2016年1月9日 第2期 总第890期 MODERNWEEKLY.COM RMB ¥10 HK $15

周末画报

中国精英 全球视角

MODERN WEEKLY

STYLE

SLOWEAR

慢、时尚

岁末年初，我们回望2015年度几位巨匠级设计师离开其所服务时装屋的消息，时尚行业的过快节奏令设计变得空洞而无脑。是时候放慢步伐，观察与思考什么才是我们真正需要的了。设计的构想、织物的制作、面料的加工，甚至是穿着过程中的再造都值得被赋予时间的魅力，但时尚本身就带有更新变化的属性，慢与时尚之间的等号要如何去画上，便成为了这一代以制造无季节时尚为己任的设计师最值得去考量的问题。

撰文—Silvia Bombardini 编辑—Aroma 供图—Buaisou、Study NY、Honest by、GettyImages、东方IC 翻译—Shirley Tang 设计—小黑
封面图像—2016/17伦敦时装周 Faustine Steinmetz展示

左—提供靛蓝染色工坊的日本团体Buaisou
右—Study NY作品

WEAR

慢、时尚

时尚业需要时间

我们生活并浏览着的这一刻，可能是瞬间的黄金时期。分钟的概念其实直到中世纪才出现。现在的我们分秒必争，以股市般亢奋的状态存在于社交网络上。每个现实生活的瞬间，如果未被拍下来，就会变成我们已失去的、不可挽回的、被自己及他人很快遗忘的瞬间。我们深陷于数字失忆症的暗坑，仿佛什么都没有发生。我们的记忆力在减退，于是我们急于分类、更新、第一时间转发。曾经温柔地涌出并流淌的信息，如今汹涌而出，洪水泛滥。我们奋力争取漂浮于信息上，驾驭着浪潮，为了在取得成功时呼吸得更容易一些。我们训练头脑和心灵，在页面重新加载时，以比等待光标的旋转还快的速度处理内容。我们的感受变得更强烈，同时也更短暂了。我们的生活方便快捷，却还是让我们感到焦虑无比，因为我们常常被提醒要注意自身的时间性。我们是年轻的成年人，我们每周的总工作时间在延长。我们重新安排计划，无尽匆忙地寻求节省时间，我们的生产力似乎是无限的。

事实并非如此。时尚业在照顾本行业最优秀人才上经历了惨痛的失败，这个问题在近几个月又成为世人关注的焦点，顶尖设计师因不满现状而离开，脱离这个族群。我们已感受到Raf Simons的痛苦——这当然是附带的，却非常激烈。在他的最后一场Dior秀（尽管当时的我们还不知道）结束后，他跟Tim Blanks谈到一个不可能实现的愿望，“拒绝即时性”。毕竟，Azzedine Alaïa被邀请接替John Galliano时，就因为时尚业的无情步伐而拒绝担任同一职位。Jonathan Saunders辞职的个人因素不为外界所知，但据《Vogue》的Sarah Mower所说，“只可能基于与2015年所有设计师离职相同的理由”。其中最主要的，也许是为Lanvin服务了14年的Alber Elbaz的离开。在他离开前不到一个星期的某个宴会上，这位摩洛哥裔以色列设计师表示自己需要更多时间，同行都应得到多些时间。有人可能会说，这话没人会听，即使有人听了，时间显然也不是能随便送出的礼品。所以时间才如此珍贵，甚至在它提升到奢侈品的高度时，仍不会有多余时间分给别人。

通过季前展示等方式，高级时装品牌或多或少正在屈从于消费主义，适应高街货物周转的节律，迎合顾客心血来潮的渴望。在广告经过选角、拍摄并印刷到广告牌上的这段时间里，造型已给人过时的观感。当季节变化逐渐模糊，创意人士就像不断在被挤压的柠檬般被要求不停输送才华。尽管Christophe Lemaire等备受推崇的设计师提出改革，但到目前为止仍未见采取任何具体措施。因为尽管这些发作一次短过一次，却也是一个运行良好、利润丰厚并让很多人满意的系统。这不完全是由于疏忽：从知识层面来看，它的辩护者指出，时尚按照定义不仅是持续变化的体现，更是对眼前世界有前途的表达。如果社会已进化到按照互联网的速度生活，那么时尚就有义务按照它来打扮我们。

从慢运动到慢时尚

有趣的是，长期游离于成熟阶层和行业“行事日历”之外的年轻品牌，似乎更容易从一开始就投入慢节奏，着眼于长期的增长情况。他们迎合的小众市场正在横向不断壮大，因为当急迫变为常态，肾上腺素激增就缓和为筋疲力尽，速度也就失去了其作为未来象征的吸引力。本身比万维网还要大三岁的“慢运动”（Slow Movement）扩展到更多领域并吸引新的追随者，数字原住民开始对空闲等陌生观念感兴趣，他们愿意质疑并抵制自身的急切渴望，有机会发现与享受缓慢的持久乐趣。可能是由于厌恶无形网络般的节奏，慢制造者及爱好者往往高度尊重产品的物性，它的物质性，它的触觉性。这可以说是平面媒体被宣告消亡，却从未真正死去的原因。与此相反，一批大开本、文字有思维深度的新杂志出现在货架上，追求留在读者身边，而对让它在几个星期内过时的常规出版时间表普遍不屑一顾。慢新闻最大的成绩无疑是内容：准确、有益、长篇，如《Kinfolk》、《Delayed Gratification》等出版物就是对140字符读者的再教育。

而这种“慢运动”的思潮在时尚行业的反应并不是近几年的事情，在上世纪90年代的纽约就活跃着这样一批设计师，他们开始反思时尚的真正意义，拒绝制作只为迎合潮流和满足衣橱的设计。集艺术家、设计师及电影人多重身份于一身的Susan Cianciolo就是1990年代中期这一派别的代表人物。Susan Cianciolo设计的最大特点就是面料的多样性与廓形的有趣变化。这种丰富的面料层次令她的衣服充满了趣味与惊喜，完全打破了那种timeless fashion就等同于简约冷感的传统印象。而更重要的是，每一块出现在Susan Cianciolo衣服上的面料都是纯手工制作的，这种对于手作美学的热忱是“慢时尚”的核心精神。

同样是在1990年代于美国诞生的Alabama Chanin出品的每一件时装与家居制品也秉承了这种手作美学的精神，直到今天。1994年，北美自由贸易协定（NAFTA）的签订，令美国本土的许多纺织业工人和工匠面临着失业危机。Natalie Chanin出于重振她家乡经济的考虑，决定成立这样一家公司，同时也是学校 —— 致力于保存代代相传的美国南部特有的传统刺绣工艺。100%有机原料、零污染的制作过程、对手工艺的保护与传承是Alabama Chanin一直都引以为傲的标签。

对于物质性的极致追求

而在当今这一代2010年后出现的设计师品牌中，不变的还是这种对物性的追求，这种追求体现在对质感和织物的深刻认识。以Bruno Pieters的“全透明”品牌Honest by及他们最近推出的手织哈里斯花呢系列为例，它也许是由某位著名设计师推出的，他在为Delvaux及Hugo by Hugo Boss工作时曾是批评家的至爱，直到他觉得有必要离开休息一下 —— 但这个小型系列及它的推广，却让人几乎把目光仅仅集中在布料上。花呢是稀有物，它被认证是“由外赫布里底群岛岛民在家中手织，在外赫布里底群岛上加工，并以在外赫布里底群岛染色和纺织的纯正未加工羊毛制成”。在这个以刷卡取代更衣室的时代，就连Honest by都只通过网络销售以便削减零售成本，而慢服装以质感为主导，重估穿衣时布料与身体亲密关系的价值。理想的布料，拥有丰富而漫长的遗产交织成的质朴式样，它舒适得足以让你发出满足的叹息。袖子的剪裁，下摆的宽度的重要程度在降低，设计冷静下来，并在更广阔的范围内软化。斗篷和披风出现在时装秀上，超大毛毯和拖地床单被当成披风来穿，时尚简化为高级织物的昂贵方形布样。伦敦的“The School of Life”在伦敦时装周不到一个月前，举办了一场慢时尚课程，教育参加者如何“摆脱潮流”，并“用自己的衣服随时随地修习正念”，他们出售的一款舒适毛毯可能是同类产品中的佼佼者 —— 原料来自内蒙古本地山羊松软温暖的羊毛，据说能给人安心、慰藉和家的感觉。亲切又平凡的毛毯和床单，让我们想起了一种消遣，它曾被看作是理所当然，现在却变得越来越奢侈，并在快捷的现代生活中被我们深深怀念：它就是睡眠。

正如慢新闻一样，让一切变得不同的是慢服装的故事，而不是形式。慢慢地制作事物的过程、对爱好的沉迷，以及对自己耐心的培养，整体上有种治疗效果 —— 它能促进头脑清醒及放松休息，将我们的头脑与迟钝的生物钟重新连接在一起。因此Marina Abramović去年在伦敦和迈阿密让人数米粒。手工纺织者及死硬派编织者会告诉你，正如Carl Honoré的《In Praise of Slowness》（歌颂慢活）一书中Bernadette Murphy所做的那样，认真做某件事，心中明了它需要相当长一段时间才能完成，甚至能帮助人“与尚未解决的生命本真和平共处”。人们不禁要问，Faustine Steinmetz在一个没那么业余但仍相当手工化的层面上是否也有相同的感受。例如其2016年春夏系列的一件手织马球衫，就需占用这位巴黎设计师至少一个星期的制作时间。与

正如慢新闻一样，让一切变得不同的是慢服装的故事，而不是形式。慢慢地制作事物的过程，对爱好的沉迷，以及 对自己耐心的培养，整体上有种治疗效果。

左—Honest by作品
中—Susan Cianciolo 2009秋冬系列展示
右—2016/17伦敦时装周 Faustine Steinmetz展示

此类似的是，当代慢服装生产着眼于从容自发的自然循环，而非市场强加的刻意轮回。Pieters，还有Rad Hourani，都是遵循这种期待而独立工作的知名设计师，这样做的幸运新入行人士也在慢慢增多。

独一无二的慢制造过程

伦敦品牌STORY mfg.一如其口号“慢制造”，誓言不按季节工作，从不强迫加快工作进度。“我们是我们所认识的人中最挑剔的，”品牌创始人在他们的LinkedIn资料上表示，“我们不采摘尚未成熟的果实。”Study NY的Tara St James也按自己独创的“反时尚”日程表工作。与典型的快时尚时间表截然不同的是，它每月发布一次新品，但每次不超过两三款新品。这样做的目的，是在年底组成一个“没有轻浮或过剩”的完整衣橱，每个小型系列本身关注不同的可持续生产方式，比如她的零废料或自然染色系列。作为典型例子的自然染色是一种深受喜爱的缓慢工序，目前正蓄势待发：这种技术可堆肥，适合在自家后院进行，并对素食者关键的现代情感作了回应，也就是说大多数时候无须用到压碎的昆虫或海螺。这过程慢得可笑，但在许多爱好者看来，正是它令人兴奋之处。有试验精神的从业者已在寻找各种方法扩大自己的调色板，引入本地采购的染料，如杏仁壳、榛子和核桃、咖啡和酒、迷迭香叶、橘皮或马铃薯淀粉，甚至还有蘑菇、洋葱。现正在布鲁克林店提供靛蓝染色工坊的日本团体Buaisou，原是由在日本德岛县一座农场中种植靛蓝植物的四名工匠组成，这种作物在夏季采收，过冬堆肥的120天需每周浇水一次。混合麦麸、氢氧化钙和灰碱液之后，静置发酵约三至六个月，并需每天照料。由此产生的活菌具有明亮的蓝色调，据说还能增加织物强度及驱虫，而借助传统的后处理工序，甚至能让被染色衣物与白色衣物同时洗涤而不会发生掉色或颜色转移。慢作用细菌的另一位著名支持者是Biocouture的Suzanne Lee，她的研究主要集中在微生物纤维素作为有机生物型产品替代传统纺织品的潜力。Lee在网上分享了自己的配方：在空浴缸里放入醋、绿茶、糖及一种细菌和酵母菌共生体，等待最多两到四个星期，就会长成2厘米厚的皮革状蜡色材料。它可吸收甜菜根或蓝莓的染料，为了让它更耐用，她还用kakishibu覆在成品服装表面。kakishibu是一种未熟青柿的发酵汁，在日本传统上用来对消防员外套作防火处理。在这个比以往任何时候都要快节奏的世界中，无论是传统手工纺纱抑或高度创新的无缝细菌生产，都是工匠在创造中所付出的时间与精力，使得慢服装在其未来的穿着者眼中具有更大的价值。

穿着过程中的慢改变

时间和精力并不只是设计师的责任。一件可能具备独一无二品质的慢服装最终能有多少个性，是要交由它的最终用户来实现的。慢慢地一遍又一遍地呵护地穿着，是让它成为如今模样的重要因素，有时甚至独立于它的来源和原始价值。慢服装能唤起经验、保留记忆，让我们有机会逐渐依附于所穿的服装，得到备受宠爱的感觉。它生长于体验经济：就算产品并非生来拥有不凡故事，只要它能善于接受穿着者本身的故事，也能有很好的表现。如果服装是为长久使用而制造的，最好的方式就是要做得强韧而非细腻，但又不能过分强韧，不受时间流逝的影响。例如，牛仔布是举世公认的慢服装布料教科书：作为日常穿着的经典休闲服饰，经过年月和天气的洗礼，它可以适应我们的身体和运动，时间让它褪色、出现褶皱及磨损，也让它越来越好穿。事实上，如今大多数刚买回来的新牛仔裤，已自带仿穿着痕迹的破损、擦伤或折痕、树脂烘烤褶皱或猫须效果。更真实的做法要数Christopher Raeburn，他目前正在挖掘以磨损布料讲故事的潜力，但同时也没有放弃按照传统时装周时间框架，生产并销售全新服装。在应季限量版系列“REMADE”中，该品牌回收军事物料并进行升级改造，如退役救生筏、海军毛毯和制服、滞销睡袋和露营帐篷，加上他标志性的降落伞绸。Raeburn因工艺中固有的可持续性而备受赞赏，他一直在坚持的是产品的高品质及历史性。社会上也出现了许多值得赞赏的例子——服装量产公司努力延长服装使用寿命，改变连锁零售商的坏形象——这其中包括H&M的“Close the Loop”回收再生服装系列，以及优衣库的“非一次性”LifeWear理念。后者对旧衣利用的承诺已成为最近的时事话题，其目标是在2016年初收集到1000万件旧衣，并将之分发给世界各地的难民。还有Patagonia的“旧衣”计划：该品牌曾在2011年黑色星期五，于《纽约时报》刊登整版广告“Don’t Buy This Jacket”（不要买这件外套），鼓励消费者在购物时要三思而后行，如今它又邀请顾客在网上分享故事，介绍一件自己拥有的最喜欢的Patagonia服装，从所有摇粒绒服饰的远祖到有15年历史的腰包都可以。在几个星期前刊登的为《Quartz》撰写的文章中，作为新年决议的预告，品牌CEO Rose Marcario请读者把该计划大力推广的活动，是反对“属于产品消费者而非产品所有者的社会”的全新行动。