



Mr.Armani和身着他设计作品的中国模特。

Giorgio Armani 亲临中国办秀,展示5个系列100多套时装 北京一夜 中国十年

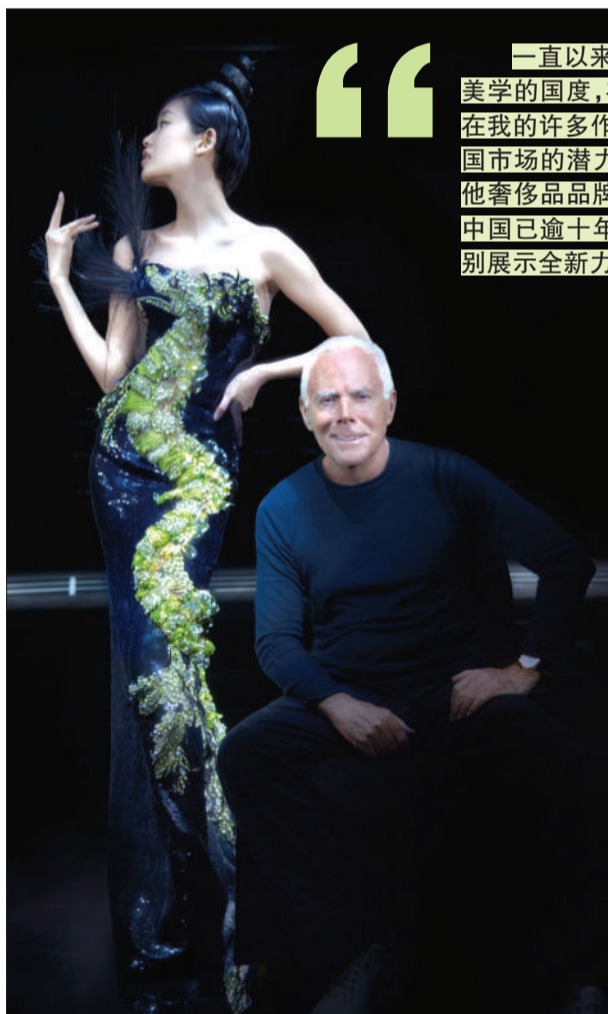
798 艺术区的“New Tank”周围被黑色所包围。裸露的地面铺上了黑色地毯,黑色的鹅卵石在地面球形灯的招摇下熠熠发亮。“New Tank”也被布置成一个黑色的运动场,中央画着白线的黑色跑道是T台,几千名观众围坐在运动场周边,等待着好戏的上演。

“Black is new sexy.”(黑色是新性感),有人说。

黑色是 Giorgio Armani(乔治·阿玛尼)在设计中最经常用到的颜色,设计师本人也经常以一身黑色亮相,可以说,这是 Armani 的标志色。开场之前,进入“黑色幻境”的人们不断猜测着5月31日这场为庆祝 Armani 品牌进入中国市场10周年而举行的“One Night Only in Beijing 唯有今宵·北京”大秀会如何表现品牌经典的黑色时——Giorgio Armani 用一场黑色为底色,加入更多丰富色彩的秀刷新了人们心目中的印象。

本版采写
新京报记者 巫倩姿

► Mr.Armani 和他“向中国致敬”的 Giorgio Armani Privé 高级定制礼服(上)。位于798的圆形超大秀场(下)。



“一直以来,我与中国都有着深厚的情感,这是一个具有深厚文化底蕴和精致美学的国度,在我追求极致优雅的设计过程中,经常带给我无限的启发与灵感。在我的许多作品中,都曾向这个国家表达过我的敬意。同时,我很早就看到了中国市场的潜力。早在1998年,我们就在北京开设了第一家精品店,远远早于其他奢侈品品牌,而他们直至奢侈品市场逐渐繁荣后才开始关注中国。我们登陆中国已逾十年,在我看来,现在正是庆祝我们在中国市场取得的成功业绩,并特别展示全新力作的最佳时刻。”

——Giorgio Armani

吊足胃口的一场秀

Giorgio Armani 亲临中国。5个系列,100多套时装,成衣和高级定制同台亮相。专门“向中国致敬”而推出15套高级定制礼服……一切都吊足人胃口。

这场“One Night Only in Beijing”大秀以其大阵容和独特的“北京”标志成为了近期中国时尚圈的绝对大事。中国的“时尚圈里人”带着朝圣般的心情,欲亲眼一睹阿玛尼“本尊”的风采。

现场的灯光暗下来了,周围立刻安静了,舞台中央的圆形屏幕开始下降,人们都期待着。约十分钟后,模特款款而出,或单独、或三五成群,轻松地走在“跑道”上,如同奥运会运动员入场一般。包括 Emporio Armani 和 Giorgio Armani 2012-2013 秋冬男/女装系列,以及 Giorgio Armani Privé 高级定制2012春夏系列,另有15套专为此次盛典设计的“向中国致敬”系列高级定制礼服一一亮相。

实穿简约战胜浮躁时尚圈

在秀前的清华大学美术学院和学生交流时,Armani 先生在总结他的设计时就提到,他做设计的初衷是想让普通人走进商场时选到适合自己的服饰。“现在时尚圈很浮躁,很多设计很张扬,为了抓市场的目光和媒体的版面,反而忘了穿衣人的实际需要;我几十年来都提醒自己,设计要以穿衣者的思维和生活需要为前提。”

在秀场上,可以看到 Armani 设计思想在时装上的体现——没有过多装饰,也没有多余设计,简洁实穿。无论是连衣裙、套装还是外套,都能直接从T台上走进生活中。或许也正是因为太过实穿和太过成衣化,以至于不少人在看完秀之后觉得“不够夸张”,“和想象中有差距”。

“因为被誉为大师,很多人都觉得 Armani 会带来一场很华丽的秀,他们根本没有想到华丽并不是 Armani 所擅长的,也不是他的风格。如果失望,那说明这个人对 Armani 的了解还不够深。还有人跟我说看到了同一款式不同颜色的几套服装同时出现,觉得很“皮尔卡丹”,其实这是典型的六十年代风格……”资深的时尚评论员田田解释那些观众的“失望”时也显得很失望,这种失望是对国内时尚大环境的一种忧虑,太多人只是抱着看热闹的心态来看秀,对品牌的了解和崇拜也多数是“盲从”心态,否则 Armani 品牌进入中国已经有10年了,而且一直没有换过设计师,依旧还有被邀请来看秀的人不清楚设计师的风格!

北京一夜, Giorgio Armani 推出的“向中国致敬”系列让中国人很自豪。当模特卢心彤身着黑底的“龙礼服”出现在舞台中央,用优美的姿态和设计师一起谢幕时,有人从这位国际顶级设计师的“特别系列”中看到了对中国文化的尊重,也有人从中看到了对中国消费者的讨好——无论如何,这场花费千万的秀拉近了中国人和 Giorgio Armani 之间的感情,也收获了更多的消费者。