



Silvia Bombardini
生活在伦敦的专栏作家 Silvia Bombardini 关注于时尚、青年文化和电影。她常为《ZOO Magazine》、《DUST Magazine》、博客 A Shaded View On Fashion、网站 Büro 24/7 和设计推广平台 Not Just A Label 撰文。她如今成为了我们“Coming of Age”专栏的第二位作者。



1

MALL RATS & BUNNIES 拯救死去的商场

撰文—Silvia Bombardini 编辑—冯婧怡 翻译—Cindy 部分图片—东方ic 设计—小黑

“我爱购物中心。”在 Vetements 时装秀报告里，Susie Lau 援引 Demna Gvasalia 的话：“真正的购物中心是时尚设计师灵感的源泉。我所说的购物中心是真正意义上的，与时尚毫无关联的商场。”但是，Gvasalia 印象中这种真正的商场在全世界范围内却越来越难寻觅，或者说至少在美国是这样，这可是当初商场鳞次栉比的国度。我们大部分人都能根据他的描述轻松描画出那种商场的样子：人潮拥挤，朴实无华，但是对于年轻一代的 Vetements 粉丝们来讲，这种商场的概念其实是非常模糊的。

像 JCPenney、Sears 和 Macy's 这些百货公司，曾经对美国消费者有着巨大的吸引力，然而在近十年内，却都难逃销售额持续下降的命运，这是 Amazon 网站盛行带来的必然结果，年轻一辈的消费者相对更懒更懂得省力，很快便投向了网购。事实上，如今不可或缺的网络卖家当初备受争议。就像人们总是会把责任推给下雨天一样，坏天气成了人们不愿意出门购物的始作俑者。虽然网络零售商无论如何脱不了干系，但是把商场衰落的责任全都归到它身上也说不通。电子商务在亚洲也大行其道，但并不妨碍零售商场也一片繁荣。甚至于在东京原宿，一些百货商店里的员

工在当地都小有名气；在1990年代这些人被称为“明星员工”，社交媒体为他们造势。除此之外，也不是所有的美国商场都一派颓势。在“即看即买”销售方式的强势影响下，一些主打高端时尚的商场依然坚挺，反而是郊区的购物中心在苦苦支撑。看起来现在的人们都成了中产阶级，在商场里才能见分晓。

但情况并不都是这样，比如洛杉矶时尚潮流精品店 Kitson，去年一年一次性关掉了17家在美国的店。回忆起其2005年前后的鼎盛期，Vestoj 对曾到店购物的名人如数家珍：Britney Spears、Lindsay Lohan、Paris Hilton、Kim Kardashian。“预制 GRC 经济尚未解体，阶层像是一个虚伪的借口，”菲利普·斯诺 (Philippa Snow) 这样写道，“我们想成为的人正是过去的我们，只是富裕一些罢了。”人们可能会认为，年轻的美国人自那之后更有责任感了，相信一分钱一分货，不再喜欢如 Kitson 这些商场里直白的消费主义展示以及其阴险的、潜在的运作方式。当然，我们也会时而怀念这流行了一千年的消费方式，即使这种怀念可能夹带着批判。

“商场软音乐”是一类小众音乐，仿造的是莫扎克

的音乐，通常作为电梯或者门店的背景音乐。曝晒媒体 (Sunbleach Media) 的迪伦·基尔比 (Dylan Kilby) 将 Disconscious 的商场音乐专辑《全息广场》高度赞扬为“被放进磁带里的最空灵的曲目”，还进一步阐释“播放商场乐的目的是营造走在一个废弃的 (或者拥挤的) 商场的感觉... 在三层购物广场营造洞穴的空间感。”但是对有些人而言，商场长久以来已经不是一个安静的场所，由1970年代拍摄的乔治·罗梅罗 (George A. Romero) 的代表作《活死人之夜》(Dawn of the Dead) 及其所引领的特别的亚流派可见，其中最为出彩的又数1986年的《夜困杀人场》(Chopping Mall)。如果需要经济危机和弱化的消费力来向时尚“受害者”说明商场里潜伏着的危险和恐惧的话，那就这样做吧。

只是这种没有灵魂的商场曾是一个社会性场所，是与1980、1990年代的美国青年人的一种文化连接。不管出于多么不可逆的原因，它的衰落都不公平。那些男男女女被戏称为“商场鼠”和“商场兔”，他们从19世纪的“浪荡子”们手中继承衣钵。在互联网出现以前，这些“浪荡子”的午后时光是在商场中消磨掉的，他们在商场里四处闲逛，

1. Vetements 2017春夏系列在巴黎老佛爷百货发布
2. Disconscious 的音乐专辑《全息广场》
3. Vetements 2017春夏系列



2

并不购物。有些人觉得正是这些人的存在最终导致了真正的消费者对商场望而却步，另一些人则认为，很多商场为了牵制这些人采取了愈加严密的监管措施，最后结果却成了把所有人拒之门外。事实上，尽管这些挤满了商场的年轻人看上去很讨厌，但其实他们并无妨碍，对于商业的衰败也很有可能并没有责任。但是尽管没有为商场本身道歉，且 Gvasalia 的赞扬尚无定论，但就像注定的一样，对这个地方评价较低的领域集中在创新型和文化性领域，而对“商场鼠”和“商场兔”的喜爱有了一个新的方向，现代的年轻人在衣着上向过去的这几十年致敬，设计师则是通过自己的设计作品，在美国之外，有伦敦的 Tourne De Transmission，米兰的 Palm Angels。可能是他们的懒散将“商场鼠”和“商场兔”们衬托得更加可爱了，他们的欢愉现在的青年一代可能再无机会领略了。

“商场鼠”的风格特色鲜明，根本不用设计师大加宣扬，青年们在商场里穿的都是廓形剪裁的便服，由此非常受散漫的现代年青青睐。布袋牛仔裤，上身搭配蓬蓬夹克和套头衫，或者不系扣的野牛格子衬衫和毛巾汗衫，或者低腰牛仔裙，裙边通常有闪亮而简单的装饰物。这些品牌有美国商场零售店：Abercrombie & Fitch 或者 Gap，这两个品牌都曾遭受过“时令不正”的影响；或者他们的后来者 American Apparel，于2017年1月停产。现如今，无论是在 T 台上还是媒体报导里，它俨然演变成了一种潮流和态度。受格伦·卢琦福德 (Glen Luchford) 拍摄的《堕落街》(Christiane F.) 的启迪，Gucci 的2016春夏宣传片里有一群年轻模特跑过柏林废弃购物中心的场景。然而，Marc Jacob 2016秋冬系列的哥特风被称为“商场哥特风”，因其对哥特暗黑风格更加细致的呈现而大受追捧：猫，蜘蛛网，甚至还有老鼠。但是毫无疑问，在这些品牌中表现最直白的仍属 Vetements。Vetements 2017春夏系列可以说把 Juicy Couture 的丝绒运动服从束之高阁的博物馆展架拉回到衣橱的大功臣：一款2004年粉色运动衣真的在维多利亚与艾伯特博物馆 (Victoria & Albert Museum) 的“宽衣解带：内衣简史” (Undressed: A Brief History of Underwear) 上展出过，一直到3月12日才谢幕。2014年 Juicy Couture 在美国的所有门店全都停业后，今年就像一个完美的结局，Vetements 在商场发布首秀，这是与其他品牌的集合展，就像鸟瞰商场的所



3



4

6

品牌，不仅有 Juicy，还有 Levi's、Reebok、Eastpak 等等。直至它上市之前，在巴黎的高端百货商场老佛爷百货公司 (Galeries Lafayette) 掀起了“定制周”。我并不是在此建议努力保存美国的商场，因为这种努力只是堂吉柯德式的幻想，另外，它衰败的原因合情合理，就像它所宣扬的价值从来都是模糊不明的。但是拯救“死去的商场” (真正的了结是高闲置率和低消费者流量) 的机会，是把它变成年轻人约会社交的场所，现在为止，或者说尤其是现在，年轻人都挂在网上，商场更加不能解体。例如，在东伦敦有一个斯特拉特福德中心 (Stratford Centre)，已经过了鼎盛期，尤其是在新型商场崛起的对比下尤为明显，韦斯特菲尔德购物中心 (Westfield Shopping Mall) 就开在附近。然而过了几小时，已经死去的老商场重生了，因为一个溜冰亚文化群利用其光滑的云母微粒瓷砖大做文章。据报道，他们穿着运动服、牛仔裤和套头衫，轮滑鞋从溜冰鞋改造而来。伊文·斯宾塞 (Ewen Spencer) 拍下了他们的照片，作为他的电子杂志《Guapamente》第四期的主题，题目为“果酱与芝士” (Jam & Cheese)。“我听说互联网已经杀死了青年文化”，他这样写道，“但是‘果酱与芝士’向我们展示着现在的孩子们还是鲜活的：在废弃的购物中心里正有一场悄无声息的反叛进行着... 他们把你丢下的东西捡了起来，并重新把它又变得美好。”

- 列把 Juicy Couture 的丝绒运动服从束之高阁的博物馆展架拉回到衣橱
4. Tourne De Transmission 2017秋冬系列灵感源于“商场鼠”

5. Palm Angels 2017春夏男装
- 6.《Guapamente》第四期的主题“果酱与芝士” (Jam & Cheese)



5

“商场鼠”的风格特色鲜明，根本不用设计师大加宣扬，青年们在商场里穿的都是廓形剪裁的便服，由此非常受散漫的现代年青青睐。

