



新京报记者 王远征 摄

## Zohra GERAULT

法国ESMOD高级时装设计学院(北京)国际校长,服装设计教师,巴黎老佛爷百货(Galerie Lafayette)资深时尚造型顾问。Zohra曾在JEAN GABRIEL PEYRE、EUROSTYLE、GEORGES WEILL、ELECTRE、NORBERT NEL等集团担任首席设计师、资深顾问或培训主管,曾创立并经营与自己同名的服装品牌。

# Zohra 中国时尚 有理由更自信

在中国的短短几年时间里,Zohra带出了叶谦和项耀东等新锐设计师。她倡导的是一种法国式的“实用设计”,教给中国年轻设计师最实用的服装制作方法以及创意设计的方式,在她看来,中国时尚有理由更自信——这里不缺好的设计师也不缺好的品牌,缺的是一股一起向外的“合力”。

本版采写/新京报记者 巫倩姿

快  
餐  
化  
的  
潮  
流

## 从一年两季到四季

“现在的设计师变成了团队工作,不可能因为时间太紧就没有想法,即便每年出四季也是如此。团队要有领导人,领导人会有个主线和方向性,团队则会帮他实现想法。明白要做什么类型的衣服,方向是什么,最重要的是整个团队的创意是新颖的。理解什么是创意很重要,如果只是为了一个品牌和公司的形象单纯创意很容易,但如果你做创意是为了结合市场,是非常难的。”

### “时尚权力榜”语录

时尚是一种循环,全部新的东西是没有的。比如1960年开始有了直筒裙和迷你裙,那时候属于创新的东西,之后款式会变,裙子的长短会变,新的流行趋势是之前流行过东西和新东西的结合,混合两种元素,去创新一种想法。

## 设计要回应市场需求

新京报:你教服装有三十多年了,在很多国家也工作过,你觉得现在中国的年轻服装设计师怎么样?

Zohra:我们去年有个雅加达年会,ESMOD日本校长在年会上说,现在中国设计行业发生的事情是日本20年前的状态,出现了很多活跃的设计师,他们在逐渐出名。中国年轻服装设计师很有创意,有些设计师已被世界所关注,这是很好的趋势。

新京报:ESMOD倡导的是一种法式的时尚教学理念,中国学生对此接受程度如何?

Zohra:对中国人来说,谈到时尚就必须提到法国,法国是时尚的参考;根据比例来讲,法国的创意和奢侈品设计师所占的比例,比伦敦、米兰、纽约等地的设计师更大,法国在时尚方面比较有地位。做时尚首先要有创意,要回应市场需求,服装是拿来穿的。我们很强调理念,会教学生怎样做服装,怎样自创和结合市场,整个过程是为了培养学生毕业后能直接工作,即便是自己开设计工作室,也能有销量。在欧洲,像John Galliano和Jean Paul Gaultier这样的大设计师,因为有很强的赞助商在背后支持,他们能做自己喜欢的设计,但你在国内,有创意更要迎合市场,满足顾客需求。如果你能设计很棒的衣服,那你也能做出普通人穿的衣服。

## 设计师要更了解面料

新京报:为什么时装上的新发明已经不可能出现了?

Zohra:发明也不是不存在,只不过不在设计上,而在面

料上。经济和科技的发展会带给我们新材料,比如智能面料、高科技面料,但在廓形和样式上,就是循环了。服装和人的关系变化会表现在身体上,比如说保温服装等这些根据身体变化而变化的服装。

现在在面料方面主要有两个潮流,一个是科技潮流,另一个是自然潮流,比如牛奶蛋白、竹纤维等天然材料。面料上的新趋势要求设计师用他的设计去实现服装材质的功能,在这种形势下,设计师要更了解面料,虽然基础设计的东西不会变,但要懂得怎么创新和创意。学校教他们的是怎样成为创意设计师——能做任何衣服。

新京报:可能有人会好奇,难道创意是可以教的?怎么教?

Zohra:在ESMOD的教学中,会教给学生怎样利用工具去实现创意。比如想做一个大衣,如果对此没有任何想法,有一种方法是拼贴,把不同图案剪下来,不用想太多,就是一层层去拼贴,把型拼好后,再想用什么样的面料去做。想加个帽子就画一个连衣帽,再做各种调整和改变;通过拼图找到自己设计想要的效果,从而寻找自己的创意。第二种方法是先找一些面料做改造,改造之后,再看这个面料适合做什么样的衣服,这也是一种创意的方法。再有就是从故事里找创意想法。你也可以通过做一些小样,再去想怎样从小样上发展。一些细节的增减和改变也是创意。

## 走出去,再走进来

新京报:在你看来,中国设计师应怎样去结合创意和市场?

Zohra:作为中国设计师,

首先要了解中国市场,知道自己服装的去向,回答中国市场需求是一种设计方向,回答国际市场的需求又是另一种方向。

设计师为中国市场和巴黎市场做的东西是不一样的,好比在20年前日本市场上所做的服装和巴黎也是不同的一样。在中国,流行趋势可能是身上有很多颜色和闪亮珠片,在法国,这就不是最流行的。在北京ZARA的产品和在巴黎也不一样,中国ZARA有中国买手到总部去挑,它是迎合中国市场的产品;一些国际品牌和有些设计师也会专门为中国市场设计迎合中国人需求的服装。中国在国际上是很大的市场,中国设计师不要只跟随国外设计师,要做有自己创意并保留自己文化的新型的设计,不要总想着到欧洲去销售,而是要吸引外国人到中国购买。

新京报:在你看来,设计师的国际化不是到国外去,而是要把别人吸引到国内?

Zohra:在我看来,中国已经有一些品质很好的设计师,在国内市场也表现得很好,比如例外、白领等本土品牌,质量很好,面料也很高档。现在我们要做的,就是让国外人也知道!

新京报:把外国人吸引到中国来购买,对不少设计师来说,觉得这很不可思议。

Zohra:中国时尚应该展示给国际,有些国家就支持年轻设计师,在巴黎专门做了创意沙龙展,推荐本土设计师。现在中国设计师有点单打独斗,总是自己做展览。若得到政府支持,到国际上去做中国设计师自己的大型展览,才更有效。现在日本时装处于下滑状态,中国时装处于上升期,中国要抓住机会,做更多有国际影响的设计。