

Gucci的2016秋冬季的包袋上出现了“Real Gucci”的喷漆标语



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 和设计师推广平台 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。

BOOTLEG CULTURE 盗版文化

撰文—Silvia Bombardini 编辑—冯婧怡 翻译—Lynn Lee 设计—Tiffany

当时尚开始在自己那加速转动的“仓鼠轮”上蹒跚前行的时候，那些声名狼藉的“山寨货”，却出人意料地在都市年轻人群中找到了救赎——“山寨货”紧追高街时尚的步伐，或许也应该为时尚如此匆忙的运转节奏负责。作为一个“不太可能的”时尚盟友，它终于开始动摇这个精英资本主义行业的根基。在这种不端行为影响之下，盗版产品可上升成为一种社会正义的代表形式，这也就不令人感到意外了：从最简单、最有野心的角度看，盗版产品欢迎普罗大众都来享受那些本应只有少数人才能享受得到的特权。原本会被视为一种羞耻的秘密，如今却成了大家珍爱的东西——当人们带着自我意识把秘密穿在身上时，它就被理解成了一种知情人才能听懂的内行笑话。它可能是坦率的，也可能是无伤大雅的，正如印着仿冒 Burberry 格子呢图案的假 Calvin Klein 内裤那样有趣——在 Ditto Press 出版的《Berberry》摄影集中，就有这样一张照片。这本摄影集就是对 Burberry 那被仿冒的最多的标志性图案的一种致敬。在 ebae.cheap 上，15 英镑就可以买到一条 Calvin Klein 松紧腰带。ebaе.cheap 是一个很随性的小网店，它给自己带上的标签是 #basicore。不过，如今这个时代，那些做得像模像样的仿冒品，它们的制作者可能正是那些在发展中国家制作原版正品的同一批娴熟技工，因此，盗版文化也对我们的消费主义和我们渴望产生了质疑，它那种低身段的幽默，带有一种否定的意味。有一些年轻的山寨品牌，比如 Davil Tran 的 Vetememes，它模仿和嘲弄的是一个价值观如此失衡的体系，这个体系已将自己逼到几近崩塌的地步。而这样的崩塌，它们乐于参与其中，比如 J. D. Ballard，这可能是它们多年来唯一经历过的真实体验。

在《盗版经济》(The Knockoff Economy) 中，Kal Raustiala 和 Christopher Sprigman 阐释了他们的“盗版悖论”理论。这一理论指出，时尚行业的持续生存有赖于富有客户想让自己有别于平民大众的需求。而每一季，得益于各种仿款设计和山寨货，平民大众比以往任何时候都能更快地追上时尚的步伐，就像那些精英人士一样。也正因为如此，那些时尚大品牌才需要在每季时装周后很快又发布一些新的东西，这也正是时尚滚轮飞速运转的原因所在。时尚是一种季节性艺术，它通过不断的变化，来显示自己存在的意义。然而，如果没有了仿冒品，时尚可能将会停滞不前，或许甚至会不复存在。但如果仿冒品真是让这个行业保持运转的动力，那么，当人们带着目的性去接受它的时候，它也有力量可以加速时尚行业那不可避免的后资本主义式灭亡。时尚已经开始自食其果：在原版设计作品还没上市之前，山寨货就已经在零售货架上满天飞，等到原创上市时，已经没人再愿意买了。当奢侈品销售下滑时，它那被人们视为最有价值的“独享性”就只能另当别论了。它最终可能会导致出现所谓的“假货经济学”那样的“准后启示性”(quasi-post-apocalyptic) 景象。在那样的境况下，那些业余的山寨产品，或者是尖刻的反时尚表达形式，都会变得比那些昂贵的原版作品更加珍贵、更令人渴望，因为它们只有小批量生产，它们会变成收



时尚是一种季节性艺术，它通过不断的变化，来显示自己存在的意义。然而，如果没有了仿冒品，时尚可能将会停滞不前，或许甚至会不复存在。

藏品，就像是错版的邮票一样。这听起来可能有些牵强，但当你看过17岁的 Austin Butss 的报道之后就会明白这一点。这位 Instagram 的红人是个高中辍学生，他的外号叫“Asspizza”。在接受 Dazed Digital 采访时，他谈到了自己售卖的限量版盗版 T 恤——他把 T 恤当作 Kanye West 近期唱片《The Life of Pablo》的周边商品进行出售。“它比真的还真，你知道吗？”他说，“这些比那些商店里售卖的更珍贵，因为可能有10000个孩子正在排队等着买那些 T 恤，但拥有这些假 T 恤的人却只有100个，你明白吗？”

虽然如此，在萧条后时代的经济上升期，通过盗版来起到刺激经济发展的作用，而非仅仅是简单的营利或娱乐，这并不是头一回。本世纪头十年中期，Russ Karablin 就已经呼吁时尚行业停下脚步，但用了十年的时间，加上 A\$AP Mob 的影响，时尚行业才真正听进去。假货经济或许还有很长的一段路要走，但奢侈品牌的态度和反应已经有了明显改变：虽然传统品牌仍然在不切实际地努力想要打击和控诉那些仿冒者，但其中已经出现了一种对盗版文化的“高端的致敬”。2014 春夏系列的 M.I.A x Versace 灵感就来自在伦敦东部市场发现的 Versace 山寨品；还有 Moschino 2015 春夏季的 Fauxschino。有类似 Hermès 的丝带，像 Chanel 的双 C 标志那样相互交叠的笑脸，还有类似 Vuitton 的字母组合图案——2007 年山本耀司也曾借鉴过，但是他的设计更有品味。如今，Vetements 则参考了一些名号不那么响的品牌 logo，比如 Champion 或 Everlast；我们还看到 Gucci 的 2016 秋冬季的包袋上出现了“Real Gucci”的喷漆标语，还有与涂鸦艺术家 Gucci Ghost 合作新推出的男装度假系列。设计师品牌和涂鸦艺术家之间的关系，由此往前迈进了一大步。涂鸦艺术家们要么批判时尚，要么开时尚的玩笑，通过这个项目，他们名气大涨。还记得三年前 Kidult 和 Marc Jacobs 之间的不合是如何快速升级的吗？在 Kidult 肆意破坏了他们的店铺橱窗后，该品牌回敬他的方式是推出一款非常昂贵的 T 恤，上面正印着这幅涂鸦作品的照片。后来，FRY 又推出了另一款印着 Marc Jacobs T 恤的照片的 T 恤，就这样，我们进入了如同之前网络红极一时的“Gosling-Culkin”式循环。不过，现在情况不同了，曾经处在对立面两极的人似乎已经学会了合作：Demna Gvasalia 向 Vetememes 致以祝福，而 Asspizza 那些珍贵的盗版 T 恤，也在 Kanye 店铺旁边的快闪店里上架销售。这种方式，并没有任何承认被打败的意思，也不只是一种简单的“如果你不能打败他们，就加入他们”的解决方案。新一代的著名设计师正开始意识到，如果没有假货，也就没有真货。而且，它们还比常规做法更能大规模提升这些大品牌的知名度，虽然这种影响还只是潜在。接受盗版文化的存在，也不需要费力赞助它们，能给大品牌设计系列带来一种街头信誉的感觉。这种社会现实主义的幻想，代表着它们对奢侈品泡沫之外的世界的意识和尊重。