及工作服。也许为了体现工人阶级作为无产阶级先锋的形象，工作服成为展会主要展示的作品。

时至20世纪60年代，从历史照片中可以看出人们的着装选择更加丰富了。西服又回到人们的日常生活中，女性可以穿长裙，发型也更加多样化。但是正当一切逐步走向正轨时，一场巨大的灾难笼罩了中国——长达十年之久的“文化大革命”开始了。突然间，吃什么、穿什么、做什么——人们的一切日常生活行为都被贴上了政治标签。“文化大革命”期间，无论是发型，还是衣服、裤子，都必须保留在“恰当”的长度。即便是裤口的宽度也必须尺寸“精确”。西服、布拉吉衬衫和长裙则被视为资产阶级的产物，属于严重的“政治错误”。只有军绿色制服、深蓝色或灰色制服及毛主席装才是“正确”的着装。

时装公司及设计师的命运

新中国成立后，原来的时装公司要么破产，要么改成服装加工厂，产品出口到其他国家。因为出产的服装做工好、价格低廉，加上拥有丰富的劳动力，中国开始逐步成为服装出口大国。

外界普遍认为，1950~1980年中国是没有什么服装设计师的。其实，即使在20世纪80年代以前，中国也是有服装设计师这一职业的，比如有为舞台戏剧和电影电视设计制作服装的戏剧服装设计师，还有在服装技术研究所工作的服装设计师。本书前文中提到的金泰钧先生，在鸿翔公司被国有化后，加入上海第十五服装厂，专门负责对苏联的出口业务。几年后他被调到上海服装研究所工作，这是当时上海唯一可以接待外宾及经营出口业务的服装单位。此间，金先生曾设计了一些服装，放在研究所展示橱窗内供外宾参观。他也曾为全国性的服装展会设计过