

吕越

从艺术到成型的掌控力

在自己的微博简介上,吕越写的是“设计时装,也教时装设计。”因此,处于时尚从业者、时尚研究者两个维度上的她,对这个行业有着更为立体与宏观的把握。



2009年作品“中国印”(上图)
2010年作品“昼夜阴阳”(下图)



吕越

中国第一批服装设计师、艺术家。中央美术学院时装设计创办人、学术主任、教授。其时装艺术作品和时装艺术设计作品在荷兰、泰国、法国等三十多个展览中展出,多次出任国际时装比赛的评委,并受邀与国际时装相关机构合作。

设计师的文化贡献

新京报:欧美的现当代时尚格局可以说是缘起于设计师品牌的风起云涌,中国的时尚刚起步不久,是否也会经历相同的步骤?

吕越:这确实是一个必经步骤,因为衡量一个国家的时装品牌的水平高低,取决于它的艺术水准,“艺术性”是一个行业水平高低的标准,所以设计师的创意设计是很重要的。只有设计师成长、成熟了,较好的时尚格局才能得以形成,并具备一定的高度。

没有设计师的品牌不是成熟的品牌,并且无法做出文化贡献,“文化贡献”是设计师品牌才能做到的,因为它源自设计师这个人,他必须是有灵魂、有思想的人,这是核心所在。

新京报:在您看来,山本耀司、川久保玲等日本服装设计师为什么能进入世界时尚设计话语的中心?中国的设计力量正在崛起,是否有值得借鉴之处?

吕越:日本时装文化对世界时装潮流有着很大的贡献,经历了学习中国的唐文化以及明治维新两次大的变革之后,日本找到了自己的文化,于是今天才能被世界看到。被看到的不仅仅是山本耀司、川久保玲这些服装设计师,还有动漫大师、建筑设计师、音乐家等,包括动漫中的虚拟人物。他们形成了“一批人”的整体状态,作为本国文化的核心向世界展示自己的成果。所以说日本设计师们的作品冷调、怪异也好,禅意也好,都只是当下日本文化的一部分。“一批人”的成功才成为走向世界的可能。

新京报:中国的独立设计师越来越多,您认为其中的原创性和惊喜有多少?

吕越:我认为原创性和惊喜本身并不是应当谈论的重点,重点在于,中国设计师对世界文化有没有新的贡献?这个贡献在哪里?这种贡献是整体性的,不仅仅局限于服装设计师。

艺术水平决定行业高度

新京报:好的时尚具有艺术

性,但时尚毕竟不是艺术,您如何看待时尚行业设计师对艺术的追求?

吕越:好的时尚与艺术是不可分割的。我正在主持的Fashion Art(时装艺术)展览,从命名上看就把Fashion作为了定语来修饰Art,时装艺术是艺术的分支。

服装的市场定位可以比作一个金字塔,越往金字塔的上方走越注重精神,越往下走越注重物质,也就是实用性。最底层是面向大众的,顶上的三角形则是顶级品牌,最顶尖则是时装艺术之所在。顶尖的设计师一定是双重身份的:既是做创作的艺术家,又是为市场进行创造性设计的设计师。艺术是最高级的原创,一个设计师若找不到自己的东西就不算有原创,只有顶级的设计师才能做到两者合一。

与此同时,顶点的高低决定了三角形底边的大小。因为顶点越高,设计的艺术性越高,则意味着底层会越大,意味着这个行业的发展规模、加价率空间、价值空间、生存空间越大;同样,底层越大,金字塔尖才能够顺利发展,实现价值和价格的提升。比如路易威登,它在价格上的提升倍率可以达到50倍,而在我们国家,由于创造力不够,金字塔顶端升不到那么高,整个市场的容量也不大,所以一个品牌能达到12倍的提升倍率就已经很不错的。总的来说,行业内的艺术水平决定了整个行业的高度,想要行业整体好,那么艺术一定是要往上拔高的。

新京报:如今很多明星设计时装,亦有其他行业的设计师跨界设计时装,您如何看待“人人都是设计师”?

吕越:这就涉及到“成型”过程中的控制力,这种控制力不是说设计师本人是否学过服装设计、是否懂得剪裁,而在于他从开始设计到成衣制作完毕的过程的了解程度,能否在需要把握的节点施以控制。所以从某种程度上来说,会不会画草图并不是成为好的时装设计师的关键,只要有对“成型”的控制力,能够最终将自己的思想体现在成衣上,就称得上是一个好的时装设计师。

引导学生理解“时尚”概念

时尚的延续

在教学中,我教给学生这样的观念:“时尚”是时代的精神。能捕捉到时代的精神,你就成功了。这是比较宏观的东西。此外,我强调三点:

1、审美能力。这是作为美院学生所要有的基本功,并且在学习过程中得到不断提升。没有审美的能力,其他也就无从谈起了。

2、对品牌的掌控力。首先必须很明白自己这个品牌需要什么,指向为何,然后当设计出一件衣服,就能够在“品牌”的概念下判断它是好或不好。没有“品牌”的概念,设计是无法良性进行的。

3、进入“成型”过程中的控制力。服装设计师不仅仅只是画设计草图,图最后是要做成

衣服的,所以从构思到完成的过程中,打版师、缝纫工的活儿你也都要会做。不要把打版、缝制当做“下游”部分,所谓上下游的部分其实都是归于设计师本人的工作,你才是核心,其他工种只是你的辅助人员,你要能够看着成衣完全制作出来,而整个过程的各个节点,你都得有所掌握。

本版采写/新京报记者 陈晓

“时尚权力榜”语录

时装设计应当上升到“时装艺术”的高度,表达设计师个人情感与精神世界,并成为艺术的一个分支,如此一来才能够“提拉”出一个大容量的时装行业。而设计师本人的“全能性”与“掌控力”也是身处此行业的必备素质。由吕越主策划的Fashion Art时装艺术展,自2007年以来成为中外先锋时装设计的展示与交流平台,倡导将设计作品转向观念性的文化层面。