

凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社

世界新锐设计师

安特卫普的秘密

当代比利时前卫时装

A

B

C

袁照阳 编著

D

安特卫普的秘密

E

F

当代比利时尚前卫时装

图书在版编目(CIP)数据

安特卫普的秘密:当代比利时前卫时装/袁熙旻编著.
南京:江苏美术出版社,2007.1

(世界新锐设计师丛书)

ISBN 978-7-5344-2239-3

I.安... II.袁... III.服装—绘画—作品集—比利时—现代 IV. TS941.28

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第007669号

责任编辑	冯忆南	审 读	郭廉夫
	张 韫	责任校对	刁海裕
封面设计	冯忆南	责任监印	贲 炜
版式制作	冯忆南		

书 名	安特卫普的秘密
编 著	袁熙旻
出版发行	凤凰出版传媒集团
	江苏美术出版社(南京中央路165号 邮编 210009)
集团网址	凤凰出版传媒网 http://www.ppm.cn
经 销	江苏省新华发行集团有限公司
制 版	南京新华丰制版有限公司
印 刷	南京新世纪联盟印务有限公司
开 本	889 × 1194 1/20
印 张	9
版 次	2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷
标准书号	ISBN 978-7-5344-2239-3
定 价	50.00元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路165号13楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



作者简介

袁熙旻，男，1970年2月生，籍贯上海。

1995年毕业于南京艺术学院设计艺术系，获硕士学位；2000年毕业于该校设计学院，获美术学博士学位；

2002-2003年度赴英国皇家艺术学院、伦敦大学学院任访问学者、名誉高级研究员；

2004-2005年度于英国皇家艺术学院设计史系、伦敦大学亚非学院艺术考古系作博士后研究。

1995年起任教于南京艺术学院设计学院，现任设计艺术学教授、硕士生导师，主要从事设计艺术学、设计教育史论的教学与研究工作。

已出版《中国艺术设计教育发展历程研究》、《新现代主义设计》、《外国艺术设计史》（合著）等专著6种，

参与《设计教育大事典》等5种专业辞书的编撰工作，并在国内外专业刊物发表学术论文20余篇。

2001年获教育部、霍英东教育基金会第八届青年教师基金；2004年获英国学术院K.C.WONG科研基金。现为英国设计史学会、英国艺术史家协会会员。

“陈旧是创造力之母”，这是原籍以色列的英国设计大师伦·阿莱德（Ron Arad）的一句名言。对自然、对社会、对人生抱持孩童般的好奇之心、冒险家般的探索精神，这是任何一名卓有建树的设计师所必须具备的品格。纵观设计历史的长河，“上穷碧落下黄泉”的不懈探索与实验，构成了设计艺术得以日新月异的重要动力。创新，正在成为今日世界的热门话题，也是各国核心竞争力的重要源泉，创新性的设计由此成为时代发展与社会进步的重要推进器。

随着新世纪的到来，随着数字化技术的普及、经济全球化的深化，世界设计的面貌与格局正在发生着深刻的变化。20世纪晚期风靡一时的后现代主义逐渐成为明日黄花，新现代主义、极简主义、解构主义、非物质主义、绿色设计、低技化设计……新的设计思潮、设计方法层出不穷。长江后浪推前浪，20世纪80年代叱咤一时的设计大师们，或者已经垂垂老去，或者近乎兴味阑珊的退隐状态，与此形成对比的是大批年轻设计师、新设计组合的脱颖而出、异军突起，他们正在以充沛的想象力、惊人的创造力书写着设计历史的新篇章。

与此同时，尖端设计、先锋设计也不再是少数发达国家的专利，新的设计理念、设计方法、设计风格的全球化，正在逐渐成为现实，世界设计的版图面临着重新划定的新挑战。过去名不见经传的国家例如荷兰、比利时、捷克、以色列甚至于印度、韩国与巴西，正在成长为堪与英、法、德、意、日、美、北欧分庭抗礼的设计强国。即便是在传统的设计国度，建设世界级的创意之都、设计高地，也已成为炙手可热的焦点话题。巴黎每年一度的“创意之都”庆典，柏林新设的“五月设计节”，伦敦发起的设计周与“世界创造论坛”，米兰久负盛名的国际家具博览会，还有北欧五国众志成城的“2005国家设计年”，真可谓“你方唱罢我登场”，一场看不见硝烟的、关于设计与时尚之话语权与领袖地位的争夺战正在紧锣密鼓地进行着。

“他山之石，可以攻玉”，世界设计的风云变幻，给予我们的除了无限的机遇，还有更多的挑战。当代中国设计在一片大好形势之下，也面临着何去何从的转型与变革之挑战。如何实现从“中国制造”到“中国创新”的飞跃，如何在世界面前树立独树一帜的中国设计的形象，这一切仍然是一个严峻的课题。

经过20多年经济的高速增长，中国的经济与文化建设取得了举世瞩目的成绩，而艺术设计无论是在生产层面、消费层面，还是在文化层面、艺术层面，也赢得了社会各界更为广泛、更为深入的关注，现代设计历史的研究与当代设计现状的调研，也由此成为专家学者、设计业界与社会公众普遍关注的焦点问题之一。然而，客观地说，目前中国关于现当代设计史论的研究状况，还是相当薄弱的。具体的问题表现在：研究视野的偏于狭窄、研究思路的过于单一、研究资料的较为陈旧以及分析问题的流于肤浅。国内现有的此类专业书籍多集中于两种类型：一类是对现代设计史的一般性综述，时间跨度一般局限于19世纪晚期到20世纪80年代，很少涉及当代世界设计发展的状况与潮流，因而缺乏足够的时效性；另一类是某一设计师、设计组织或者设计流派的介绍，大多属于国外出版物的引进版，较少考虑针对中国读者的适用性，往往失之于片面，也常有文化背景上的隔阂之处。

鉴于上述情况，本丛书立足近15年来世界设计发展的新格局、新特点与新动向，重点介绍、分析、研究具有鲜明时代特征、先进设计理念以及全球性影响力的设计流派、设计组织、设计师，以期使中国读者对当代世界设计发展的状况与趋势，有一个较为全面、客观、深入、系统的了解与认识。

本丛书首批分为5册，每册关注一个国家，深入介绍10-20位具有较高国际知名度与专业代表性的新锐设计师。每一分册所选的设计师，除了来自同一国家、处于相似的年龄层之外，还必须具有内在的关联性，或者集中于特定的设计领域，或者隶属某一设计思潮、设计流派，或者具有相似的艺术理念、设计风格。

目录 1

为有源头活水来——当代比利时时装的源泉 001

- ① 时尚的沃土 003
- ② 时尚的摇篮 011

2

忽如一夜东风来——“安特卫普六君子”与比利时时装的崛起 023

- ① 情系绿茵场的设计师——迪克·毕肯贝格斯 027
- ② 民族风的完美诠释者——德雷斯·凡·诺顿 037
- ③ 美学恐怖分子——沃尔特·凡·贝伦东克 047
- ④ 解构主义的中流砥柱——马丁·马吉拉 061
- ⑤ 来自朋克世界的黑暗女王——安·德穆勒米斯特 073

3

雏凤清于老凤声——比利时时装设计的新一代 085

- ① 青年文化的代言人——拉夫·西蒙斯 087
- ② 单色浪漫主义女神——维罗尼克·布兰钦诺 101
- ③ 来自黑森林的时装顽童——伯恩哈德·威廉 111
- ④ 约瑟夫·博伊斯的门徒——A.F. 凡德沃斯特 123
- ⑤ 浪漫的哥特王子——奥利维埃·塞斯肯斯 133
- ⑥ 四海为家的文化旅行者——海德尔·艾克曼 143
- ⑦ 沉静的完美主义者——布鲁诺·皮特斯 151
- ⑧ 阳光下的针织天才——克里斯蒂安·威尔南兹 159
- ⑨ 花样男子的赞颂者——克里斯·凡·埃舍 167

过去，钻石工业曾是比利时的国宝，如今，时装已经成为比利时王国王冠上最灿烂的宝石。

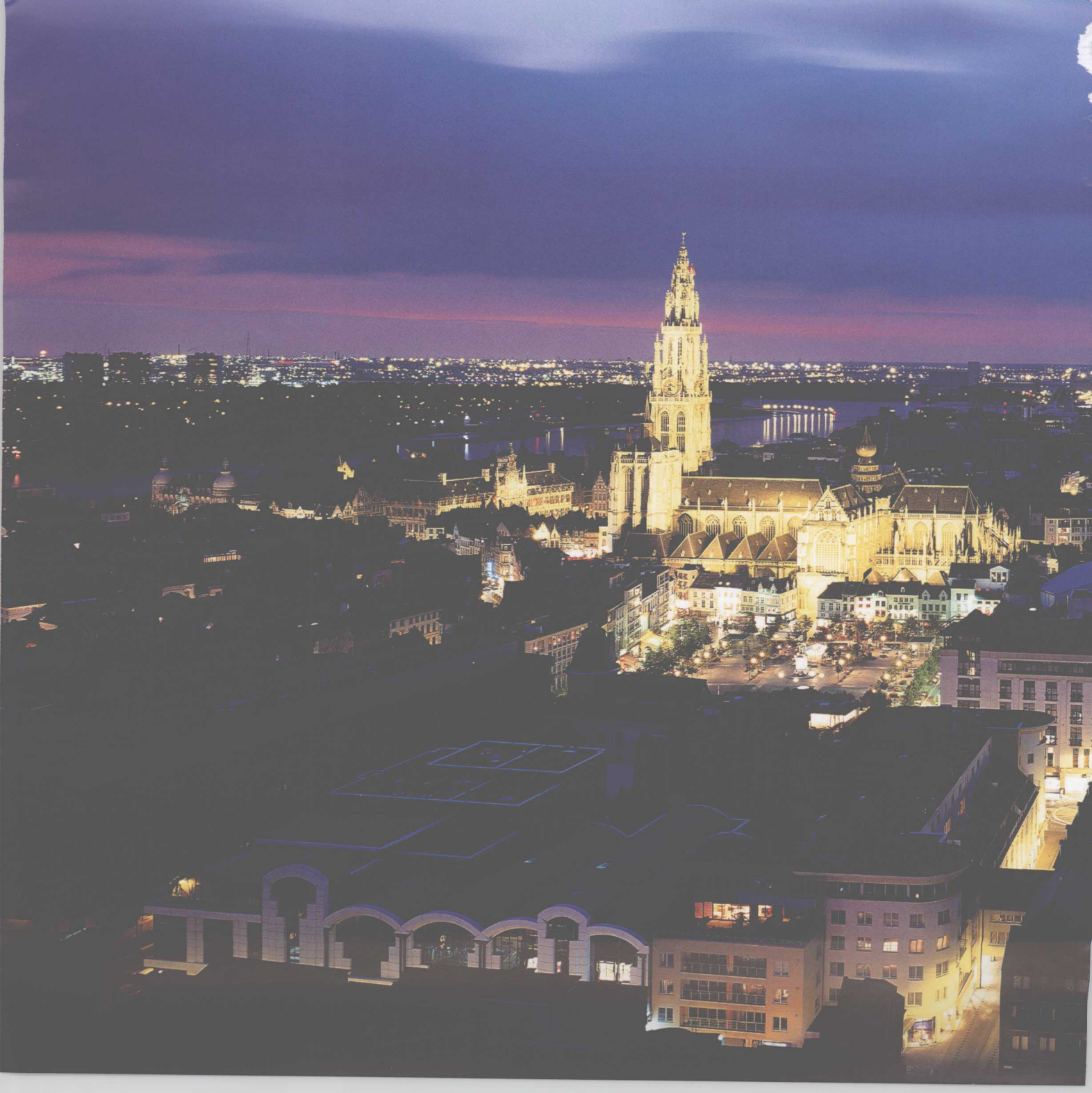
比利时位于欧洲西北部，东与德国接壤，东南与卢森堡毗连，南与法国交界，北与荷兰为邻，西临英吉利海峡与英国隔海相望，被称为“欧洲的心脏”。中世纪时比利时就是贸易必经之路，并逐渐成为欧洲最重要、最繁荣的地方之一，被誉为“西欧文化的十字路口”；同时，由于位于德国、荷兰和法国三大文化的交流地带，德意志的深邃、尼德兰的冷静和法兰西的热情，在此凝结成比利时文化特有的乐观、平静、独立。

比利时是一个君主立宪制国家，占地面积3万多平方公里，人口1000万；北方佛兰德斯地区约半数人口讲荷兰语，南方瓦隆地区约半数人口讲法语，东部约有6万人讲德语。首都布鲁塞尔是欧洲联盟的行政中心，也是北大西洋公约组织总部所在地，因此，它也可堪称欧洲之都。

比利时是一个工业发达的国家，是除英国以外，最先进入工业化的国家，其著名的工业门类有：电子通讯、汽车、钻石加工、冶金、化学、纺织、玻璃、地毯、核能等。比利时的人均出口额居世界首位。比利时作为欧洲文化艺术遗产的杰出护卫者，在欧洲文化发展的历史长河中扮演着重要角色。比利时文化中保留着浓郁的日尔曼文化、罗马文化相互交融的印迹，在这一点上，比利时远胜于欧洲其他国家。比利时文化的发展是与其几个世纪以来在欧洲政治、军事舞台上所扮演的角色密不可分的；同时，比利时文化又拥有其鲜明的个性色彩。上述这些因素为当代比利时时装的迅猛发展、大胆开拓，创造了良好的基础与环境。

为有源头活水来 ——当代比利时时装的源泉

2002年美国《新闻周刊》评选出全球八大新兴文化圣地，比利时的安特卫普和中国北京的中关村、美国的奥斯汀、墨西哥的蒂华纳、英国的盖茨黑德、阿富汗的喀布尔、南非的开普敦和法国的马赛榜上有名。其中，安特卫普的入选理由，便是它已成为继巴黎、米兰、伦敦、纽约之后，世界上最重要、最年轻、最前卫的时尚之都。从时尚地图上名不见经传的小城，一跃而为引领世界时装潮流的圣地，安特卫普经历了怎样脱胎换骨的改变？安特卫普作为流行时尚策源地的奥秘与魅力在哪里？让我们做一次城市文化之旅。





1 时尚的沃土



● 安特卫普大市场广场

安特卫普是比利时第二大城市，面积约 140 平方公里，人口 50 万。作为欧洲第二大港、世界第四大港，它素有“欧洲门户”之称。它位于斯海尔德河的下游，北距北海 86 公里，距布鲁塞尔 45 公里，巴黎、伦敦、法兰克福、阿姆斯特丹等欧洲主要城市尽在方圆二三百公里的都市圈中。得天独厚的地理交通位置，让它自古就是商贾云集、文化昌盛的著名城市。

有人说：“安特卫普是如此重要，没有它就无法讲述比利时的历史、文化和经济。”安特卫普，是欧洲大陆的完美缩影。一般认为，安特卫普的名称来源于荷兰语“断掌”(handwerpen)。传说古时候，一个名叫阿提贡(Antigoon)的巨魔住在斯海尔德河边，来往的水手都要向他支付买路钱，否则的话，恶魔就会砍下他们的手以示惩罚。后来一个叫布拉波(Brabo)的勇士为民除害，杀死了恶魔，并砍下他的手扔到了河里，安特卫普由此得名，直到今天城市广场中央还有勇士布拉波的雕像。但这仅仅是传说，安特卫普实际上是向水中突出的陆地形成的城市，这也是斯海尔德河恢复自由通畅的一个标志。早在公元 8 世纪，安特卫普便是郡县的中心，由城墙壁垒所包围。它的黄金时期是 16 世纪，作为欧洲经济网络的中心，它是西方世界让人印象最为深刻的城市之一，与巴黎、伦敦、威尼斯和那不勒斯等古城一样享有盛誉。

安特卫普是世界著名的游览城市，其名胜主要集中在三个方面：一是保存完好、充满中世纪情调的古老街区；二是神秘的钻石加工和交易；三是享有世界声誉的绘画收藏和众多的博物馆。旧市区内中世纪风格的建筑鳞次栉比，古意盎然。例如著名的安特卫普圣母院，就是哥特式建筑的代表作，也是比利时最大的教堂，教堂尖塔高达 123 米，被誉为“中世纪的摩天大楼”。安特卫普在艺术史上也占有重要位置，佛兰德斯画派的代表人物鲁本斯就出生在安特卫普的老城区，其故居现已建成鲁本斯博物馆。安特卫普还拥有众多收藏质量很高的博物馆，除鲁本斯故居博物馆外，还有皇家艺术博物馆、民间艺术博物馆、国家海运博物馆以及钻石博物馆等，它们堪称安特卫普的骄傲。

安特卫普还是世界著名的钻石之都，有着雄厚的基础和悠久的历史，是世界未加工天然钻石的主要集散地，也是世界最大的钻石加工中心和贸易中心。一年之中，全世界 80% 的钻石初成品与 50% 的创光钻石在这里加工与交易，仅钻石出口一项就占比利时总出口额的 8%。安特卫普的霍文尼斯街，以世界一流的钻石加工技术而享有盛誉，被称为世界上最富有的大街。

安特卫普不仅是一个历史文化名城，也是一个欣欣向荣的工业城市。14 家全球最大的化学公司在此安营扎寨，从而使得安特卫普成为继美国休斯顿之后的世界第二大化学工业中心。

除此而外，近几十年来，安特卫普也成为了公认的“时尚之城”。当人们提及“欧洲四大时尚之城”时，除了巴黎、伦敦、米兰，肯定还要提到安特卫普。一个人口只有 50 多万的小城，何以蕴含如此巨大的魅力？

安特卫普处于几种文化的交汇点，不同来源、不同性质的文化在这里碰撞、融合，开放与恪守这两种态度也体现得十分鲜明，而这正是时尚产业发展所必需的软环境。安特卫普充满自由的氛围，创意无限，一个时尚之城由此吸引世界各地的来客。

在安特卫普旅游局的信息中心，游客可以领到一本设计独特的小册子《时尚漫步》(Fashion Walk)。根据上面详细的路线指示，按不同的路线转上几圈，就大体能够领会这个被国际媒体誉为“新锐时尚之都”的独特风尚：前卫、个性而不失文化内涵。



● 安特卫普的鲁本斯故居

“时尚漫步”的起点是一幢十字路口的名为“时尚之家”(MODENATIE)的建筑。这幢气势恢宏的老房子已有上百年历史,过去曾被用作为男士成衣店、豪华酒店、货币交易所、煤气公司以及发电厂的厂房,经过前几年的彻底改造,现在它已经摇身一变成为了时尚之都的心脏。经过年轻建筑师玛丽-乔斯·凡·赫(Marie-Jose Van Hee)的精心策划与巧妙设计,建筑的古老外衣之下,呈现出简洁、现代的内部空间,大量原木装置和直线条的室内设计运用,隐隐透露出这里主人们前卫高雅的审美取向。目前,在同一屋檐下分布着最为核心的三个时尚性机构:安特卫普皇家美术学院时装系、佛兰德斯时装协会(Flanders Fashion Institute,简称FFI)、以及安特卫普省立时装博物馆(MoMu),此外还附设一个拥有5万册图书档案的图书馆与版本书店。

时装博物馆的前身是设在安特卫普郊区的“纺织品与服装博物馆”,主要收藏16世纪以来、来自尼德兰南部的各类服装、花边、刺绣以及印染纺织品。自2002年加盟市中心的时尚之家以来,该博物馆的收藏重点开始向世界各国历史服饰以及当代时装艺术方向转移,同时定期推出关于当代时尚问题的专题展览,其2002年的首个展览就吸引了上万名慕名而来的观众。

能够在城市的中心设立这样一个三位一体的时尚机构、时尚基地,这应该归功于一些有识之士的不懈努力,其中安特卫普皇家美术学院时装系的主任、同时也兼任时装协会、时装博物馆负责人的琳达·鲁帕(Linda Loppa)堪称中坚。将原本分散的三大组织聚拢在同一屋檐下,其目的在于培养、发展并推广佛兰德斯的时装工业、流行风尚,为同一个理念进行协作,赋予时尚更多创意,不仅满足圈内小部分人的需求,更要让广泛的大众接触时尚。三大组织的分工各有侧重,相辅相成,由此形成一条完整的时尚设计产业链。

20世纪80年代中期,当以“安特卫普六君子”为代表的比利时年轻设计师向世界时装圣殿发起冲击的时候,情况完全不是这样,琳达·鲁帕这样回忆当年的情况:“当时,许多媒体来到安特卫普,希望能找到更多惊喜。但令人沮丧的是,那时候安特卫普只有两三家时尚店,美术学院坐落在一个糟糕的位置上。于是,我们意识到有必要进行改变,这正是时装系最终搬进‘时尚之家’的原因——我们想创造出时尚创意的氛围。这也引起了这个城市后来的一系列变化。”“如今,安特卫普从北到南,遍布时尚品牌。令我们骄傲的设计师也不只是当年的6个,最近我们在巴黎的时装秀上,一下子就推荐了40位设计师的作品。”“我们希望搭建一个平台,构筑一个完整的系统,来帮助我们的学生在毕业后成就他们的时尚职业生涯,让更多的年轻设计师获得国际性的声誉。”正是在这样的背景下,1998年,非盈利性质的佛兰德斯时尚协会应运而生,鲁帕就是发起者之一。安特卫普地方政府接受了专家们的提议,将时尚设计行业的发展列入了整个城市发展的规划,并把产权原属市政府的时尚之家下放给时尚协会。随后,时尚协会直接得到了佛兰德斯大区经济事务部的资助,部长亲自担任时尚之家的名誉主席。

虽然时尚协会是一个仅有五六名工作人员的非盈利组织,但它在推动安特卫普时装业国际化方面起着关键作用。时尚协会建立起强大的网络平台,与意大利、法国的时尚展会紧密联系,定期将学生的作品推向国际舞台;2002年起与英国、法国、奥地利、荷兰等国家的设计学院共同创建“当代时装档案”(Contemporary Fashion Archive,简称CFA),收录富有创新精神的设计师的个人档案以及他们作品的文字、图片与影像资料。时尚研究者与爱好者可以上门或者通过网络查阅该档案,仅2006年8月的查阅者就多达4万人;时尚协会还与各大时尚品牌、服装公司合作,推荐学生,并帮助学生开创自己的公司或品牌。“我们把自己定位成‘时尚大使’,向外界传达安特卫普的时尚信息,同时让我们的时尚人才和外界联系起来,创造出各种可能性。”鲁帕这样归纳自己的工



● 安特卫普的时装之家——MODENATIE

作。她还认为：“相对于巴黎、米兰的时装秀来说，时装博物馆更具有文化内涵。向人们解释一个新的概念，常常需要一段时间。我们首先将新鲜的概念传递给学生——在这个阶段，那些概念常常被称作‘前卫、实验’；然后，经过一个理解和消化的阶段，我们再把这些想法在博物馆里展示出来，向人们进行说明，使他们能够便利地获得时尚历史和文化的体验。”鲁帕还认为，未来在其他城市拷贝这种“安特卫普模式”具有可行性，但十分关键的一点，就是学校、协会和博物馆这三者必须作为在同一理念指引下的一个整体，完整地复制。

教育与培训，展示和研究，国际交流平台与创业咨询服务，“时尚之家”独创三位一体的“安特卫普模式”，成为新兴产业策源地。而鼓励设计师张扬个性与倡导大众沟通并行不悖，则使得前卫风尚内化为城市精神，获得了持久的生命力。

与巴黎、米兰、伦敦等传统的时尚之都相比较，安特卫普的特色和优势究竟在哪里？

首先从尺度上说，它们不在一个等量级上，安特卫普的优点就在于“小”。相比那些时尚大都市，这里的生活成本不算高，从经济角度出发，许多年轻设计师会选择安特卫普作为个人事业的起点。而有像时尚协会这样的专业机构支持，开创一个小公司并非难事。也因为“小”，驻扎在这里的设计师，或是其他门类的艺术家很容易当面沟通。许多火花就是在这样的聚会中迸发出来。“时尚之家资助的项目规模都不大。我们十分清楚我们的观众需要什么，这让我们能够富有创意地开展项目；而且，比起在大城市创业所面临的行政机构的繁文缛节，我们的工作常常更有效率。”在“小机构、高效率”的运作模式下，时尚协会的每个人都同时参与好几个项目，决策距离很短，也十分迅速。

更关键的一点在于，安特卫普时尚业摒弃浮华，专注于设计以及营造轻松愉快的设计环境。“我们一开始就没有想过要成为巴黎、米兰那样的时尚都市，把所有的展会搬到这里来。我们更专注于设计，重视与文化更密切的联系，因此也就更有创造力。”鲁帕对安特卫普时尚业的定位十分清晰。安特卫普的时尚与其深厚的文化背景紧密相连，五六十座各式博物馆散布在城市的各个角落。“人们在米兰、巴黎往往会忙着看一个接一个的展示和展览，而当他们来到安特卫普，也许会觉得放松一点，不仅能看到前沿的时尚，也能静下心来领会文化的韵味。我们的时尚孕育在整个城市的氛围里，许多买家常常会在米兰、巴黎的秀展开始之前或结束之后，来这里预览或重温一次作品。”

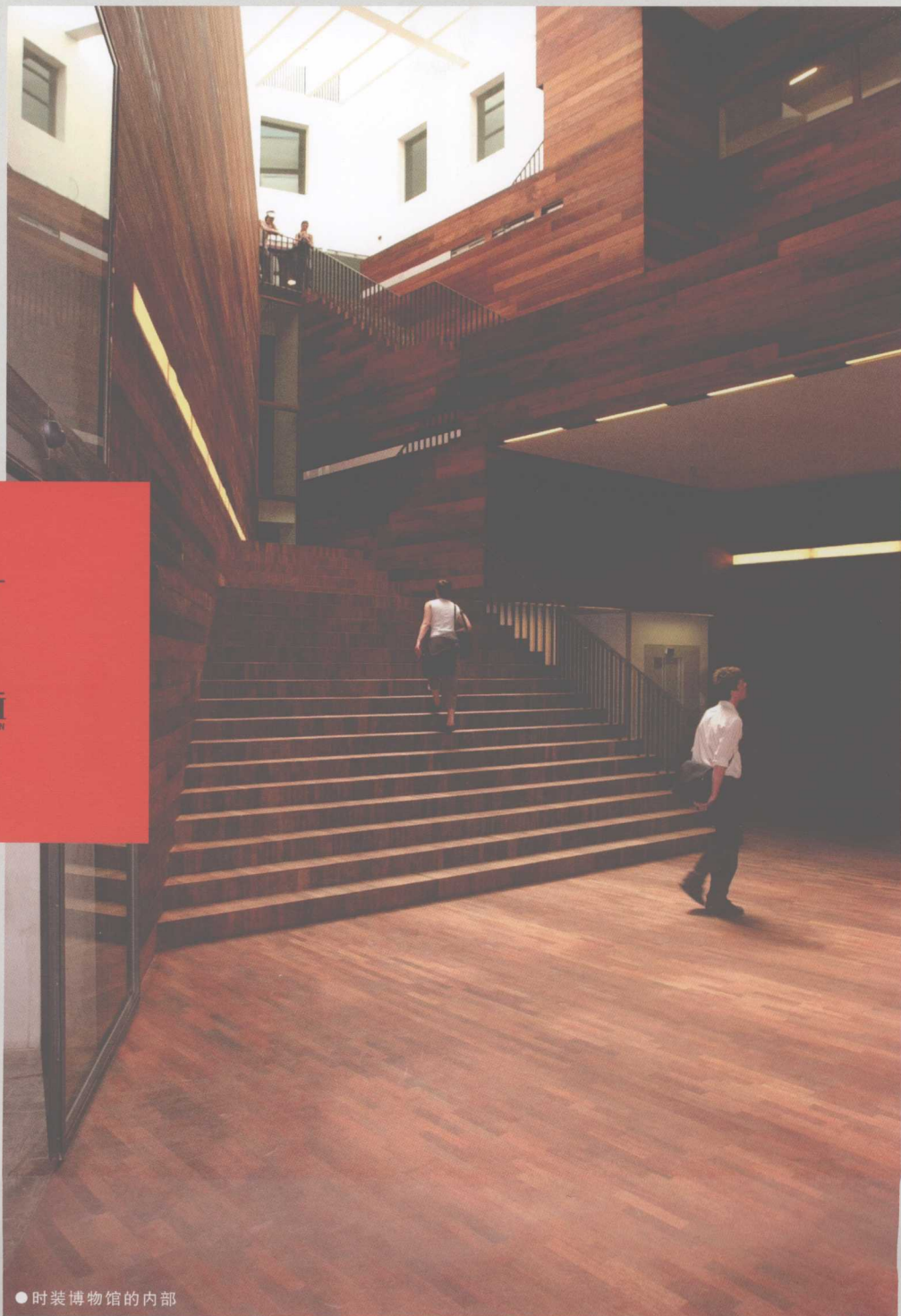
目前，越来越多的时尚公司涌到安特卫普，寻找个性独特的设计师和不同凡响的作品。在全球化浪潮下，创意显得越来越统一，人们却不断被这个城市所呈现出的巨大设计能量所震惊。“因为在这里，你可以设计十分个人化的东西，而不用被国际竞争所左右。你可以成为你自己，寻找属于你自己的身份；而正因为你如此努力地寻找自己的身份，最后你可以变得很强壮。”安特卫普的设计常常被冠以“前卫、实验性”等字眼，其内涵则是无拘无束的创新精神。个性化的设计，加上适当的国际化战略，让安特卫普设计师在世界时尚舞台上占得一席之地。

在鲁帕眼里，时尚并不专属于“精英”阶层。时尚之家提倡的是“时尚与大众相关”。“这也是为什么我们把这个时尚博物馆归入旗下，我们希望借助它让更多人了解并参与到时尚中去。”这种颇具平民色彩的时尚观，在安特卫普这个城市获得了强大的生命力。十多年来，市民们从对时尚不甚了解，到现在积极参与体验和评论，经历了翻天覆地的变化。在这里学习和工作的设计师们则愈加受益于不断浓郁的创意氛围。时尚之家在每年的9月都会举行一个名叫“橱窗”(Vitrine)的活动，为期10天。在此期间，时尚专业的学生们、在城里工作的设计师、其他和时尚相关的专业人士或仅仅是出于业余兴趣的人士，都可以根据一定的主题，自由

● 时装博物馆的标志



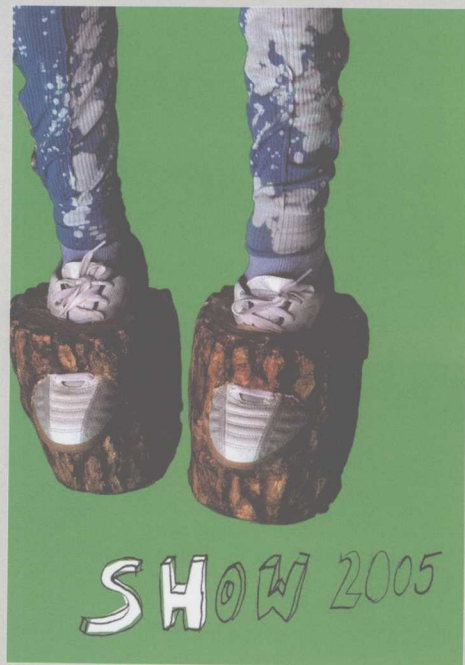
地将自己的设计作品布置到全城的商店橱窗中去——不管是服饰、架上绘画还是装置或影像作品。这一活动鼓励时尚产业和城市环境的互动，每年都会成为轰动全城的盛会，各种类型的商店橱窗成为演绎梦想的舞台，行人们则以“民主而参与”的心态来发现时尚精神。



● 时装博物馆的内部



● 时装博物馆 2005 年的一次展览——“超越渴望”



2 时尚的摇篮

比利时时装的崛起始于 20 世纪 80 年代，其摇篮便是位于安特卫普的皇家美术学院 (The Antwerp Royal Academy of Fine Art, 佛兰芒语名称为 Koninklijke Academie voor Schone Kunsten Van Antwerpen)。该校是欧洲历史最为悠久的美术学院之一。1663 年，著名画家、雕刻家小大卫·特尼尔斯 (David Teniers the Younger) 以巴黎、罗马两地的美术学院为样板，在西班牙国王费利浦四世的赞助下正式创办该校。

20 世纪 60 年代，随着社会文化、艺术观念的快速转型，传统意义上的“纯美术”与“实用美术”之间的界限开始淡化，现代设计、现代手工艺专业教育蓬勃发展。为了顺应时代发展的潮流，时任安特卫普皇家美术学院院长的马克·麦肯 (Mark Macken) 决定在古老的学院内增设平面设计、摄影、首饰、陶艺以及时装等专业。1964 年，在服装教育家玛丽·普里杰特 (Mary Prijot) 的领导下，时装系宣告成立。玛丽·普里杰特 50 年代毕业于该学院的绘画系，60 年代初开始任教于该校装饰艺术系，从事时装画的创作与教学工作。1963 年起，她从单纯的时装绘画转向立体的服装设计。筚路蓝缕，开启非易。当她创建时装系之际，比利时的时装业还处于蹒跚学步的阶段，巴黎的时装大师、时装名牌便是比利时设计师与品牌争相模仿的对象。虽然是在毫无历史积淀的条件下白手起家，普里杰特还是为该系确立了国际性的定位，仿照英国皇家艺术学院、圣马丁艺术学院等国际领先的时装教学单位设计了系统的课程，特别是在时装绘画、时装设计方面制定了高度创造性的教学标准与教学目标。与一般学校对商业性、职业性的重视不同，该系的教学重在培养一名职业设计师所必备的创造性、敏感性与独特的个性。在长达 20 年的艰难探索中，普里杰特得到了助手玛特·凡·利姆普特 (Marthe Van Leemput) 的有力支持，利姆普特最重要的贡献便是在专业教学中增设了至关重要的裁剪与版型设计课程。