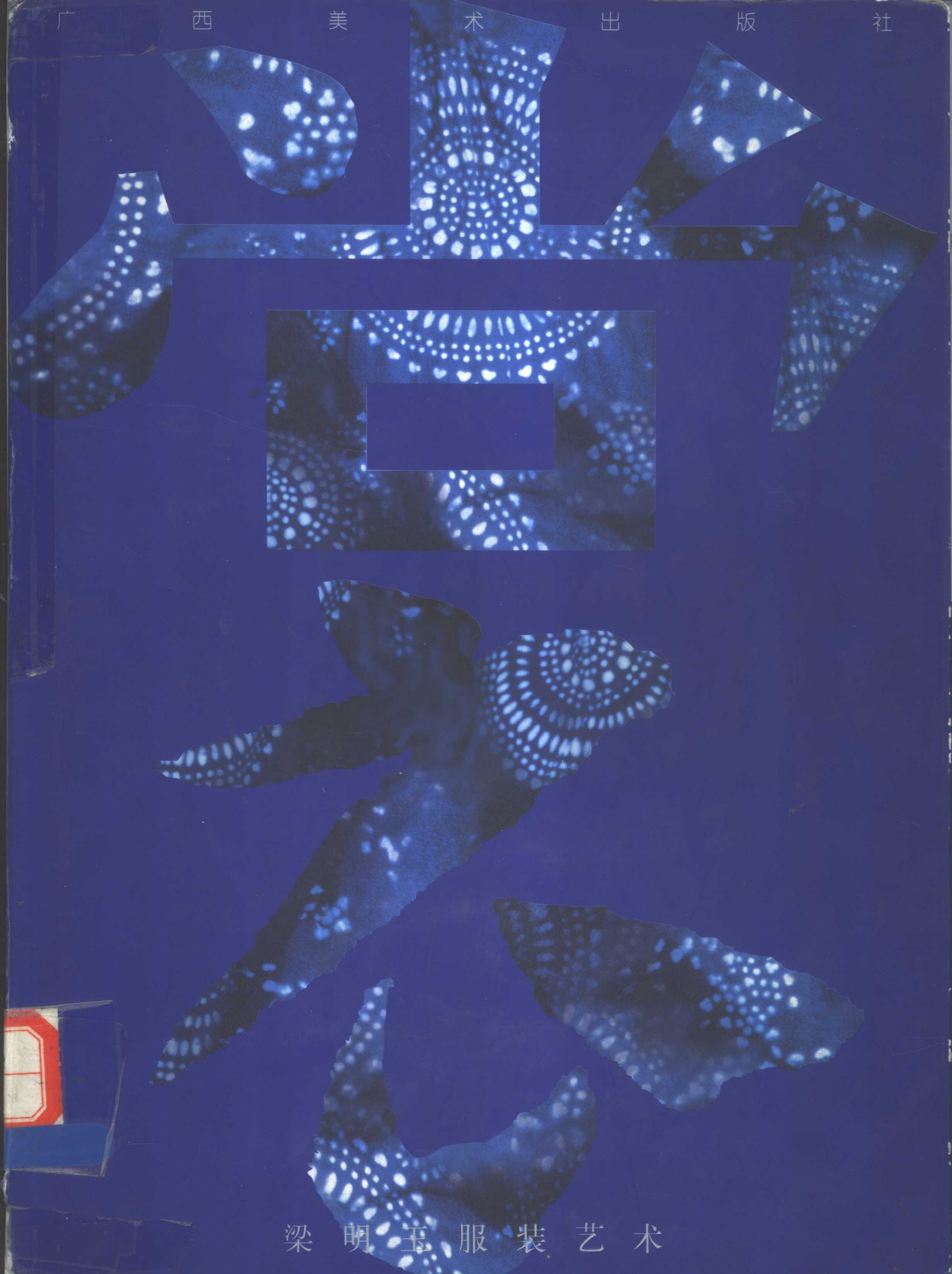


广 西 美 术 出 版 社



梁 明 玉 服 装 艺 术

Y41.2
32

Liangmingyu Fashion

梁明玉服装艺术

尚衣

Art
CLOTHING



00149386

出版: 广西美术出版社
发行: 广西美术出版社
地址: 广西南宁市望园路9号
邮编: 530022
制版: 深圳彩帝毕升实业有限公司
印刷: 深圳雅昌彩色印刷有限公司
版次: 2000年2月第1版第1次印刷
开本: 887mm × 1194mm 1\16
印数: 1000
书号: ISBN7-80625-771-3/J.635
定价: 78.00元



LIANG MINGYU

RA720/06



目

录

服装的沉思	梁明玉	1
中国灵魂的天才设计	聂昌硕	12
柔软的辉煌——传媒评介梁明玉		17
梁明玉艺术年表		43
系列一 蓝		50
系列二 红		62
系列三 黄		74
系列四 黑 白		84
系列五 彩		104

21	PONDERATION OF CLOTHING	BY
	LIANGMINGYU	
36	THE TALENTED DESIGN OF THE CHINESE SPIRIT	BY
	NIE CHANGSHUO	
40	THE LITHE BRILLIANCE——THE COMMENTS ON LIANG	
	MI NGYU	
44	THE ARTISTIC CHRONOLOGY OF LIANG MINGYU	
50	SERIES 1	BLUE
62	SERIES 2	RED
74	SERIES 3	YELLOW
84	SERIES 4	BLACK AND WHITE
104	SERIES 5	COLOURED

CONTENTS



霓裳丹青

许多人,包括记者、学生、顾客们都爱问我一个问题:“你是怎样走向设计师之路的?”设计师们似乎都有着同样的经历:从小喜欢做衣服,有一个奋斗的青年时期和几次成功的商业机会。我也有着类似的经历,但有一点我必须承认,我在从事服装设计之前,从来没想到要当一名服装设计师。从小喜欢自己做衣服,是我少小年代女孩子们所承袭的传统,即所谓“女红”。我从小就醉心于绘画,从在长江边上划沙涂鸦到考进美术学院,当一名画家一直是我坚定的信念。我接受的是在中国流行的苏俄素描体系训练,练就了将石膏画得敲得响的扎实造型功力。1986年,一个偶然的机将我卷进服装设计的浪潮,从此一发不可收拾。那时正是我绘画感觉最好的时期,艺评家们认为我绘画的前程无量,弃画从衣实在可惜。如今回首历程,我无怨无悔,并更加深深挚爱服装设计事业,我将为之奋斗终生。

服装的沉思

梁明玉文

我在从事服装设计之前,喜欢制作软雕塑和壁挂、玩具,我总觉得这些形式、质材所具有的柔性和三维空间性,比绘画的平面更能激发我的艺术灵感。现在回想起来,我当时设计服装纯粹是我的艺术境界的拓展和一种文化观念的表现,我是将服装当作雕塑和行为艺术来弄。当时真是我行我素、独来独往,我从没想到要去当一名服装设计师,更不去考虑服装圈的规则和市场因素,只是在服装领域发现了一片展示我自己艺术理想的广阔天地。我们这一代艺术家是苦行僧和铺路石。苦行僧的行为是靠自己的信念支撑的,而铺路石的命运是由时代和社会决定的。使我熬过多年苦难经历的是对艺术的膜拜和对人性的忠诚。有时我感到,苦难感和悲剧性已成了我们这代文化人的基因。有两件事,我此生难忘、永铭在心。我插队时邻队一个“知青”已接到回城通知,为了惜别那青山翠岭,他去点燃水渠工地的最后一眼哑炮,被石炮抛入了万丈悬崖。他那空中飘坠的身影,阐释着我们青春时代的悲剧意义。再就是几次贵州之行,萌发了我今日的艺术观,使我终生受益。那里的山民信奉他们自己的生存信念,生活充满乐趣,唱着虽听不懂但毫无造作的歌。他们的心态比我们城市人健康宁静。这里的姑娘从幼年起便动手缝制自己的嫁妆,母亲们在树林中,敞开硕大的乳房哺育着超生的孩子。这柔韧顽强的生命给了我极大的震动,我突然感到艺术家的自我、孤独、痛苦与这强大的人类生命相比实在是太轻太轻……

当时,中国艺术界由于长期的人性压抑而掀起普遍崇尚西方的反传统潮流。对这苦难生命的观照,使我在潮流中保持了自省独思。干涸的鱼塘和暴晒的太阳成为我多年的画题。1987年我画了《繁衍》,1990年我开始构思服装设计作品《南国魂》,都肇始于对这大生命的赞叹。

经过无数波折,1992年11月,我在北京推出第一次个人专场表演,赢得了服装圈和传媒界的广泛好评,并在服装界引起相当反响。几年以后,服装评论界有理论将中国服装设计师分成艺术形态和市场形态两种类型。而我的真实感觉是,当我在做市场形态的服装时,我是一名服装设计师;而当我在做文化艺术形态的服装时,我是一名造型艺术家。多年来,我始终转辗于这两种角色之中,是中国服装业的迅疾发展把我从艺术界拉进服装圈,是大众生活的需求使我缩小自我的领地而关注公众的现实。

蓝与红

瞿塘白月高高照亮一江泓流,陡峭的崖壁之上,矫健的雄鹰翻飞,旋匝于峡江樯帆。暮云低垂,沉闷的春雷轰鸣着滚过苍翠的群山。连绵阴雨湿透了整个世界。山色空濛,层层梯田舒张着随心所欲的旋律。遍撒的墨点是茁壮的松柏,点划着无处不在的生命节奏。山谷里回响着悠远的牛铃和欢喜的狗吠。炊烟升起,被松枝熏黑的房梁吊着

铁釜,在啪啪炸响的火光中,满屋弥漫着苞谷糊的清香。一声啼哭,一个生命诞生在一架沉重的老床上。在这生命的起始,南方的儿女睁开眼最先看到的是蓝白交错的世界。蓝白印花的老帐子、老被套、老枕头、老围腰,不知是外婆的故事还是爷爷的回忆,这蓝与白的生命意象深深地印在我童年的心扉。

红色是我们这一代最熟悉的颜色。在少年记忆中,满目是红旗、红五星、红宝书、红标语、红袖章、红颜料、红海洋、战火、鲜血。红色风暴过去之后我们被放逐到广阔天地去接受贫下中农的再教育,与苍茫的群山和泥泞的田野作伴,度过我们最清新的年华。当我再次去体验那童年记忆蓝底白花生命意象时,真正感到的是深重的苦难和巨大的悲剧,并永远凝聚成我们这一代人的心灵关注和艺术基因。

于是,对当代服装潮流的观察,对当代文化精神与生活时尚的感触,不免就搀进了对苦难的拯救,对生活的责任,对悲剧的体验,对高尚品味的追求,构成我对“南国魂”系列服装的创作冲动和灵感,所以在我设计《南国魂》时蓝花布就成为我全部的生命寄寓,骨血般亲昵的材质和为之灵魂投入的诱惑。

蓝与红,是我艺术生命的基调。

幽深的靛蓝,从古老的民族灵魂中沁出,是我的性灵和根土所在。刺激的血红,从时代与命运中喷发,是我的情绪和使命所在。蓝色是我的时间之维,红色是我的空间之维,《南国魂》是我对历史的认识,我用她表现民族血脉的嫡传与忠诚,苦难心灵的体验和承负,灿烂生命的呼唤与升华。《红星系列》是我对现实的表现,我用她表现理想的辉煌、青春的激情和存在的荒诞。

蓝与红,化成碎片,飞散在我的设计生涯,化成光环,莹照着我的艺术道路。

心物技艺

服装圈有服装圈的规则。跟纯艺术家的营生完全不同,纯艺术家的劳动是个体性,不需关涉其他环节,而服装设计则牵涉方方面面。

服装是人类最古老、也是最永恒的一种艺术和产业,服装始终具有心性和物性、艺术和商品、审美与实用的双重性。服装的这种本质使设计师是技和艺的双栖人。太超脱的艺术家成不了设计师,因为他不能接受异己的消费者趣味和严酷的物性规则;太平庸的艺术家也成不了设计师,因为他无力形成领潮的风波,无法激发受众的审美情绪和购买欲望。在我的设计生涯中,自感慰藉的是:对经典艺术的孜孜追求,使我能冷静地观照流行、演绎时尚。对人性价值文化品位的崇尚,使我在设计中能力避平庸、超越

功利。对形式结构的把握谙熟和对色彩质材的敏锐直觉,使我驾驭服装得心应手、驾轻就熟。

人类的思维总是有局限性的,人们对事物概念的判定也总是依据经验约定俗成的。今日人们对服装设计概念,首先是建立在功能性、实用性的原则上,服装设计文化内涵和形式风格都必须遵从这个基本点。将服装作为纯艺术、纯文化形态来弄,便超出了人们的常识,不易得到广泛的理解。其实,只要能稍微超越观照,物心、技艺之间只是一个“度”的问题。为什么不可以打破服装的功能规定性?我琢磨出来:服装既然是一门艺术,她就跟所有的经典艺术形式一样,既可以是装点人生的轻松游戏,又可以成为惊神泣鬼的史诗钜制。《南国魂》就是我用服装的形式语言谱写的中国史诗。

技术和艺术、物性和心性的混缠使服装设计这个行业充满浪漫的色彩和可怕的风险,也使年青的中国服装设计界为之争执不休、莫衷一是。这种双重性可以令服装学子不知所从,既可以成为精明商家的推销妙术,也可以沦为毫无边际的虚唱空谈。我感觉,其间真谛与谬误,全靠自己清醒的头脑和坚定的意志去把握。进入服装圈以后,严酷的市场现实、铁与血的价格世界立刻敲醒了自己的梦幻,世界上再也没有比商业现实更具有改变、甚至扭曲人性的力量了。说实话,在原则上我是将物性和心性、商业和艺术严格分开,而在技术和艺术上高度统一。一方面,我搞商品服装设计,就是为了商业利润,目的十分明确。这要求艺术服从于商品需要,注重工艺和审美因素的和谐统一,能给顾客优雅的服装品位;另一方面,我设计自己的作品,标新立异、叱咤天地、纵横物心,不求挣钱,目的同样明确,这则要求技术和物性服从于创意风格需要。在这个阶段,我创作了《红星毛泽东》系列,就是表现国人从纯精神状态一下子进入纯物质状态的文化环境。

由于对服装的技艺心物关系缺乏认识,致使中国服装教育界产生了所谓“学院派”的误区。这是一种既远离真正的艺术,又远离市场商业实践的教育结果,现行服装教育既缺乏文化的引导和精神的超越,又与生产、市场的实践严重脱节,并出现高度程式化的设计风格和设计理念。中国几乎所有的服装院校培养出的学生都具有相差无几的观念和风格,中国几乎所有的设计竞赛都盘坐着永远不变的评委和永远不变的标准,所以,中国的服装企业和服装商家便生产、销售着相差无几、似曾相识的服装。在我的公司车间里,每年有数十名服装高校毕业生实习,我把他们安排在生产和市场第一线,适应现实、改换观念、从头做起。

创意与规范

如果说服装设计是一门艺术,那么她是一门被束缚的艺术。她的



艺术精神和创意灵感始终被人们的审美惯识和功能规则束缚，而设计师的创意亦通常自觉地生发于并遵守着物性规范。作为一名艺术家和一名服装设计师，我深深感到，由于服装出自人体的本能需求，世上没有哪种艺术形式比她更具有丰富多彩的人情人性；同时，由于服装出自最基础的人类共性，再也没有哪种艺术形式比她更具有苛刻顽固的规范性。

除非你的设计完全超脱功利而为纯艺术作品，否则，你的每一设计环节都要受制于规范。这些规范对设计师来说，表现为工艺、材料、人体工程、穿着习俗、时尚趣好、流行规则等。

作为一个设计师，如果你只有创意灵感，不熟悉专业规范，你的设计就是一副花架子，将受市场的嘲弄。陷入常规的设计师如果被专业规范压得喘不过气，便没有任何创意灵感可言，同样也会被市场抛弃。

许多服装学子，谙熟结构、版式，却不知服装的灵魂在于美感，以致做出的衣服板滞无韵味。一件衣服，关键部位多一丝或少一点就决定你设计的品位和神韵，这几乎是不可言说的诀窍。创意和规范须是用心灵去把握其关系的，用审美的心灵去把握每个细部和整体结构。也有一些颇具才华的青年，美感灵气都不错，却不能静下心来摆弄细节，钻研工艺，这种人同样不能成为优秀的设计师。一个真正的服装设计师，对待布料和衣服结构细部就像情人般眷恋，在与它们的对视中萌发无数灵感，用一团柔轻去塑造梦中的辉煌。

东方与西方 东西方服装的差异背景是文化差异，有关中国服装界设计方向的争论，实际上也是文化观的争论。

民族性口号的内涵应该是一种文化宗旨和艺术观念，而不应是具体的风格和形式。事实上，民族化的口号和成衣市场的现实有着很大的差距。中国人的衣着文化，在五四运动以后就几乎全是西方化了。改革开放以来，中国人越来越追求国际流行时尚。而在国际服装界，中国风偏偏盛行。这种双向的文化趋势给中国设计师带来一种深深的悲哀。我们听任西方的标准来选择自己而束手无策，出于我们文化本位的大多数创意却远离市场与时尚。国人的设计意识与国际规则相去甚远，而欧美的设计经由港台的通俗阐释却流布全国，普遍的实用主义和流行的平庸审美正在取代本土文化的根基，本土文化精神和艺术经典形式得不到国人的自识和推崇。坐看西方人的东方情调如隔岸观景、不伦不类。今天，对中国服饰灵魂和设计走向作深层思考与高品位选择，杜绝肤浅与平庸，杜绝自卑与自负，杜绝衰迈与保守，对于中国的优秀设计师们和中国服装业的决策者们

尤为重要。

所谓东方的概念，是传统性、地域性的限定和惯性。只有超越“东方”的既定概念，才能正确面对“西方”及当今国际潮流、规则；而只有超越“西方”的既定概念，才能真正确定“东方”的价值。日本的设计师们有着成功的先例，三宅一生、高田贤三、山本耀司都是超越了自身的“东方”束缚，在西方服装圈摸爬滚打，熟稔了西方的语言和规则，由之方能把东方的文化精神变成西方的形式创意。当今世界服装界有着自身的游戏规则，这就是由巴黎服装圈制定的模式。对于中国服装界和服装设计界来说，我们所热衷的话题和欲扩展自身的意欲都面对这种模式设置和前提划定。所以我们不必懊悔磋砣的争议和曾经误区，也应继续宽容各种观念、方式的生存发展。只有认识自己的文化局限并超越自己的局限，才能与世界同仁站在同一个基础和起点之上。同样，只有用艰苦的奋斗和清醒的头脑，才能超越世界同仁们的局限，而证实标树自身。

走到今天，我深信我的设计观是使中国服装设计界步入国际的真正途径。

流行与经典 流行是一首永远唱不完的歌，在生活的某个段落，一个领头的唱一句，所有的人都附和，为什么唱，唱什么，或许领唱人也不甚清楚。

流行的本质是人类的趋同心理。人类是群居动物，有人类社会，就自然会产生流行，从古到今，再到未来。流行是短暂的，后一个流行不断取代前一个流行，流行又是永恒的，由无数短暂的流行汇成历史长河。

流行是自然生成的，她随时反映、表现着社会思潮和共性心理、地域文化和生活习俗。如当今城市，休闲时间和休闲阶层多了，休闲形态的服装就流行开来；生活好了，衰老减缓，人们倍加珍惜易逝的青春，于是青春派的流行层面便广了；年辰欠佳，避祸消灾，便举国流行红裤衩。

流行又是人为设定的，她随时表现社会的精神聚焦和民众的从动。如“文化大革命”，亿万百姓流行红卫兵服、灰中山装、军用挎包，这是由于政治生活化的设定；又如地球毁坏，森林、草原消减，人们开始正视生态环境的恶化，于是全球流行绿色织物、绿色衣饰，这是由于生存环境的设定；再如科技、经贸发达，社会、生产关系变化，白领阶层多了起来，于是又流行所谓职业装、白领风潮，这是由于社会身份、阶层形象的设定。90年代初，台湾作家三毛自杀，这是一位在大陆有颇大读者群的作家，我设计了几款少女穿的怀念三毛系列夏装，一时成了风抢之物，在几个城市流布遍街，这是由于社会心理的设定。

流行藉靠导向与传媒。巴黎可谓世界服装中心，全世界的名师以专卖店或博览会的形式云集巴黎。无论是高级服装还是普通成衣，都是由巴黎发出下一年趋势信息，强大的传媒和商网将巴黎的指令发向世界每个区域，各区域又根据本域的身材特征、穿着习惯、文化习俗予以阐释修正，再通过本域中心城市将流行遍布地球的各个角落，即使偏远的乡镇也能见到巴黎服装过季的流行风。可见流行是共性文化的血脉网络，是缩短文化距离的粘合剂。

流行的胜利意味着个性的取消，流行赖以生存的基础是趣味的趋同，所以流行又是温文的束缚和风雅的羁绊。在成衣商店可以发现，众多的品牌与风格间弥漫着相似的气味，所以流行是近似的思路和平均的模式。只有那些独具慧眼的大师才会在浮泛无波的海面扬起标新立异的风帆。而要获取大众的利润则必须恪守平衡的原则，能在共性、平衡和个性、超越之间把握得当、操作精妙，这才是优秀设计师的取胜之道。

流行是永远不可捕捉的。流行不是一种具体形式，不是袖子、领口、裤型的细节变化，而是寄寓在形式背后的时尚趣味和表现心理。流行是时尚的需要，民众必然要调换新的口味；流行也是商家的需要，商家必然要制造新的需求。流行是说不清的抽象形态，似是而非、若即若离，这其中的模糊空间，正好容纳供需之间的想像和希冀。服装流行如果太具体于款式、色彩，便会缩小其受众范围。所以，流行必须容纳趋向中的差异性。认识流行也不能拘于细节，而宜从审美旨趣、着装心理、时潮共性上去把握。

流行不可抗拒。流行服装、流行音乐、流行时尚、流行语言、流行思潮、流行“文化”感冒……构成当代文化风景线。由于流行的非个性，尤适于制造。如果一种流行切中共性心理，设计一个标范，制造一种需求，使应者云集、趋之若鹜，并非难能。所以流行的标件化否定了选择。

流行的本质必然是轻浅的，人们既不愿意费思索去选择，自然也不愿费心力去负重，所以商家和设计师制造流行，往往避重就轻，取优雅而拒深沉。

与流行相对立的便是经典。所谓经典是那些恒定在人类文化、艺术史上的东西，它试图贯穿、指导人类永远的文化、艺术生产，它随时昂着高贵的头颅、板着严肃的面孔、挺着高雅的身姿。经典与流行同样，不是具体的形式，而是一种文化方向，一种艺术品位。经典是一种灵魂，又可以化着形式，不仅可以体现在一片领、一只袖的精微处，更整体体现为服装的韵致和神采。流行趋于感性而经典趋于理性，流行富于变迁而经典多具永恒，流行趋于动感而经典趋于静穆，流行观照当下而经典观照心灵。

时装艺术是一种当代艺术形态，本身就是流行和经典的联姻。岁月悠悠，飞逝了既往的浮光掠影，而留下璞璧真金，昔日的流行便升华为今日的经典。流行的大潮中形态参差、鱼龙混杂，能留在服装史上的流行总是标范了那一时期的社会心理、审美时尚和视觉特征。今日世界有成就的服装设计师无不擅其道，他们重释经典、制造流行，并用流行形成新的经典。

经典与流行其实都是一种精神形态，可感而不可触。评论界都说我的《南国魂》是经典服装形态，我自己觉得《南国魂》是从我灵魂之中迸发出来的，所谓胸中块垒，不吐不快。中央电视台评论《南国魂》表现了中华民族博大精深的文化传统、苦难深重的悠久历史、雍容华贵的服饰气度。我在心灵深处是崇尚经典的。这种艺术的经典性汇集了我们民族的历史、文化、苦难、传统，也凝聚了我们这一代艺术家对民族的热爱、眷恋、崇敬、虔诚和报孝。

《南国魂》之为经典，在于它深固难徙，不因流行的诱惑而随迁别移，在于它真诚执守，不因纷纭的世态而换颜改色。通过长达近两年的《南国魂》制作，我更加认识了经典艺术。经典艺术观照心灵，所以她逃避痛苦和孤独；经典艺术追求理性和本质，所以它独上高楼、心驰终极、穿透浮尘、不屑旁顾；经典艺术强调责任，所以她牵魂挂魄、苦恋炽爱、如痴如醉、牺牲自我；经典艺术追求视觉完善，所以，她一丝不苟、不容微瑕、九朽一罢、百炼成钢。

理想与现实 服装产业的现实，必然要求绝大多数设计师服从于商品世界的主题，安于市场的现实。而一个成功的服装设计师，并不只取决于其艺术才华和个性风格。世界上所有成功的设计师是将自己的创意和才华巧妙地定位于大众的品味和时尚的枢机。纯粹的艺术与功利无缘，更与媚俗无缘，那是艺术信徒殉葬的炼狱和与上帝倾谈的净土。而顾客消费的仅是适体的风雅和身份的表征。所以，要想惟我独尊的未来艺术家切莫卷进服装设计的深渊。能有几个设计师知道，T字台下的掌声和鲜花，绝不是赞颂你的心灵境界和个性风格，而是回报你对民众趣味的奉迎和为之制造了新的兴奋点？

在中国的改革开放中，知识分子最大的变化是开始正视心灵和存在的多元性，在理想与现实中逐步保持平衡与适应，从而避开对抗与痛苦。不知什么时候，自己感到过去高蹈的理想逐步转换成具体的责任，恃才傲物，也化为宽容兼善，过分具体的设计事务改变了自己许多。

多年来，我已习惯每天十几小时的工作，考察注视国际潮流，预测推出市场流行，布置服装工程，指

导核查版式,为选购布料、签订合同,在天上飞来飞去。为保障效果苛求细节,为工艺质量不舍昼夜,还要抽空做自己的创意作品,剩下有限时间独处工作室,在柔光和音乐中,涤荡尘垢消除劳顿……我身边都是比我更年轻的人,我对其要求甚严,其中理想与现实平衡的自然练就了本事,理想与现实不能平衡的只能半途而废。我对他们说,社会是绝对公正的,命运是由自己把握,吃得下这门苦的就是稀有动物。

每一代年轻人都有自己的理想和梦幻,往往条件好了,理想便会超越现实,变成了梦幻,而梦幻是与理想和现实都无关的东西。我们这代设计师,由于经历了特殊年代,只有理想和现实的境界,而没有梦幻的空间。物质和金钱必须自己一分一分地挣,艺术必须自己一声一声地啼血。服装设计在中国,并不只是鲜花铺路,伴着优雅的音乐看着美丽的模特儿扭动腰肢,而更多是在荆棘中穿行,在百般近于残酷的现实中保持清醒和平衡。在中国作服装设计师,必须正视中国的事实,正视中国服装普遍的低级市场、低消费水平、低购买能力、通俗审美的现状和纺织业高新技术匮乏等现象,但又必须用理想去超越现实,为国家的产业和自己的艺术,树立起高层次的目标。

面对这些现实,我们这一代设计师毫不退缩,拼搏在艺术和市场之间。所以,我们这一代设计师,是中国真正意义上的第一代设计师,我们担负着开创和启后的责任,并鞠躬尽瘁,死而不已!

市场与定位

作为首席设计师,就像是一个总参谋长、一个导演,他不能拘于末节,而应该是一个服装企业的软件中枢。必须对企业形象和品牌战略作长线观察与全盘策划,在他统筹下的产品风格、形式系统,担负着企业的生存命运。服装业有别于其他产业,其他产业的产品定位,取决于各种因素和各个环节,而服装业所有的问题都最终集中在首席设计师和经营者的产品形态决策上。因而首席设计师面对的问题首先不是具体的形式、面料,而是产品的市场与定位。正确的服装定位都是充分了解、把握市场,而不是追随市场,更不能脱离市场。设计师只是遵守市场规律还不行,还必须得对市场有所超越才能使消费者产生适度的需求。

消费能力决定市场。刚达到基本生存条件的大部分国民对消费设计这个概念难于接受,所以中国的大宗服装市场与设计师并无甚关联。作为服装产量世界第一的大国却没有驰名世界的品牌,这个现实也就不难理解。中国的成衣市场大致可分三种:

低档大宗市场、中档的企业品牌市场和中高档的企业品牌和海外品牌代理市场。中国目前几乎还没有高档成衣和高档服装市场。低档大宗市场无需设计,几乎完全处于物竞天择、残酷竞争的无序状

态,其中定位悉以低价格、低品位为准。这种状态无需也无法去控制,随着经济文化的发展,自然会逐渐缩小份额并梳理健全市场内部规范。

中档的企业品牌市场在中国成衣发展过程中最有希望。这是因为其在初级阶段的发展中,建立了相当的技术设备和具备了一定的质量保障能力。作为单纯成衣加工,中国的大中型服装厂一般都能胜任,这类市场或企业发展的根本问题,在于与优秀设计师的结合,将现成的硬件配上高级的软件,以面对竞争激烈的市场作出准确的产品定位。

中高档的企业品牌和海外品牌代理(主要是港台)一般针对流行文化圈的青年人和正兴起的白领层。随着中国经济、文化发展,这类市场将有更多人问鼎瓜分。这类品牌的优长之处在于熟悉把握国际市场流行规则,因而能在国内显示前卫性和潮流性。这类品牌的弱项在于设计风格的平庸和近似,对国际潮流的效仿、隶从,难以形成超级名牌的根基和底蕴。《孙子·谋攻》说:“知彼知己者,百战不殆。”市场定位的前提是熟悉自己,只要正确掂量自己处在哪个位置,具体的产品定位便是较为简单的事情。市场定位不是一锤定音,对一个企业而言,应该有一个系统机构和科研程序,在首席设计师的指挥下,从事市场测试到投试反馈等环节的具体工作。定位的准确性不仅来自科学性、客观性,也来自直觉。因为消费者的选择都是感性的,商家定位全凭理性,便有输的风险。这其间的奥妙,难以言说,成功取决于定位系统的慎密和首席设计师的天赋判断。

操作与实力

操作与实力是现代实业和现代人生存竞争的法宝。对于服装品牌、服装企业和服装设计师的自身发展过程而言,这两种因素都是必备的。所谓“实力”的概念没有绝对的界定,所有的实力都是相对而言的。都在变化的条件中生存发展。在不断变化生产关系和社会关系中,一个企业的经济实力,一个品牌的市场实力,一个设计师的设计实力,都是相对的。所谓操作,是在各种机遇、条件和过程中扩展实力的技术手段。

操作与实力也是相互关系、相互作用的。只有相对实力而缺乏操作,只会给发展带来障碍,生意越做越死;只有操作而缺乏实力,便是所谓“假打”,空有其名,不能有所发展。

对于服装企业来说,不管你操作再有方、广告再多、名声再响,最关键、最实际的还是看你这个企业有多大成衣销售量和附加值。即最终要看企业经济实力。对于设计师来说,即使你知名度再高、机遇和关系再好,即使操作得左右逢源,最关键、最实际的还是要看你设计的衣服有没有人买。即最终要看你的设计实力,是否能使品牌保持高品位和高附加值。

在今天的服装市场中,服装企业的实力主要表现为设计实力和技术实力。在竞争日益激烈的现状中,设计成为服装的第一生产力。树立企业的品牌形象、风格、质量,都要贯穿整体的设计思想,在首席设计师的主持下,健全企业产品的设计体系并加大能量。

设计师的实力有两方面:一是自身的艺术创意能力和设计才华,二是对市场规则的熟悉和消费心理的把握。这两者都是非常重要的。只有艺术创意能力,缺乏对市场规则和消费心理的把握,就谈不上设计实力;但在具备了对市场规则和消费心理的把握后,艺术才华和创意能力就是至关重要的。有一些设计师虽然有对市场规则和消费心理的把握,但创意才华和艺术底蕴不够,最终也不能成气候。所以,说到底,设计师的终极实力还是自身的艺术才华和创意能力。

名师与企业 近年中国服装界的重点话题是设计师与企业联姻。这表明,中国的服装业正在告别初级阶段,双方都开始正视服装产业的根本性质。服装到底是一种什么性质的产业?许多企业家未必明了。而服装设计到底是一种什么性质的行道?许多设计师亦未必明了。

本世纪以来,纺织业高科技和服装消费成衣化促进了服装企业的发展,而设计师的品牌风格和社会名声造成服装的高附加值。这种双向实力的结合制造了服装业的辉煌。这种结合本身就显示着服装产业的心物二重性和当代市场经济的规律。在现代市场经济中,产品规模化、科技投入、生产管理、资金运作与市场份额,这些因素是企业所长,而消费趣味、人情变异、时尚神经的捕捉和社会心理现象的把握以及制造需求等因素则是设计师所长。对于服装业来说,企业只是硬件,设计师的思想对企业产品的策划是软件。硬软兼备,高度谐和,方能适应生存,谋求发展,创造奇迹。在国际服装界,许多成功者是设计师和企业家并于一身,如阿玛尼、皮尔·卡丹、瓦萨奇兄妹、丹尼尔·崔部亚……他们的成功,不仅取决于经济体制、财力保障、市场条件和文化背景,也是由于设计师的个人才华所造就的。

服装有异于其他商品,因它是一种文化商品,它的高附加值并不全在物性,而更多是设计师的个人风格、文化定位和社会名声,也是设计师与消费者之间文化心理的默契、审美趣味的相投。设计师和消费者之间的关系,不只是购物关系,更是一种社会身份的体现表征和人情味的保持方式,以及心灵的相互观照和名星崇拜效应,这些是企业单方面所做不到的。这也是国际服装界为何单纯企业的品牌不易成功,而设计师品牌、设计师和企业结合的品牌久盛不衰的奥秘所在。服装不光是一种产业,它更是一种文化,这种产业的性质决定了成功者是设计师的心性

才华和企业的物性实力的高度结合者。

在国际服装界,更多的成功范例是企业与首席名师的结合。如迪奥公司与费雷、加利亚诺的结合,夏奈尔公司和卡尔·拉格菲尔的合作。由于历史条件和体制差异,中国的企业缺乏设计师意识而不能发挥设计师的创价能力以推动高附加值,中国的设计师也不可能拥有企业的经济实力而游离于市场之外。在中国的现实中,优秀的服装企业和优秀服装设计师都是历经艰难痴心不改,才到达今天的地步。中国的优秀服装企业从初级状态逐渐注视到国际规则,中国的优秀设计师从本位文化和个性风格逐步走向市场现实。

从企业家的角度看,并非每个设计师都能担任与企业合作的重担。能够真正与企业合作并创造社会价值和利润者,确属凤毛麟角。企业需要的设计师,不仅必须具备较高社会知名度,其风格和品牌能帮助企业树立起良好的企业形象,并能创造出无穷的软效益,以作不必再投资的广告和企业文化的表征和企业形象,由设计师风格和品牌所创出的软效益是无穷的。更重要的是要设计师的高瞻远瞩、把握全局、兼通技艺、致宏极微的经济头脑、市场观念和专业实力。只有具备这种水平的名师才能担上这副重担。企业花重金聘请首席设计师,就是希望首席设计师能够真正把握市场份额、消费者的选择和民众文化倾向性,为企业赢取利润。

从设计师的角度看,这种联姻当然是要慎重选择、情投意合。他们不仅仅期望得到企业对自己的社会知名度和创价能力的公平报酬,更期望企业家能与自己的前瞻意识、设计观念取得共识和理解,并获得人格尊重。所谓企业和设计师联姻,是真正具备上述观念和实力的企业和真正具有责任心和实力的设计师之间的结合。只有具备了以上双方的合作前提和客观条件,这种结合才会产生效益。

中国服装业的前程有待于优秀设计师与优秀企业的结合。

装苑散步 服装可以说是人类最为广泛和神奇的艺术载体。法国文豪法朗士曾经感叹:“倘若我死后百年还能阅读,我将首选妇女服装杂志,而非其他经典。它更能使人洞察社会。”服装关涉心物二重性,注定了它的文化命运是不断超越从物性到神性的距离。

透过五光十色、七彩斑斓的人类生活画卷,可以看出服装其实是观念的表征和延伸,贯穿着人性、物性、神性。判别艺术有两种尺度,即审美尺度和商品尺度。每个设计师实际上都在自觉地把这两种尺度。我是将二者分得很开,我的艺术作品尽可能抛开

商业功利意味,去创造我的纯艺术境界。我在进行商业服装设计时则必须考虑种种市场因素。从操作角度看,这两种尺度也有关系,前者有广告效应,后者有市场效应。设计师出名当然有操作因素,但艺术创造实力始终是第一位的,在我的设计生涯中,这两种因素都有,但艺术是本质性的,是真正属于自己的,捡不来偷不去,操作只是个技术性问题,技术性永远也替代不了本质性。靠操作出名的设计师也有,但自欺可以一生,欺世只能一时,终成不了气候。

我的设计是基于对中国传统文化的挚爱忠诚。我觉得真正弘扬传统是面对未来,而不是面对既往。面对既往只会窒息传统,面对未来,才能使传统焕发生命。传统是一个人的出身和血统,血统是改不了的。我为我的中国文化血脉感到无比骄傲与自豪。

西方服装设计中的现代思潮,比较复杂。我觉得他们最大的特点是突出个性,如三宅一生的折皱,巴尔曼的拱弧造型都是以一个基本造型符号作创意延伸。在文化取向上也不一样,如蒙塔那是一种时髦的华贵,而瓦伦蒂诺是一种保守主义的华贵,威斯特伍德一直保持60年代“垮掉的一代”的前卫特征。西方社会与艺术进入后现代时期,则趋于一种综合,如现在当红的加利亚诺,有西班牙的浪漫神奇传统和边沿文化风情的综合,已谢世的瓦萨奇则是将罗马贵胄遗风与通俗流行融为一体。

名师缺位的问题困扰着中国服装界。众说纷纭,莫衷一是。国人在此事情上表现出前所未有的谦卑,一方面,培树国内名师羞羞答答按图索骥;另一方面,盲尊胡捧洋人平庸之辈。

不能正视自身,是国人近代以来的悲哀,如欲进入国际,必须以国际人的眼光看现实。中国最缺的是资金技术,最不缺的就是文化,多得泛滥,而服装正是文化和资金技术的混血儿。

文化与视觉资源的匮乏使今日西方名师的创意几乎山穷水尽。所以,非欧洲中心的边沿文化尤其是东方与中国的文化资源就成为西方人的猎物和时尚。服装界有一个普遍的误解,认为中国没有优秀品牌的原因是没有优秀的设计师。其实,中国有着世界最优秀的设计师,中国只是没有优秀的品牌,而品牌不仅仅是设计师所能解决的。

中国的优秀设计师在创意和品位上丝毫不较西方人差。真正充满生命活力和精神价值的中国设计还未被但必将会被世界认识。每想到这里,我就想起毕加索对张大千说的话:“这个世界,第一有艺术的就是你们中国,其次就是非洲”。我认为中国名师缺位的问题首先是物性和规则的缺乏,这个问题的解决不仅取决于设计师是否将身心投进市场,中国服装界的领导人和企业家所担负的责任似乎更为重大。

中国有句古话:“达则兼济天下,穷则独善其身”。阿基米德说:“给我一个支点,我将扛起地球。”关于中国服装界能否出国际大师的问题实际取决于国家的综合实力,设计师的个人条件只是其中的一个因素。在综合实力不具备的条件下,设计师能做的就是有限的空间尽量释放自身的最大能量。人的创造力是无限的,只要有才赋、思想和相应的条件,什么奇迹都能创造出来,无论是经济的还是文化的。

我首先是个艺术家,然后才是服装设计师,就我个人的艺术而言,我的绘画最好,服装次之。因为我作画心无碍,可直吐胸臆,做服装却毕竟要受制于种种规范。

真正的设计大师就是文化大师,划时代的设计必然有文化针对性。我的服装设计,企图表达我的文化观照。人的生命是短暂的,人通过自己的艺术去阐释世界,观照人生,使宇宙和本心融为一体,人便获得永生。我期望通过作品展示我的传统、现实、未来人生三境界。

服装的变革与质材的变革不可分,材料的审美对设计师来说是至关重要的。我做《南国魂》必须去乡下自染土布;《红星毛泽东》必须用毛呢,造成物性商品与政治理想的联系;《太空幻想》则用进口微孔银箔,造成与现实的陌生感。我想我过去的作品是超越苦难,制造辉煌,我现在面临新的超越,去超越华贵,制造希望,我必须用目前国际上最新最华贵的材料。

宗教精神使人升华,我不是任何教门的信徒,但我确认宗教情怀应是成熟艺术家的智慧之源。我的《天国诱惑》灵感来源于佛教艺术,佛门的庄严辉煌尽在其中;《紫气东来》灵感源于藏传佛教;《众妙之门》灵感源于道教艺术,青缎黑纱、飘逸玄远、幽深超然;《古事漫说》系列启悟于原始宗教,结合古建筑意象并融入现代形式与材料。

作为艺术家和设计师的双栖人,自觉不自觉地就要去表现文化状态。《南国魂》可以代表中国传统的现代状态。《红星毛泽东》则是以服装语言对中国当代文化生态的一种概括,有波普艺术倾向和解构意识。至于影响,那是接受方面的事,客观地说我的作品在当代中国服装界应该是有某种代表性的。

90年代起,中国严肃艺术家的选择困境在于接受层面的冷漠和陌生。这个地球正在整个肤浅化,人类数百年的理性正在悄然褪色,人们盲从感性放纵和存在现实。卡拉OK取代了当年样板戏的光辉,国人的实用主义思想使严肃艺术举步维艰。有时使人感到人类理性和经典艺术已经到了终点。很难想像未来的形态。整个文化的性质已经质变,痛苦已经不复存在。在这种情况下,严肃艺术家不应该甘当“最

后的贵族”，而应该投身于通俗领域。当代艺术的多元含义，本身就说明没有任何形式可称作典范。谁能证明你的严肃艺术不是过时的古董？当代真正的艺术，是以现代人的接受形式和现代人的视觉方式，深刻提示表现现代人的精神与他们的生活、命运。我觉得一个真正的艺术家是不能用现代或古典的尺度来判别的。他（她）能直觉；洞察人类的本质、不受时空所限，他（她）用任何形式都能点石成金。一个真正的艺术家，不拘于绘画还是服装设计还是其他什么形式，都能通达神灵，到达人性能达到的至高境界。

今日世界，欧洲服装跟欧洲文化中心论一样被视为世界的标准。由于高级服装的消费者大都是保守的没有痛苦的豪门贵族和浮光掠影的时尚明星，高级服装的市场现实使其精神含量较之其他艺术要平淡得多。这其间还有一个重要的因素，服装是一门从传统手工作坊生出的艺术，不少设计大师都是裁缝出身，并未受过什么高深的艺术教育。欧洲高级服装大师都必须投合保守的贵族审美品位。实际上，现代服装的改变，使服装产生艺术性变革，是成衣生产掀起的服装革命。70年代几位日本设计师如三宅一生等入主巴黎舞台，证明了欧洲中心论的解体。日本人的设计，一开始就是国际化。我认为日本人对现代服装的作用在于两点：一是日本人敬业的精神把服装的功能性、工艺性发挥到几乎无懈可击的完善状态，跟他们的汽车、电器一样；二是将东方人的一些文化精神和艺术情调、一种生命静观融入到西方形式主义中。

日本人的设计也给人一种印象，就是成为目的的工作和近于造作的静观，凝滞于精密制作以至心性掩于物性。相比之下，中国的设计更多富于与天地、宇宙相流通，与万物大千共生息的博大精神。

日本人的服装在国际化的同时，仍保持了本民族的一些传统形式，给人短小精悍的印象。就个人风格和艺术才能而言，我觉得三宅一生对形式的探讨，山本耀司对功能性、穿着性和服装本体价值的强化，川保久玲冷漠固执的独行态度，山本宽斋对大和民族艺术的发掘，都是很有价值的，对我的设计也有一些启示。

日本的设计概念在今日中国设计界产生了一些影响，一些从日本求学归来的时装设计师信奉服装物性本体的设计观。“服装就是穿衣服”，注重穿着功能性的设计观受到服装界的普遍认同。我觉得这个观点也没有什么错处，但这毕竟不是服装的最高层涵义。这种设计观，之所以有市场是缘于当今商品社会和全球性的拜物主义趋向。它离时代很近，离精神很远。

从中国物质文明发展角度来看，这些设计师起着不可置否的作用。他们把“文革”期间全国一片灰黄的服装布料推向花枝招展，但就服装设计是一门

艺术而言，他们基本上没有个性，只是欧洲、日本、港台的翻版。没有个性也不是他们的错，流行这个东西本身就意味着个性的取消。现代服装产业需要流行，制造流行，不一定只有个性的设计师才会成功。在商品世界中，往往是综合了共性的设计会成功，真正有个性的设计师未必能成功。

商业和艺术从本质上说是水火不融的两码事，但在表层意义和社会实践中，这二者又可以融合。由于现代服装面对的欣赏者同时是消费者，服装设计就始终是跟随着商业经营的发展而发展，所以设计师的成功，现代设计概念的完善，不仅仅是艺术的成功，主要还取决于经营背景和经济实力。

美国当代著名艺术理论家约翰·迪基对艺术赋予了全新意义，他认为判断艺术不仅在艺术家的天赋灵性方面，相应的社会权威机构的判定、承认和艺术的社会关系、对艺术的定义传统也是艺术的重要构成。他的学说受到西方社会广泛的认可，这就不完全是实用主义的解释，而是人类精神面对时代的变革适应。

香港虽然可称为世界出口服装的最大基地之一，但其服装面目则几乎是欧亚合流的拼接，几乎没有形成自己本域的设计内核，香港的服装有一种“身”的文化，而没有“心”的文化。香港服装的长处是占有世界经济口岸的条件，在制造和经营上，香港服装是最有发言权的，但在设计上，香港服装却较平俗，因为其缺乏一种独到的文化根基。台湾的、香港的服装也有一些较好的设计，但总的说来，缺乏一种在综合文化实力背景下对中国传统服饰文化精神的真正反省，从而把中国人的服饰引入国际化。中国服装设计若想在世界上形成阵势，恐要靠大陆设计师的深厚文化根基、港台设计师的国际化经验。大陆港台，全体华人设计界联合起来，才能建筑起一种强有力的中国现代国际服装文化形态。

有时我觉得我们这一代艺术家是当今世界上的一个奇迹，只有在中国这个特殊的社会环境中才产生我们这样的怪胎。在全球物性化、肤浅化的今天，我们还在保持、追求着理性的优雅、道德的崇高、拯救的责任和虔诚的信念。

服装设计师本身跟服装流行一样，也随时可能会被淘汰。对于服装设计这门行道，没有永恒、持久的话语，但却有着永恒、持久的设计灵魂，把握流行话语，或能取得一时的成功荣耀，但未必能逃脱作为迅疾的时潮中一名匆匆过客的命运，而只有把握设计灵魂，才能在设计史上留下你的声音。我深信并致力于这一点，保持与灵魂的对话而正视潮流的诱惑，攀着精神的方舟以渡茫茫的尘海。所以，自信我的作品不会随时尚的迁移而兴衰沉浮，她定与民族灵魂、世界脉搏同在。



走进服装设计的深渊，我感到自己成了过河卒子，只得拼命向前，几乎没有时间去考虑得失。人有了责任便会认命。上帝和生活是绝对公正的，在生命的长河中，得失都是相对的。我在开始从事纯艺术形态的服装设计时，没有经济实力，没有工作条件，只凭着激情冲动、灵魂震撼和摆脱不了的责任感在内心支撑。当时觉得只要把作品做出来，就是死了也心甘情愿。我是以自己的血泪和生命来设计，从来没考虑要得什么回报，而社会、民众和专业圈对我作品的肯定，就是最高的回报。进入服装商业轨道后，我感到，越是对客户尽心尽责、周到作想，客户对我就越信任，这就是最公正的回报。

一般情况下，只要你自己尽心尽力做完善了，社会对你会公正的。但也有你尽心尽力做完善了，命运却对你不公的时候。这时，只有冷静思考，才会超越当事；只有将情绪化成动力，才会再走向成功。在我的设计生涯中，对这种不公正见得太多，有时使人难以忍受，但事后反省，这不过是一种尽心尽责、努力完善的自律心愿与缺乏规则、听凭好恶的评判意志间的误会罢了。我的更加奋进和更大成功将是对事情最好的证明，而公论的关注亦将有助于中国的服装设计事业超越误区、步入正轨。

这也是奋斗者的宿命，事情往往就是这样，生活、社会欠你越多，你报答生活、社会的就越多，这种不公正就是大公正。你付出越多，心越安宁。焦虑是创作的动力，收获是心灵的慰藉。

平心而论，当今国际服装界并没有什么高深的东西可言。全球所有的服装设计师几乎都是在商业的前提下创作。真正把服装当成一门艺术来搞的设计师太少了，成器的则更屈指可数。就我个人的设计艺术而言，力图在艺术语言和精神深度上对欧美设计的现状有所超越。我认为，未来的国际装苑，中国的设计师将是一支劲旅。

中国设计师坚韧的生命意识，中国的深厚文化积淀将会给世界服装带来新的希望。伟大的艺术皆产生于痛苦忧愁，从而产生对人类命运的同情和真正关怀。在这层意义上说，相对于欧美时装的花团锦簇、升平世界、流光溢彩、沉迷苟欢，这两种价值的渗透，可能会产生一些奇奇怪怪的新东西。

中国传统艺术精神相对于现代服装设计艺术有些什么长处和短处呢？短处在于：由于中国人不善于逻辑思维而善于形象思维，所以认识方式不求精确而求感悟。中国人的思维方式和哲学方式源于《易经》的太极学说。这主要是感性色彩，理性也笼罩在感性色彩中。所以中国人在艺术精神上很深，但在形式和制作上则不如西方人认真、精到。西方的服装精益求精，千变万化，都是因为西方人严肃的科学精神所致。西方人搞设计在一种方式上搞得不能再搞下

去才罢休。中国人不一样，追求一种模糊感，若即若离、似是而非的状态是中国造型美学的最高妙境。中国的服装设计应该认真学习西方的严谨求精的精神，无论是在款式设计上，还是在制作工艺质量上都应该迎头赶上世界规则语言。

长处在于：中国艺术精神注重中庸之道，不走偏激道路，始终关注人的生命本身，富于人情味和生命过程中的细腻体验。中国文化艺术精神是由儒家精神和道家精神互补构成的。道家即老子、庄子的哲学流派，虽然道家没有像儒家那样获得正统的社会地位和政治地位，但作为一种生活经验、认识事物的方式和一种艺术法则，却是宝贵的遗产。老子讲虚空，以虚当实，在服装设计和绘画中，处处可以运用。以简运繁，就像水墨画的空白本身就是一幅画的构成因素。比如我设计的书法旗袍取名《知黑识白》，就是贯穿这种艺术法则，使黑白相依，剪裁布局得当。简单的黑白对比最靠修养，因为它抽去了色彩的炫耀，变得单纯，布局需要见真功夫，所以古人把简淡无色的水墨画看作最高的绘画境界是很有道理的。这件服装初做成是用秦小篆。为避免实就虚，我又重做了一件，提取行、草之间的笔路精神，将文字当成图案来布局，抽去具体字形字意，看上去都像字，但却不认识，这样给观众留下更多的想像余地和自由空间，意味就更深长。

中国艺术精神的这种特点，与现代艺术大师的追求实际上异曲同工。英国雕塑大师亨利·摩尔就是以模糊性的圆润造型和穿孔来制造丰富的空间，因为人类存在的真实空间始终是局限的。要冲破局限，就必须拓展人们的心理空间，而空灵就能使人产生广阔的心理空间领域，这也叫四维空间。亨利·摩尔的模糊造型、中国画的空白处理和中国园林艺术中的穿墙开窗借景，在这个意义上说是殊途同归。到过苏州网师园就知道这种开洞借景的手法是多么巧妙。中国古代诗歌同样如此，唐诗写道“窗含西岭千秋雪，门泊东吴万里船”，表现了斗室之内与大千世界相通的宇宙吾心的通感。我设计的沙滩服装本来是长裙大帽，造成飘逸感，但过分的大块造型又嫌堵塞，我就在身上开洞，以打破这种堵塞感，越开越多。但又要掌握原则，开放而不暴露，性感而不轻浮，使神秘感保持在雍容高雅的整体气氛当中。这系列很大，是十足西方式的，没有中国味道，但这种艺术的意味、手法，我想还是出于中国人不走极端的微妙心理。如中国古代画论所述，造险而后破险。运用传统的艺术精华要灵活，这种平衡不一定到处都能用，得看你创作的意象而定，有时就要像西方现代艺术那样走绝对一些。我的《雕塑系列》、《太空幻想》系列就是充分发挥想像，只要能想出来，我就要把它做出来，直到想不出来为止。我想这时候最好不要分什么中国艺术和外国艺术。我国文学理论界的泰斗钱钟书先生近年有高论说作家应是通人，应站在全人类高度上看问题。我理解就是一个胸襟宽广的艺术家，