

## 珠宝设计的时尚变化



珠宝是具有高度审美价值的饰品

□□ 本报实习记者 郑芊

不久前,在湖南卫视播放的一部都市爱情片《只为遇见你》,演绎了珠宝设计师的爱情故事。这部剧向大众推介了珠宝领域的时尚生活,原本是神秘高冷的“珠宝设计师”成为大众可以尝试、接触的职业。珠宝业几乎一下子成为国内时尚圈关注的热门行业。

珠宝是具有高度审美价值的饰品。它们或优雅或豪放,或清亮或朦胧,在方寸间折射出人文和美学内涵,映照出设计师丰盈的内心。今年,围绕珠宝的展览次第举办,其中故宫和卡地亚合作的“有界之外——工艺与修复特展”最为抢眼。这是国际顶级的珠宝大展,体现着珠宝时尚不断走向大众生活、不断调整设计风格的文化脉动。

珠宝中的中国风

时尚界这些年一直在流行“中国风”,珠宝界也必同样。

在珠宝设计中运用中国元素,国际顶级珠宝公司卡地亚在上个世纪就已经在做了。在北京故宫研究专家的眼中,“灵感中国展厅”中的展品,比如卡地亚胸针上双龙戏珠的纹饰,可以从中国古建筑、家居、工艺装饰中找到源头,而卡地亚桥牌盒四角装饰的凸圆形珊瑚意象,也和北京紫禁城四个角楼的形象相关联。

中国悠久的历史、古老的神话都可以成为珠宝设计的灵感来源。近年来,中国风珠宝设计更是受到外国设计师的青睐和消费者喜爱。很多世界知名珠宝商都聚焦中国风设计。当代珠宝设计领

军人物张雪莉认为,现在,中国设计师越来越走向国际舞台。世界热切关注我们,关注中国文化的表达,关注中国工艺的独到,在许多方面我们甚至比欧美设计师更有优势。

Sue&Leo中文名称思路珠宝,是一家原创珠宝品牌,在北京红桥市场有着自己的门店。Sue&Leo设计师郑鹏2006年开始珠宝原创设计之路。“中国盛产珍珠,在设计中自然加入这一中国元素,赢得了欧洲客户的喜欢。外国客户对材质的要求不是太挑剔,更多是看设计。”郑鹏说。

更年轻更流行

奥地利建筑师与建筑理论家阿道夫·鲁斯说:“只有一个事物经久不衰,它才是真正现代的,唯有事物经历了足够长的时间考验还是时尚的,才能享用时尚一词。”一直以来,人们对于时尚的关注更多在服装上。珠宝首饰在整体搭配中的重要性,随着年轻一代观念的改变而凸显。

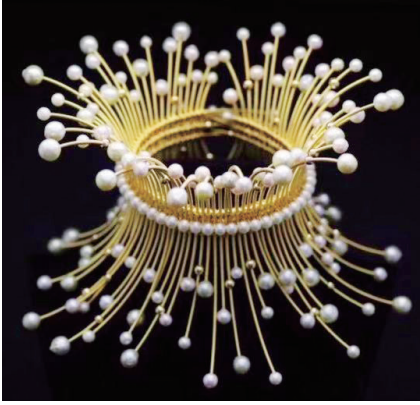
珠宝消费人群中,约80%为女性。在传统观念中,珠宝大多是用来收藏的,其观赏和装饰作用都在其次。因此,在珠宝选择上,40岁以上女性多会考虑珠宝的价值及可上升空间。然而,近些年越来越多的年轻女性对收藏并不在意,而更专注于服装搭配及个人喜好。

珠宝首饰作为服装搭配中必不可少的要素,成为影响时尚脉动的关键。“首饰对于搭配来说能够提升整体造型,在一定的场合可以显示自己的审美。”郑鹏说。在他设计的珠宝首饰中,多戴多用的功能性首饰,受到了年轻女性的喜爱。“现在最主要的就是满足市场需求的年轻化,与此相适应,首饰设计越来越夸张,越来越多元。”

造型设计的多变性

从造型角度看,珠宝首饰设计与服装设计一样可以千变万化,目前,可以运用各种高新尖的工艺技术,以及新颖的材料进行全新设计。在当下的流行趋势中,立体几何风格、民族田园风格、奢华繁复风格和可爱浪漫风格4种设计风格都在不同群体中引领着时尚。

简约大方的几何线条使得珠宝首饰具有强烈的现代感、机械感和未来感,搭配当下服装流行的冷淡风显得简单、大气、时尚、个性。民族田园风格,多源自于传统图案的图腾或者装饰物,选材倾向于各种不同的材质结合,多以田园植物展现。西班牙珠宝设计师帕洛玛桑切斯近期在北京推出的萨万娜系列、蓝色狂想曲系列中,就是将非洲乃至中国的地域文化融入其作品当中。奢华繁复风格,通过各种珠宝奢侈装饰物的结合制作出层次繁复、具有丰富想象力和华丽美感的珍宝首饰。可爱浪漫风格,迎合当下人们的童趣心理,色彩鲜艳丰富,造型以可爱的卡通图案为主,也适合搭配一些波普风格的服装,以显其个性。



Sue&Leo品牌《聚力》作品

## 乾隆时期的时尚“新中式”家具

□□ 周京南

在中国家具发展史上,清代家具达到了历史上的顶峰,特别是乾隆时期,物阜民丰,国力强大,盛世天子乾隆皇帝有足够的雅兴享受“天下太平”带来的幸福生活。

乾隆时期的中国,虽然实行“闭关锁国”政策,但是对于来自西方的玩好之物并非完全排斥。位于西山脚下的“三山五园”到了乾隆一朝已经完全竣工,这其中,被称为“万园之园”的圆明园,修建了大量带有西洋风格的建筑。

始建于康熙年间的圆明园被称为“万园之园”(1707年),由圆明、长春、万春三园组成,有园林风景百余处,建筑面积逾16万平方米,是清朝帝王在150余年间创建和经营的一座大型皇家宫苑。在这些建筑中,除具有中国风格的庭院外,长春园内还有海晏堂、远瀛观等西洋风格的建筑群。在这些建筑内部,陈设着与其内部环境相协调的中西合璧、彰显奢华富贵的家具,借鉴了西方风格的广式家具无疑成为这里面不可或缺的重要点缀。

清代宫廷中大量采用具有浓厚广式风格的家具,和以往的传统明式家具相比,呈现出一派迥然不同的风貌,在当时可以称之为“新中式家具”,它是和当时因建筑风格的变化、工艺水平的提高、统治阶级的好尚带来的起居生活习俗的改变密不可分的。

此时统治阶级对物质生活的追求表现出极大的欲望,追求一种绚丽、繁缛、豪华之气,这种思想集中反映在室内陈设上,贵胄显要们竞相斗奇夸富,“不差钱”的心理急剧膨胀,他们调集能工巧匠大肆修建住宅、园林并配置相应的家具,彰显其显赫的气势,而广式家具成为清代统治阶级室内不可或缺的重要陈设家具。



紫檀边框玻璃油画山水图插屏

广式家具为清代统治阶级所青睐,究其原因,第一,是由于南洋各国的优质木料多经由广州进口,制作原料充裕,因此广式家具用料毫不吝惜,家具尺寸随意加大放宽,以显示雄浑与稳重。第二,当时西方正值法国路易十四、十五时期,巴洛克和洛可可风格的艺术大行其道,影响遍及欧美。西洋家具追求美观,因此雕刻多、手工多、镶嵌多、装饰性浓,如精美浮雕的大量运用或运用自然界的形状及材质,如叶形、兽头或兽脚、水果或波浪等,更有很多极富想象力的造型,如女神像、天使像等。与中式古典风格的古色古香相比,西洋风格给人以金碧辉煌和雍容华贵的效果,符合盛世王朝的审美追求。第三,清代乾隆时期,国内秩序稳定、经济发展,库藏充盈,使统治者有足够的闲情雅致享受山水园林之趣。清代统治者在北

京城内大兴土木,营建园林,除在内城建造三海工程外,还在西郊兴建三山五园,供皇家享乐之用。从存世于今的清宫内务府档案中可以看到,在清代宫廷苑园内,广式家具无处不在。

为迎合清皇室追求奢华的审美爱好,清官造办处专门设立了“广木作”制作广式风格的家具,刻意创新,满足清代皇室对家具的需求。

广式家具一方面汲取了中国传统的家具的风格,另一方面也吸收了西方家具的长处,其装饰雕刻技法上的特色是花纹雕刻深峻,刀法圆熟,磨工精细。其雕刻风格在一定程度上受到西方建筑雕刻的影响,无论其装饰的花纹还是纹样,不少是采用西法而成。如广式家具中大量采用的西番莲作装饰,这种西番莲花纹,线条流畅、变化多样,可以根据不同器形而随意延伸,如

果装饰在圆形器物上,其枝叶多作循环式,各面纹饰衔接巧妙,很难分辨它们的首尾。

值得一提的是,在装饰风格和技法上,广式家具大量采用了西方的装饰风格及技法,在工艺上,广式家具大量采用珐琅镶嵌、象牙雕刻、玻璃油画装饰,形成了一套广式家具独特的装饰手法。

在清代宫中,现在还有不少具有广式风格的家具,它们无一不是工精料细、富丽奢华,深受清代帝王推崇。

玻璃油画山水图插屏以紫檀木制成,体形硕大,高280厘米,通宽340厘米,厚70厘米。屏风为五扇屏式,每扇屏分为三部分,上下各有一块雕卷草纹缘环板,中间为白檀木心,每扇屏的中间屏心上嵌有三幅玻璃油画,分别绘有仙阁、花卉、“海屋添筹”等内容,画法上吸收西洋绘画技法。在清代宫廷的苑园中,时常可以见到这类玻璃油画家具,它的装饰技法虽为西洋风格,但是表现内容是中国古典的题材,具有较高的艺术水准,在清代宫廷家具中独树一帜。

清代以降,大量引进的西方工艺技术,被统治者成功地应用到宫殿建筑和与之配套的宫廷家具中,康雍乾三朝大肆兴建的圆明园里拥有众多西方风格的建筑及景观,而紫禁城内的建筑采光也用到了玻璃,使得室内空间光亮通透。西洋钟表、天文仪器、油画等舶来品开始布置在宫中,与之相配套的就是这些建筑里面的家具陈设。乾隆时期的宫廷家具,装饰趋于繁复,工艺更加精细,带有欧罗巴风格的西番莲、番草纹、兽爪纹等应用到家具装饰之上,同时嵌珐琅、玻璃油画等工艺技法与宫廷的家具制作相结合,这种家具与明式家具造型简洁、不事雕琢的风格大相迥异,但也是乾隆一朝家具的独特表现手法,形成了具有明显乾隆风格的“新中式家具”。

(作者单位系北京故宫博物院宫廷部)

## 中国「潮牌」潮起潮涌

林沁

《哪吒之魔童降世》从7月26日上映,票房一路飙升,已经突破38亿元。看过的人也不拍手叫好,一口一个“国漫之光”,票房口碑双丰收。

有专家认为2018年是“中国风”时尚元年,今年这阵风更猛烈了。从影视到服装,时尚领域日渐找到了中国文化自信。

潮牌的文化

老牌运动品牌李宁将有着中国文化的潮服“潮”到了巴黎、纽约,让世界重新认识了中国品牌。

所谓“潮牌”是指引领潮流的品牌。潮牌看重的是内涵,不仅是独特的设计,重要的是为品牌注入文化及精神内核。

李宁变化是多样的。2018年纽约时装周上汉文化元素服装走秀,就将中国潮服很好地展示出来。2020春夏系列,以“行”为主题,复古与未来相融合。不仅如此,多变也成为李宁的新标签,迪士尼版的运动服,米奇、皮皮鸭、唐老鸭齐上阵,少女帮派系列、闺蜜系列等,无所不能,中国老品牌也玩出了新时尚。

与李宁有着同样潮味的还有老品牌安踏。这些年已改头换面的安踏,不再是奥运会上给人们留下一抹中国红的印象。猎奇、混沌的安踏也做出了时尚范儿。

凭着鞋子闯天下的回力,已经是“高龄”品牌,成为跨世纪时髦产物。近几年上进的回力增加印花、卡通等潮流元素,成为元气女孩的出门首选。回力出了高端线BQ。与中国新锐设计师品牌联名,演绎“回零”和“回雁”两双经典回力鞋,复古中带着浓浓机能风。

走心的设计

以李宁为首的部分老字号品牌举起国潮大旗,引发国际时尚界关注。同时,部分老字号也在国内精心耕耘,从设计上体现自己的用心。

如果问时装设计最大的魅力所在是什么,大部分人的答案都会指向一个词:走心。一件走心的设计作品,能够真正走进你的内心。当你将它穿上身或佩戴起来的时候,凝聚着智慧与汗水的一针一线,在此刻仿佛有了生命,设计师的脉搏也在作品中时刻跳动着。

2019年北京时装周即将拉开帷幕,走心的设计将不胜枚举,它们不仅融合了时尚、潮流与独特创意,更是把走心的设计感发挥到了极致。

雷蒙品牌1940年诞生于上海,其高级定制业务将传统与时尚、品质与文化有机结合,形成以设计研发、科技创新、品牌文化引领发展的新格局。雷蒙·1940本季设计师为“80后”王冉,毕业于北京服装学院服装设计专业,设计风格创新、简约,注重布料品质、手工细节及优美版型等,展示男性的绅士魅力和多元时尚,打造融合东西方文化精髓的个性服装。

官溢高级定制以文化优先推动发展。京绣元素成衣将民族文化与艺术时尚完美融合,在推出时尚服装服饰系列产品的基础上,还将推出时尚家居用品、时尚工艺品等,融入京绣元素,逐步成为文化气息浓郁、品位高雅、产品种类丰富的高级定制品牌。



从影视到服装,国潮之风盛行。