

中国服装品牌民族文化创意之中国梦诠释

——以 NE·TIGER 东北虎服装设计为例

文 / 陆兴忍

摘要:NE·TIGER 服装品牌在民族工艺的时尚化、民族文化的审美化、民族创意的自觉化方面做了卓越的探索和贡献,达成了中国服饰艺术的中国梦诠释。NE·TIGER 中国梦的诠释启示着中国服装品牌传承民族历史文化的精华进行创新以实现服装设计时尚的民族性、民族的时尚性,从而与外来的服装设计相区分而获得新异性与独创性,实现中国服装传统文化创意的产业化发展,助推中国梦的实现。

关键词:NE·TIGER; 中国梦; 服装品牌; 民族工艺; 民族文化; 民族创意

“中国梦”是近两年来的热点话题,但目前学界多从政治学、社会学、经济学的角度关注和研究中国梦,从艺术学、审美文化学的角度讨论中国梦的研究并不多见。实现中国梦,不可能仅仅是经济和政治复兴的梦,更是中华优秀传统文化伟大复兴的梦。“一个民族的文化,往往凝聚着这个民族对世界和生命的历史认知和现实感受,也往往积淀着这个民族最深层的精神追求和行为准则”^[1]。因此我们不仅需要从经济、政治、社会的角度去支撑中国梦,还要从文化、艺术等领域去完善中国梦的大厦。在服装艺术领域,笔者认为张志峰所创始的 NE·TIGER 服装品牌便是从服饰文化艺术的角度展现了中华民族的中国梦——2011 年新年伊始在美国纽约曼哈顿中城北区时报广场播放的中国国家形象宣传片就展现了 NE·TIGER 服饰设计的中式礼服——“华服”,这些由国际享名的华人明星穿就的华服尽展“端庄典雅、高贵大气的东方韵致和中国式美丽,诠释出中国服饰元素所蕴含的华美,向全世界展示了中华文

明的绚烂和中国服饰的高雅精美”^[2]——这便是中国梦的形象再现。本文从民族工艺的时尚化、民族文化的审美化、民族文化创意的自觉化三个方面探讨 NE·TIGER 服装的中国梦诠释。

1 民族工艺时尚化与中国梦的合一

传承和发展中国服装艺术优秀的民族工艺传统是张志峰所创始的 NE·TIGER 服装的自觉追求。缂丝、刺绣、云锦、剪纸、手绘、结绳等传统民族工艺无不被 NE·TIGER 服装巧妙运用于华服设计,并发扬光大。如缂丝是中国丝织工艺的最高巅峰,但目前从事缂丝技艺的人员年龄偏大,30 岁以下几乎没有,缂丝工艺面临人才断层,濒临失传的可能。“人们需要传承与研究缂丝的工艺技法,特别是某些已经失传的工艺技法,并将这些古老的技法与现代先进的技术相融和,如计算机辅助设计、电子自动织机的运用等,以提高缂丝的生产效率,降低劳动成本,适应市场变化的需求。此外,还可以将缂丝与刺绣两种艺术组合起来开发产品,同

基金项目:2013 年度第 53 批中国博士后科学基金面上资助《中国服装品牌创意美学研究》(2013M531242)

作者简介:陆兴忍,东南大学艺术学院博士后,武汉纺织大学艺术与设计学院副教授

时,缂丝的传统技法也应该随着经验的积累与效果的不同需求不断进行改进和开发”,^[3]这是缂丝研究专家和缂丝工艺师的呼声,也是时代的呼声,从事缂丝研究的专家和缂丝工艺师无不为此在进行卓绝的探索和努力。NE·TIGER品牌创始人张志峰表示:“华夏文明经历了数千年的沉淀,这些文化精髓已经不属于某个人或某个品牌,而属于孕育了它的民族和土地。NE·TIGER不独为了品牌发展,更重于保护国家文化遗产,并使之焕发新生,薪火相传。”^[4]

在这样的对民族工艺自觉传承创新的理念下,以张志峰为首的NE·TIGER服装品牌积极推进民族工艺市场化和时尚化研发,使民族工艺不仅停留在复制保存古代服饰和文物,而是进入到人们的审美文化生活之中,焕发出时代生机。缂丝、刺绣、云锦、剪纸、手绘、结绳等传统民族工艺在NE·TIGER的一系列年度服饰设计中得到综合运用,古老的工艺与现代时尚完美结合于服装设计。如与缂丝大师王玉祥合作《鸾凤双栖牡丹》缂丝华服时,张志峰希望背后的图案能有隐约薄透的时尚感觉。但缂丝“通经断纬”的技法似乎难以实现张志峰想要的设计效果。经过不断尝试与摸索,设计团队和王玉祥大师解决了这一民族工艺与时尚设计理念不能兼容的矛盾,使传统民族工艺得到进一步推进和适应时代需求。“鸾凤双栖牡丹”华服“采用缂丝发展史中具有里程碑意义的七种技艺:腹部采用本缂丝;领部和袖口采用了明缂丝;胸部采用铝缂丝;腰部采用的是引箔缂丝;双肩采用绒缂丝;后背则分别采用了雕镂缂丝和紫峰缂丝……这是有史以来,第一件运用濒临绝迹的七种缂丝工艺织造的服饰。同时,这七种缂丝衣片并非采用针线缝制拼接,而是运用“缂成”这种已经失传几百年的技法成就‘无缝天衣’,从而使其充满了极高的历史、艺术和收藏价值”^[4],为首都博物馆永久收藏。

中国民族工艺是蕴含着中华古老民族的创造力和最本原审美精神的生产技艺,随着华

夏各民族的民俗活动和生产生活的发展而发展,历经数千年,代代相传,生生不息。它传承着中华民族的生产智慧和民俗民风,体现了中华民族的气质和民族风格,是中国民族传统文化不可或缺的一部分,是中华民族实现伟大复兴之中国梦的应有之义,应该代代相传并作为世界文化交流的精华去展现。NE·TIGER服装品牌将民族工艺用于高端的服装设计,设计出符合当今全球化时代消费需求和审美趣味的服饰艺术精品,实现民族工艺的时尚化,使民族工艺不停留在文化艺术品复制和博物馆展示的层面,而是回归到市场、民众的生活中,通过其作品的国际交流和售卖让世界人民认识到中国民族工艺的智慧。当穿着民族工艺华服的明星名流出席各种重大国际盛会时,这些承载着中国文化符号和民族工艺的服饰艺术无声地在展示中国文化的悠久与浑厚,无声地在说明中国人对本土文化表现的自信与自觉,无声地在诉说一个古老民族复兴的中国梦……因此以NE·TIGER服装品牌为代表的服装艺术传承和光复民族工艺于服装设计意义重大,它有助于加强本国人民对本民族文化传统的自豪感和创造使命感,加强本国人民对于中华民族本土独立身份和主体意识的认识以及对中华民族国家未来发展的美好展望,对于中国的国家形象的展现和彰显国家文化软实力,实现中国梦有着不可或缺的意义。

2 民族文化审美化与中国梦的合一

中华民族有灿烂的文化,这一文化是中华民族一次次革故鼎新、吐故纳新的文化底蕴,也是支撑中华民族走向全面复兴的深厚基础。在服装领域,随着中国服装企业的品牌意识和品牌价值的逐步加强,许多服装品牌注重品牌特色和本民族文化审美化的挖掘创新,能平心静气立足本土文化传统进行服装品牌设计创新。其中NE·TIGER服装在民族文化审美化方面有自觉的追求,主要体现为三个方面:①民族礼仪文化的审美化。NE·TIGER品牌早期以皮草的

设计和生产为起源,迅速奠定了在中国皮草行业中的领军地位。在20多年发展历史中,品牌更相继推出了晚礼服、中国式婚礼服和婚纱等系列产品,并开创性地推出高级定制华服。“华夏礼服”即是华服,是代表中华民族精神的礼服。NE·TIGER华服的设计以“礼”为魂,以“锦”为材,以“绣”为工,以“国色”为体,以“华服”为标志,以复兴华夏以礼传承5000年的服饰文化,重塑中华“礼传天下”的大国形象为使命,开创现代中国时尚礼服形象,是华夏礼乐文化的服饰再现。

②民族历史文化的审美化。NE·TIGER连续13年担纲中国国际时装周开幕首秀,连续3年推出民族历史文化主题时装发布,即2012年“唐·镜”、2013年“华·宋”、2014“大元”高级定制华服发布。对“唐·镜”系列,张志峰表示:“盛唐是中国多民族融合与艺术融合最鼎盛的时期,留给我们太多的优秀文化,我们想重现‘唐风’,用唐朝的元素、唐朝的工艺、唐朝的绫罗绸缎,去传承唐朝的风骨。”^[5]2013年“华·宋”系列则带领人们走进那工笔花鸟诗意盎然的宋朝世界,深得中国古代美学“从线条中透露出形象姿态”的旨趣,张志峰自信道:“我相信,大家看到NE·TIGER本季的设计,会对宋代乃至中国文化有了更多的认识与理解。”^[6]2014“大元”系列,NE·TIGER从元曲、元青花、元图腾等艺术中汲取创作灵感,“在服饰的设计上重现大元历史的辉煌和华美,更向世人展现了华夏文明中开阔豁达、博采众长的精神。我们传承的不仅仅是华夏礼服的卓越风姿,还有那流淌在血脉中的精神图腾。”^[7]

③民族吉祥文化审美化。中华50多个民族在漫长的历史发展中形成丰富多彩的趋利避害、饱含美好生活愿望的吉祥文化,这些吉祥文化撒播在中国各种文化艺术形式中。中华传统服饰更有喜好运用吉祥图案表示美好祝愿的传统。如龙凤呈祥、鹤鹿同春、喜鹊登梅、凤穿牡丹、团鹤仙寿等图案,反映了人民对美满生活的美好祝愿。这些吉祥图案及其所蕴含的文化理念均

在NE·TIGER中得到深入表现,并且更完善、更符合当代人的审美情趣。如NE·TIGER常年与云锦研究所合作定制专用面料,但是为了让面料图案更加具有时尚感,就必须改良织造的图案,要织新图必须重新编程。“我们自行设计的第一批新图案织出来,怎么看也没觉得有那么美。后来发现,是局限在中国的传统图案里了。必须是中西合璧的,才能漂亮。”^[8]在这样努力下,工作组“织出油画效果的鸟、莲花虽是传统图案,但做了改动,增加了敦煌壁画的风格”^[8]……

正因为NE·TIGER服饰承载和融汇中华各民族的吉祥文化图案并进行构图更新创造,将之融入具有现代感与国际化的华服设计中,引起中华儿女的文化认同和共鸣,也受到国内外的广泛认可。2006年推出了中国第一个高级定制中式婚礼服“凤”系列;2008年推出“国色天香华服大典”黄、黑、蓝、绿、红这五大国色得到了全新演绎;2010年缙丝华服《鸾凤双栖牡丹》得到首都博物馆永久珍藏;2012年NE·TIGER珍藏版华服(金鳞蛟龙、花开富贵、喜上眉梢、凤衣传奇、青黛雕镂、花开并蒂、断桥残雪、唐境春华)参加由中国丝绸博物馆举办的“华装风姿·中国百年旗袍展”;2013年“德国·中国文化节”,主题为“东方霓裳传承经典”的NE·TIGER高级定制华服秀“用服饰语言拉近了中国与德国乃至世界的距离”……这一系列经过构图和色彩创新的中国传统吉祥图案是装饰服装的重要手段和途径,也是传递服装审美意味和民族祝愿的直接载体,将创意与时尚、祝福与关怀的设计理念与中国传统文化巧妙结合,极大提升了品牌的影响力和人们对中华文化的认同感,是服饰艺术对中国梦的诠释。

3 民族文化创意自觉化与中国梦的合一

据1998年英国创意产业特别工作组的界定,创意产业则是“源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发及运用,具有创造财富和就业潜力的行业”,服装设计便是其中的

一个创意产业。

在中国服装品牌中,最为自觉和系统地将中华民族传统文化加以吸收、提升和转化为品牌创意的当属 NE·TIGER。NE·TIGER 创始人兼艺术总监张志峰说:“我一直都把中国五千年灿烂的文明作为我灵感的源头,把对中国文化,中国文明传承看作是我的一个不可推卸的责任,正是有着对中国文化,中国历史传承的高度责任感,NE·TIGER 的作品始终锁定中国元素,延续中国人文思考。我希望透过这些服装的引领,让中国传统文化回归中国人的生活”^[9]。“缔造华服这一具有中国特色的奢侈品品类,最初的动机是基于 NE·TIGER 的一个基本理念,那就是‘复兴中华服饰文明,新兴中国礼服品牌’,这一宏愿,也是我和 NE·TIGER 的梦想与追求,一念十年。”^[10]张志峰认为:“我国一直是一个多民族聚居的国家,华夏文明汇聚了各民族文化的精华,在不断融合发展中,形成博大精深的文化内涵。56 个民族灿烂的文化为华夏文明的发展提供了源源不断的养分,里面有太多值得挖掘的元素和创作空间了”。^[9]“我提出了中国奢侈品品牌的新兴,要建立在中华传统文化的复兴之上,以中华传统文化的复兴托起当代中国奢侈品品牌新兴的理论,即‘复兴之举意在新兴,新兴寓于复兴之中’。^[10]“中国奢侈品品牌,要想同具有上百年历史的西方国际顶级品牌竞争,必须要将品牌的设计和内涵植根于中华 5000 年源远流长的传统文化之中,并实现设计、工艺、服务上的创新,才能实现中国奢侈品品牌的新兴。”^[10]

以张志峰为首的 NE·TIGER 服装品牌的民族文化创意自觉化是对民族文化艺术高度认同和自信的体现。NE·TIGER 服装品牌将中国优秀文化传统元素加以提炼并将之作为创意运用于服装设计,如连续几年的以唐朝、宋朝、元朝历史文化为创意的服装设计,即起到以中华民族最强盛、最辉煌的审美精神、审美理想去唤起人们的民族自信心和自豪感的作用。通过

服饰艺术将民族奋发激昂的精神面貌再现于世界人们面前,对于在全球文化交流中处于被动和弱势局面的中国业界人士是一种鼓舞。这样的民族创意不仅是一种服饰艺术的创新,还具有深刻的思想内涵和民族情感,它是民族审美认同、民族文化认同和自信的体现,是民族归属感的体现,在全球文化交流碰撞中具有一种无可替代的精神力量。它以它的创意行动提醒我们,要正视优秀传统文化的价值,发掘它们蕴涵的独特魅力和现代性力量,助力中华民族的伟大复兴,推动“中国梦”的实现。

以张志峰为首的 NE·TIGER 服装品牌的民族文化创意自觉化是具有民族文化艺术本土创新意识和能力的体现。中国有“世界工厂”之称,“中国制造”声势赫赫,但很大程度上集中于低端制造业领域。由于创新能力不足,“中国创造”尚处于起步阶段,这种状况必须尽快改变,否则将影响中国综合国力的提升,影响作为整体的中国梦的实现。在这样的背景下,NE·TIGER 服装品牌以自己一系列为国内外社会认可的民族文化创意服装设计体现了“中国创造”的无限潜力和创造力。2005 年,“东北虎”成为全球顶尖皮草俱乐部——丹麦紫色俱乐部里唯一的中国会员;2009 年“蝶扇·缘”高级定制发布会以蝶、扇为设计主题,采用民族古老结绳工艺;2010 年结合天干地支、十二生肖相关的易学、历史学、天文学、民俗学及图腾学知识融入设计,将羌绣技法的创新结合现代立体剪裁工艺,彰显了 NE·TIGER 品牌的无限创造力;2010 年,NE·TIGER 入选国家形象系列宣传片,“鸾凤双栖牡丹”缂丝华服被首都博物馆永久收藏——张志峰先生表示,这“是品牌史上一次新的开创,我们期望让世人从 NE·TIGER 系列产品上看到全球文化相融的面貌,让华人为民族瑰宝骄傲,让中华文化闪耀全世界”^[4]…… NE·TIGER 通过对中华民族自身在历史发展过程中所形成本土文化资源的珍视和弘扬,对自身创造能力的不断开掘,以服装艺术展现

中国文化的魅力,不仅使中国广大人民群众自觉地认同中国文化,还有助于西方民众走出意识形态的偏见和文化的隔阂,重新认识中国,对于重塑当代中国的国家形象,提升国家文化软实力贡献了自己的独特力量。

4 结语

NE·TIGER 服装在民族工艺的时尚化、民族文化的审美化、民族创意的自觉化方面做了卓越的探索和贡献,达成了中国服饰艺术的中国梦诠释。NE·TIGER 服饰激活了本民族内在的想象力和创造力,创造了具有世界意义的服饰理念和理想前景,将中华文明的精华呈现给人类,为多元的世界文明增添了一份光彩。我们相信会有更多的中国服装品牌在传承民族历史文化的精华进行创新,改变中国服装在国际市场上曾给人“个性不鲜明”、“创意不佳”、“品质粗糙”的印象,通过挖掘、运用或发挥中国在民族发展过程中积淀下来的文化符号、文化力量 and 独特的审美旨趣于服装设计,使之重新焕发生命力,使之重新为人们所认识,从而实现服装设计时尚的民族性、民族的时尚性,从而与外来的服装设计相区分而获得新异性与独创性,实现中国服装传统文化创意的产业化发展,助推中国梦的实现——毕竟“用思维方式的不同来说明民族文化的差别,以民族文化的差别和特点来解析和寻求选择、发展先进文化的途径和可能,是推动民族乃至人类文明进步的重要方法。”^[11]

参考文献:

[1]胡锦涛.胡锦涛同志2006年4月21日在耶鲁大

学的演讲[OL].中国新闻网,<http://www.chinanews.com/news/2006/2006-04-26/8/722644.shtml>,2006-04-26.

[2]国家形象片 NE-TIGER 现代华服上的千古绝艺[OL].中国网络电视台,<http://style.cntv.cn/special/netiger/20110201/107520.shtml>,2011-02-01.

[3]陈贝贝.濒临失传技艺缂丝:如何走好复兴之路——专访缂丝界大师王玉祥传人王浩然[J].中国纤检,2010(20):38-40.

[4]缂丝华服 经典传世——首都博物馆珍藏 NE·TIGER 华服[OL].中国服装网,<http://www.efu.com.cn/data/2010/2010-04-21/301093.shtml>,2010-04-21.

[5]张志峰.2012上海时装周 东北虎“唐·风”高级定制发布会致辞[OL].中国服装网,http://www.efu.com.cn/data/2011/2011-10-21/404270_12.shtml,2011-10-21.

[6]张志峰. NE·TIGER 2013“华·宋”高级定制华服发布会致辞[OL].中国服装网,<http://www.efu.com.cn/data/2012/2012-10-26/476861.shtml>,2012-10-26.

[7]张志峰. NE·TIGER 2014 春夏“大元”高级定制华服发布会致辞[OL].中国服装网,<http://fashion.efu.com.cn/newsview-1026819-1.html>,2013-10-26.

[8]李孟苏.华服、缂丝和云锦[J].三联生活周刊,2010,(20).

[9]NE·TIGER 开启奥运制服发布仪式[OL],凤凰时尚,http://fashion.ifeng.com/602/200801/0123_1794_375190_1.shtml,2008-01-23.

[10]张志峰.“返本开新一中华文明与中国华服”论坛张志峰先生开场词[OL].中国网,http://big5.china.com.cn/info/2011-10/27/content_23740876.htm,2011-10-27.

[11]丁素.传统思维方式的改造与选择[J].理论导刊,2003(12):50-52.

(收稿日期:2014年4月5日)