

观潮

## 时尚周的能量思考

□□ 本报实习记者 郑芊

近年来随着城乡居民生活水平的不断提高、城市时尚经济发展的不断深入,国民时尚消费呈现井喷态势,时尚产业作为朝阳产业,正不断吸引着政府机构、企业财团、民间资本等多方眼球,放眼国内,多个城市已将时尚产业列入当地“十三五”发展规划,可以说时尚已成为提升城市软实力、打造文化名片的重要力量。

如今除北京之外,上海、广州、青岛等城市都在时尚产业上不断地加力,开发时尚产业园、搞时装周成为各地跻身时尚城市的必修课。

时装周作为各地时尚界大事,在提升城市、行业、品牌等魅力方面究竟发挥着怎样的能量?以北京时装周为例,它用4年时间打造成为北京市的一张时尚名片。

## 助推城市时尚文化魅力

从城市时尚文化提升方面,每年的时装周都掀起一阵风潮。2016年,首届北京时装周的举办,搭建起促进北京时尚产业跃升和向世界传播北京时尚文化的崭新平台。2017年北京时装周,通过系列时尚活动集中展示了北京时尚产业的发展成果,逐渐链接起优势互补、各显其能的全新时尚产业生态圈。2018年北京时装周的举办是聚焦北京“四个中心”的城市战略定位,顺应国际时尚产业发展潮流,加快北京时尚产业发展,提升

北京城市软实力和助推时尚之都建设的重要举措。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,北京时装周作为首都时尚界大事,在繁荣首都文化、提升时尚影响中发挥着越来越重要的作用。北京时装周的主题发布代表当前最新潮流方向,彰显了时尚的引领效应;全方位、多层次的时尚新生态活动更加集约化,彰显了时尚的集聚效应;以时尚引流消费的活动更加市场化,彰显了时尚的价值效应。

2019年北京时装周以“跨界·融合·消费”为主题,集合60余场官方活动,包括32场流行发布、20余场时尚活动、5场专业大赛、4场时尚展览以及2场高峰论坛,汇聚国内外200多个品牌。

2019年北京时装周组委会主任北京时尚控股有限责任公司董事长吴立表示,通过4年来的成长与发展,北京时装周实现了设计与商业、潮流与科技以及跨界资源的多元融合,体现出时尚、品质、专业的特色。

## 引领时尚消费升级

时装周除了动态秀场之外,配套展会、论坛等形式更好地为产业间融合搭建了广阔平台。

记者观察,北京时装周开辟了官方配套展会,致力于推进北京时尚产业链完善,以“觉醒”为主题的时尚展,在方恒时尚中心打造设计商业落地新业态。百余个时尚品牌

的加入创下参展品牌数量新高,同时通过一系列精彩创新的时尚展览形式,引发全城时尚年轻人士的广泛关注。

与此同时,以“科技赋能时尚 开启消费新时代”为主题的2019北京时尚高峰论坛,以及以“融媒体背景下的品牌与时尚”为主题的分论坛,推动跨界思维碰撞,多角度全方位探讨北京时尚产业发展的新理论、新生态、新格局,助推产业、高校和企业等各界互促共进。

中央财经大学文化与传媒学院院长魏鹏举表示,文化越来越成为社会发展、商业领域的重要动力,时尚消费是基于特定文化选择的消费,注重现代社会开放、多元、相对自由的环境和人们的精神文化选择,是洞察时尚消费走向以及经济发展趋势的重要指标。此外,文创产业的发展及与相关产业的融合也能带动时尚,该产业目前也在进行结构性调整,时尚消费指向的地方现在看来也是文化创意产业最有活力的地方。

## 赋予中国品牌更多话语权

随着时尚产业的不断发展,越来越多的服装品牌都逐渐有了很强的竞争力,但品牌也需要平台去展示和推广,那么时装周的举办正是时尚文化界向世界发声的重要平台。

据了解,2019年北京时装周无论是参与品牌数量、设计师数量、专业观众量,还是国际化程度等指数均创下历史新高,吸引了近千



伊里兰新品

位明星艺人、时尚博主到场助阵。截至时装周闭幕,网络媒体发布新闻报道3500余条,全网直播平台总峰值突破1800万人次,相关微博发布近50万条,互动话题阅读量近7000万次,媒体覆盖率和时尚影响力显著提升。

以雪莲、雷蒙、伊里兰等中国品牌作为开幕和闭幕大秀的担纲,预示着时装周不仅是推动中国品牌转型成长并与世界接轨的舞台,也在追求中国品牌时尚话语权。

“中国服装品牌需要整合资源,时装周正是为中国服装品牌提供了机会和平台。”北服创新园设计平台的青年商业设计师王媛媛表示。

王媛媛说,在服装产业升级的过程中,中国服装品牌也曾经尝试请外教及设计师,希望他们能够点石成金,结果并不乐观。这样的经历给了中国品牌更多的思考,真正能够打动人心的是源于我们自己文化的智慧和精神。

记者观察,北京时装周不仅让雪莲、雷蒙、伊里兰、铜牛、天坛服饰等老字号品牌在时装周舞台迎来二次生长,在传承品质与品味基础上刷新时尚集群效应上的新高度,也让木真了、爱美丽,以及彼伏、自觉等代表北京时尚产业中坚力量诠释了新一季流行趋势,同时,皇锦、密扇品牌,以及金顶奖设计师祁刚、知名演员余少群,携原创品牌充分展现了来自东方的新时尚浪潮;华颂、衍泥小筑&仙糖、红馆旗袍等品牌传承经典的同时又迸发出全新的生命力。衍泥小筑&仙糖创始人飞燕表示:“北京时装周第一次有汉服时装发布,民族文化的认同正在人们的时尚追击中起到核心价值的支撑作用。”

品味

威尼斯电影节  
飘荡中国风

□□ 林沁

威尼斯国际电影节(Venice International Film Festival)创办于1932年,是世界上第一个国际电影节,因其历史悠久被誉为“国际电影节之父”,并与“戛纳国际电影节”“柏林国际电影节”并称为欧洲三大国际电影节。在电影的黄金年代,威尼斯电影节是诸多电影大师的大本营。

8月28日,第76届威尼斯电影节在意大利水城威尼斯利多岛隆重拉开帷幕。为了表示对中国电影界的重视,本届威尼斯电影节特别开设了中国电影区。其中由西安华颂影视文化传媒有限公司出品的电影《我的英雄》(又名《LIFE PUNCH》)是本次主要送展影片之一。

电影节不仅是各类电影相互交流的场所,更是众明星展示个性风采和文化品位的最佳舞台。因此,当《我的英雄》剧组演员簇拥着女主角景珂一身耀眼的黑红盛装惊艳亮相于红毯之时,即刻引起了全场媒体的关注。

据悉,当天该剧组参展成员的全部着装均由时尚设计大师孤帆·Galo亲自操刀,景珂服装整体造型的名字为中国经典传说“火凤凰”,一袭黑色的宋锦缎面长裙采用了不规则立体剪裁设计,外加重工刺绣金色凤尾图案,整体视觉效果精美典雅而又不失时尚。孤帆·Galo对于其设计的服装有着富含深意的解读。

耳环名曰“九五至尊”,外观为一只金色盘龙,威严而灵动,龙身镶有9颗红宝石和16颗钻石,与华贵的凤尾礼服遥相呼应。手上握的是“四海同辉”包,暗纹压铸的牛皮与宋锦缎面料上镶嵌着一枚鎏金圆形图形,仿佛一轮明月柔和的光芒照着苍茫的海平线,大写的GL字母为Galo的名字缩写。左肩的“八方来仪”胸针采用了对称蝴蝶造型,4颗钻石旁环绕着8颗宝石,外加几十颗碎钻组成熠熠生辉的云纹图案。腕上“十全十美”手镯采用了中国唐朝镂空镶嵌技术,红色宝石、绿松石与珊瑚石等距排列交相辉映,象征着珠联璧合、锦瑟和鸣。戒指名为“凤求凰”,四方形纯金底座上左右各一象征凤翅的镶钻浮雕,中间一颗三角形鲜艳的蓝宝石,寓意旭日东升,底下由碎钻组成的字母VFF为威尼斯电影节缩写。脚上穿的黑色“一步登天”鞋采用了复杂的牛皮叠花工艺,鞋跟特别采取了鎏金处理,侧面看像一只引吭高歌的凤凰剪影,颇具王者风范。

景珂的这一身装束配合象征凤凰头部的红色发型,仿佛一只展翅翱翔的火凤凰,彰显时尚风采。借助“凤凰涅槃,浴火重生”的典故,寓指中国电影事业在经过几代人的努力拼搏后,青出于蓝,荣登世界冠军宝座。

在国际时尚设计界,孤帆·Galo先后为几十名诺贝尔奖获得者做过全套造型设计,包括为中国的诺贝尔奖获得者莫言设计的“莫言简历”领带画和“东岳至尊”玉皮带扣,以及屠呦呦的“紫气东来”领奖服饰。钢琴家郎朗十几年来演出的服饰及造型几乎全部出自孤帆·Galo之手。此次威尼斯电影节再次以中国传统文化作为主创元素,向全球展示华夏民族深厚的历史底蕴及文化内涵,也为本届电影节献上了一份精彩的“中国故事”时尚大片。



“九五至尊”耳环

## 通往未来



北京时装周开幕大秀“通往未来”

凝思

## “灰调叙事”缘何流行?

## ——2019《中国好声音》音乐观察

□□ 罗易靡

今年夏天,浙江卫视《中国好声音》的歌唱比赛一如继往地举行,如同栏目音乐导师庾澄庆所说:“参加好声音已经成为夏天的一个仪式。”

《中国好声音》栏目已历经8年,从今年获得好评的歌曲来看,有一个共同的特征,那就是在歌曲中贯穿了“叙事”,在“叙事”中贯穿抒情与吟唱。在叙事抒情歌曲中,表达惆怅落寞的灰调音乐更为受欢迎。所以,这是一种灰调叙事抒情的流行,我们可以用“灰调叙事”抒情来归类这类歌曲。这类歌曲以李荣浩战队的系列歌曲更为突出,比如《我的酒馆打了烩》《曲终人散》等。因此,在第一轮的战队集体比赛中,李荣浩战队集体胜出,获得去鸟巢唱歌的战果。

之所以这类“灰调叙事”抒情音乐备受崇尚,主要受我们所生活的时代影响。我们今日处于飞速变动的时代,现代性给社会带来发展的同时,也将人的个性追求推崇到极致。所以这是一个个人可以成为一个自我世界的时代。同时,现代性在推崇个体的同时,也带来了社会中个体竞争日趋激烈的结果。现代社会将人抛到人群之海,面对社会的汹涌的浪潮,人的内心难免充满了徘徊,惆怅与孤独便应运而生。尤其是年青的一

代,他们的时代情愫中浸染了这个时代的色彩,他们对于这种灰调迷惘的内心叙事,产生强烈的共鸣。比如《曲终人散》《我等你》这类歌曲叙事,深深打动了他们的内心,从而获得共鸣。

2019年的歌曲显然从这种力量的激发转变到了灰调叙事抒情的风格,显示了这个时代叛逆已经不再新鲜,这个时代的青年群体更注重个人叙事。在现代性的人的流浪之后,听众会在这类歌曲中找到共鸣,比如陈其南的《等你来》,就是一种内心的呼喊;那哈铭的歌曲《儿歌》表达对于纯真的向往与迷惘。在叙事音乐中,歌唱技巧不是单纯为技巧服务,而是技巧为了抒情服务,比如刘美麟的歌曲《时候》,可以说声音的技巧完美地服务了歌曲的抒情。

音乐导师李荣浩说,那哈铭的出现代表了一个新的群体及一种新的声音。今日这个群体代表着多元、包容与吸收,这是一个如同海绵一样多元包容、可以吸收很多东西的时代。那哈铭新唱法的歌曲《影子》与《儿歌》受到欢迎,表达了民众对于多元音乐温和地接纳。2012年的《中国好声音》,梁博的摇滚歌曲获得冠军,反映了那个时期的听众依然存留着对于摇滚的热情。摇滚一般带有迎风而上的那股内蕴的力量感,虽然不同于英雄颂歌的宏大叙事,但毕竟激发了听众

内心的奋斗情怀。

《中国好声音》作为一档青年励志音乐节目,自2012年到现在,呈现出观众音乐风格喜好的变化。有的年度推崇摇滚的力量,有的年度推崇音乐技巧,而今年的歌曲,推崇表达个人叙事抒情。这种灰调叙事代表着个体情感的表达,依然是现代性根植于人的内心的表现。李荣浩主张不在编曲上改变,而是注重歌手自己的声音本身特点。这说明听众已经不再追求炫技的音乐,而是回归平常的音乐叙事。比如费铮的摇滚《就是现在》气势勇猛,听众以大比分去选择了刘美麟的《时候》,选择了柔中带刚的情感叙事。

在2019年备受欢迎的“灰调叙事”音乐中,个人情感的表达分为几类:第一类是爱的情感,比如《曲终人散》表达爱的失去,《等风来》表达爱的追求,用沉默处理伤感。第二类为关于时代情绪的表达,比如《儿歌》,叙事的歌曲中表达了对纯真的怀念之情。可以说是时代的一种集体离愁,人对于过去的离愁,歌曲的共鸣是唤起记忆,唤起这个时代青年对于情感的记忆。第三类为文化的情怀。音乐导师王力宏战队歌曲多为中国风,为东方文化的集体情节共鸣。如刘美麟的东方古风歌曲《时候》,中国音乐带有传统民族文化的歌词画面,以及稍微有点类似中国民族

歌曲的戏剧唱腔,激发了中国听者文化的情感认同,听者在自己熟悉的文化中理解音乐并产生同情,这是一种“了解之同情”之后的文化情怀表现。第四类为青春的歌唱与向往。肖嵩的《执迷不悔》同样以大比分备受欢迎,这首歌曲表达了沉默的个性。

灰调在此并非意味着消极的灰,而是作为温和的中性色的沉静之灰。“灰调叙事”抒情风格的音乐史对于时代生活的日常生活及情感的叙述。比如在丰富多样的蓝调音乐中,上世纪40年代逐渐形成独特风格的城市蓝调,歌词多反映都市生活。2019年的《中国好声音》歌曲中,诸多歌曲的歌词带着淡淡的日常生活的吟唱,比如《儿歌》中的“你呢,有个曾经容易快乐的你在那里呢?许愿就一定会到达的地方,还找不找得到?相爱就一定要拥抱的地方,还找不找得到?他们说话欲言又止的模样,现在看懂了吗?”《儿歌》具有象征性,象征这个时代对于单纯的向往,“相爱拥抱的地方”“许愿可以到达的地方”同样也是美好的象征。“还找不找得到”,表达了对于纯真的追问追寻。《得知平淡珍贵的一天》中“勇敢走向那片长满树的地方”,体现了这个时代的青年仍然在沉默中追问生命及生活的价值。看似平淡,却有隐含的所指。

(作者系浙江财经大学艺术学院教授)