

北京与纽约服装设计师培养机制比较

彭龙玉 郭平建

摘要: 本文对北京和美国纽约在培养服装设计人才方面的机制与经验进行了初步比较,探讨了全方位培养服装设计师创新能力的重要性,为我国服装设计人才的培养和北京“时装之都”的建设提供借鉴。

关键词: 纽约; 北京; 服装设计师; 时装之都

纽约是世界公认的时装之都,在服装设计师人才的培养教育与研究方面起步较早,发展至今有一些比较成熟的服装设计师培养方式与理念。早在1973年法国凡尔赛宫的秀场上,五位来自美国的设计师, Bill Blass, Oscar de La Renta, Anne Klein, Stephen Burrows 和 Halston 与法国设计师同台献艺,表现堪称完美,是纽约时尚在世界时尚界面前的一次华丽转身。北京市在2004年11月19日正式对外提出在构建国际大都市基本框架的同时,建设具有文化内涵、科技领先、引导时尚的世界“时装之都”。这些年来,北京虽然有新一代的服装设计师不断涌现,但其中享有国际声誉的服装设计师则是凤毛麟角。

纽约和北京都是国际大都市,都有着优越的地理位置和丰富的城市文化和经济资源,对服装设计师的培养有良好的外部环境。但是,纽约为什么在世界知名服装设计师的培养方面能取得显著成就而北京则不能呢?下面将着重从设计师培养机制方面进行分析、比较。

一、纽约的服装设计师培养机制研究

纽约是美国服装产业的中心,占据了哈德逊河沿线的港口和优越的地理位置,得天独厚的地理优势为服装加工原材料供应充足提供了基础条件。纽约不仅汇集了众多时装设计天才,同时也集合了很多优秀的服装技工,为服装产业的升级提供了便利条件。移民潮的到来移民潮的到来和二战的爆发导致其服装需求量的攀升,因战争而阻断与巴黎的联络后,美国的服装设计产业开始自主发展,纽约开始逐步探寻自身城市文化特色,形成了自己的时装风格。美国纽约本土的服装设计师及其品牌享有全球知名度,此外也有 Tom Ford、Michael Kors 等一些为其他国家品牌服务的设计师人才在不断增多。一个强大的服装产业必然有一个成熟、完善的体系来支撑和推进,其中纽约对服装设计师的培养显得尤为重要。

1. 服装设计环节是服装产业的核心,要培养什么样的服装设计师,与设计院校的教学理念与人才培养方式是分不开

的。纽约以成衣设计而闻名世界,服装产业快速崛起,一定程度上得益于对时装教育的高度重视。纽约有多所知名服装设计师名校,如:培养了 Donna Karan、Tom Ford、Marc Jacobs、Narciso Rodriguez、Alexander Wang 的帕尔森设计学校,培养了 Jeremy Scott、Betsey Johnson 的普拉特学院等。纽约最著名的是成立于1944年的纽约州立大学时装学院,培养出 Calvin Klein、David Chu、Michael Kors、Reem Acra、Francisco Costa 等著名服装设计师与企业家,纽约时装工业界约60%的专业人士曾在该校进修或学习。开设专业涉及如服装设计、织物设计、时装摄影、时尚产品管理等相关服装专业。学生的就业率长期保持在90%以上,这得益于该校教学环节的优越,使服装设计人才具有较强的实践和创新能力。设计师的创新能力来源于实践,虽然该校地处纽约曼哈顿区,学生有很多实习、调研的机会,但学院还为服装设计专业学生提供广泛的实践项目,学院的赞助企业与合作单位,每年都要从该校招收超过三分之一的学生参加全日制工作,使学生的实践能力和创新能力得到真正的提高,为学生毕业后的发展铺路。

2. 体制上政府的大力支持服装产业发展,政策落实到位。服装设计师行业协会与管理集团分工明确、优势互补,协调了服装的商业性和艺术性的平衡,为服装设计师的培养与品牌传播提供优质的平台。

自从1943年纽约时装周诞生以来,每年两季的纽约时装周已成为全球性的盛宴。2001年美国时装设计师协会(CFDA)把时装周的概念出售给了国际管理集团(IMG)。这一明确的分工有利于CFDA关注并促进美国的时装产业发展这一核心使命;IMG为CFDA中的优秀服装设计师提供奖学金,以及教育和指导机会等,为纽约时装周注入新鲜血液。纽约时装周不仅重视设计的创意,更关注设计所产生的商业价值,在时装展示方面做到有所选择。其中一些成功经验值得借鉴:

首先 纽约政府部门重视服装产业的重要性和对于整个

作者简介:彭龙玉(1988—),女,贵州安顺人,北京服装学院外语系2011级硕士研究生。

郭平建(1955—),男,山西省柳林人,北京服装学院外语系教授,硕士生导师。

纽约城市时尚引领的意义,纽约市市长在纽约经济中心建立了一个时尚办公室来辅助 CFDA 的工作,并为 IMG 延长了 Bryant 公园的租期。政府还负责完善秀场设备,以满足各种展示形式的需要。与此同时,还协调其他官方部门,建立不同机制来帮助 CFDA 开展和完成各项工作。服装产业是全球性的,与各个行业都息息相关,具有很强的跨界性,而时装周恰恰为整个设计行业和服装设计师们提供一个展示交流、获取商机、扩展市场的平台。

其次,时装周为设计师提供多元化的展示平台。传统上来说,时装设计是通过 T 台上的大型时装表演来展示的,但是随着越来越多的设计师与品牌的加入,设计师们通过更多省钱的方式来展示时装。在纽约时装周上,一些小品牌以在室外请少量模特参与的非常规的形式来展示自己的设计。这种补充促进设计师与来宾的互动交流,也为时装编辑与买手提供了随意选择的空间。

最后,纽约的服装设计师将服装的设计概念作为一种市场营销的手段和策略,以谋求商业利益与艺术表达间的平衡,服装并不作为纯粹的艺术。服装设计师的作用在于将服装以艺术的形式呈现出来,为服装赋予文化的内涵,并赢得大众的认可与欣赏。如果没有人购买的话,那么再好的作品也是一种失败。纽约时装周的商业成功经验在于:时装周过后,时尚买手们的订单就会纷至沓来。专业的时尚买手会尽量避免风险,他们会参照过去几季里卖的最好的设计,然后期待设计师们有更多的创新。所以,这其中的关键就在于设计师的作品要具备商业价值,同时要有设计灵感在里面,这种结合才能吸引买家的注意力并且使得他们愿意购买这个设计,从而取得商业上的成功。

3. 美国纽约成熟的媒体和出版业与纽约服装设计师关系密切,为服装设计师的品牌推广创造了良好的条件。服装设计师需要曝光率,推荐自己作品的同时营销自己的设计品牌,将艺术与商业尽可能完美的结合起来。而在这其中起到推波助澜作用的恰恰是纽约的媒体和时尚出版业。时尚出版物和媒体报道囊括了很多与时尚息息相关的行业,是沟通服装设计与社会之间的桥梁。通过它们的报道与推荐,人们知晓新锐服装设计师,时尚出版物也通过读者的反馈知晓大众消费的趋势和消费需求,这些出版物在收集信息后会定期与服装设计师会面,沟通服装的设计、制造商和零售商之间的问题。此外,凭借着其广泛的影响力和雄厚的经济实力,一些出版集团会鼓励和提拔荣获国际大奖的新锐设计师,给予他们指导和资金的支持,提供给他们去知名服装公司工作的机会等。除了传统的纸质媒体,很多美国电影电视也为纽约服装设计师推广起到了重要的作用,得到了有效的传播。

二、北京的服装设计师培养机制研究

中国服装成衣工业起步于 20 世纪 50 年代,当时市场处于生产导向,产品单一,衣着消费是半自给型,成衣率不足 10%。1979 年,中国实行改革开放政策,政府大力发展消费品生产,将服装产业列为消费品生产三大支柱产业之一。此时服装产量迅速提升,出口额明显增加。1986 年后,服装产业成为“七五”计划重点之一,逐步形成全民、集体、民营、三

资等多种经济成分并存的局面。长期以来,我国的服装生产总量的优势是建立在低廉劳动力、生产利润极其低下的基础上,出口的服装基本以中低档为主。这对我国服装业的发展,尤其是对我国的服装品牌走出国门成为国际化品牌造成了一个屏障。

1. 北京艺术院校教学体系的分析。北京作为全国的时尚之都,有知名服装设计类院校北京服装学院,清华大学和中央美术学院也设立了服装设计专业,学科专业起步相对纽约而言时间较晚。目前这些院校与国际上知名的服装艺术学院建立双边关系,互动合作研究,有些还进行了中外合作办学,效果显著。学校的实验室是将学生在课堂上所学的知识转化为实践、创新能力必不可少的教学条件。北京的艺术院校注重引进专业先进设备,为学生提供技术上的支持。并注重完善图书馆馆藏和相关领域的稀有书刊,有覆盖纺织科学和服装工业的多方面的特殊收藏,如区域性服装、订制衣服和成衣,这些丰富的纸质和电子图书资料已成为设计师初期学习的创作灵感源泉。

北京作为我国服装设计师教育的中心,培养了不少新一代的服装设计师,但是其中享有国际声誉的服装设计师则几乎没有。北京的服装院校目前在人才培养目标、师资队伍、授课方式和实践环节等方面还存在一些问题:首先,人才培养目标不稳定,具有多变性,培养“高级专门人才”、“高级复合型人才”、“应用型高级人才”等众多目标影响了人才培养的长期性、稳定性。其次,课程设置中实践环节相对纽约而言较少,实践基地匮乏。目前北京艺术院校服装专业的实习基地处于发展阶段,还未具备一定规模,服装设计专业缺少在知名服装企业实习的机会或者实习时间很短。缺少实践经验,影响了服装设计师对理念的表达能力。

2. 服装企业的责任是要让设计师所接受理论知识真正发挥作用,这就必须将这些服装理论知识带到企业中去消化,因此,企业培养平台的建设至关重要。服装企业在向社会索取经验丰富、能力强调服装设计人才的同时,应该有强烈的社会责任感为一些缺乏经验的服装设计专业大学毕业生或服装设计人员创造机会,降低入职的门槛,从而给予他们学习锻炼的机会,为他们真正成长成为一名优秀的服装设计师敞开大门,所以企业对设计人员培养平台的建设至关重要。目前,北京地区各院校服装专业人才的进入服装企业工作和实习的机会是存在的,但还相对较少。据笔者了解,北京服装学院的服装设计专业和皮革艺术设计专业分别于 2005 年、2009 年与北京爱慕内衣有限责任公司和深圳新百丽鞋业有限公司合作,建立了校企间合作的人才培养项目。另外,2012 年由北京市批准成立的北服“服饰时尚设计产业创新园”,作为目前中关村国家自主创新示范区唯一的服饰时尚设计产业项目,在聚集产业要素、引导产业发展方面,走在了首都高校前列,为推进产学研结合、加快科技成果转化提供了一个令人期待的模式,同时也为推进校企、校地、校内协同创新和提升创新能力,提供了一个新的平台。但北服这样的案例是由于该校在国内服装行业较为知名,具有一定优势所决定的。北京目前开设服装专业的院校有几十家,却

并非都拥有进入服装名企,甚至是普通企业实践的机会。很多非服装专业院校或专科院校学生在毕业时从未进入服装企业实习过,这就进一步造成他们的就业困难或就业时所学知识与实践脱节等问题,从而造成了人才资源的利用率下降和资源浪费。

3. 时尚媒体作为宣传品牌,推广设计师,引导大众时尚消费的最佳渠道,有着评价和宣传的双重职能。北京服装设计人才和具有国际影响力的自主品牌是“时装之都”获得国际认可的先决条件。媒体是发布时尚讯息的先锋,是宣传设计师和作品的重要渠道。

以时尚传媒产业为例,目前海外风向标为主导,本土设计势单力薄。时尚传媒不应将宣传与发掘本国特色割裂开来,否则“北京时尚”永远只是空谈,而消费者始终被欧美或日韩服装设计作品所影响。同时,媒体作为设计师传播的重要渠道,在做好自身功课的同时,应思考如何让更多的服装消费者能参与其中进行互动,在推广与反馈中不断循环更新。这恐怕是北京的传媒和出版业亟待解决的问题。

北京具有很大的市场潜力可供挖掘,与纽约相比,在时尚媒体和出版业这一点上,无论是从数量上还是质量上,北京还需要付出更多的实践。但令人欣慰的是,由北京服装纺织行业协会主办的杂志《时尚北京》是反映和传递北京“时装之都”建设进程,宣传北京特色品牌的时尚杂志。杂志聘请了很多时尚业以及相关高校的专家担任理事,内容立足于北京皇城文化和北京本土服饰品牌,价格定位合理,广告投放多集中于推荐本土设计品牌,其标志性和独特性还是值得肯定的。此外,具有一定社会影响力的外刊杂志也开始关注本国服装,如《米娜》近年纷纷增加了“本土街拍”的版面,中国版的《Vogue》每期有国内设计师作品推荐与专访。

三、北京和纽约的比较分析

通过上述分析研究,不难看出:纽约服装产业作为体系的基础肩负着从服装制造生产到批发销售的层层过程,政府的支持、媒体出版业、教育业以及艺术机构对服装产业的艺术升级和与商业融合提供了文化上的支援与反哺,这其中完善的机制对服装设计师的培养发挥着至关重要的作用。服装设计师用作品为服装赋予了城市文化与艺术的内涵,设计师协会则为设计师搭建了更为广阔的平台,吸纳和帮助设计师发挥所长,为他们在体系内部寻找到更好的资源和更广阔的展示舞台。在沟通时尚体系内部各个产业间的关系,优化资源配置,扩大时尚影响力方面各个环节发挥着无可替代的作用。

对于北京服装设计师,主流媒体报道的力度和推广的力度都不够。与中国五千年传承式的历史文化相比,美国纽约城市历史很短,所以北京是有着深厚的东方文化底蕴优势的。

北京服装设计师只有在注入了城市文化的血液之后才能不断的发展、更新。对比纽约成熟的设计师群体,中国的服装设计师队伍参差不齐,有像谢锋、马可、吴海燕、张肇达这样的国内一流设计师在为中国的时装走向世界做着孜孜不倦的努力,也有一些不成熟的设计师充斥着媒体的头条,中国的文化底蕴在服装上并没有真正的走上世界。

可喜的是,在2011年10月北京时装周出现的青年设计师作品中,设计师楚艳带有中国哲学意境的时装作品让国人看到了希望。楚艳的作品不会在服装上出现非常具象的中国元素,作品整体所表达的是一种能够被当代社会接受,适应今天的生活方式,同时兼具中国文化理念的生活美学意境。2013年,由中华人民共和国文化部对外文化联络局、中国驻法国使馆文化处支持,巴黎中国文化中心主办,中外文化交流中心承办的时尚展演活动中,楚艳携29套别致的带有东方大写意美学的服装作品参演,对于古老东方文化的现代解读,赢得到场的法国文化界、时尚界、商界知名人士的广泛赞誉。服装不仅在于形式,更重要的在于把中国文化的意境、哲思、格调融入到作品中。这样的作品既是中国的、也是国际的;既是古典的、也是现代的。另外,在近年来的北京时装周上,我们不断看到了北京服装学院、清华大学等设计院校师生设计作品专场,这对于促进中国青年时装设计师的培养无疑是巨大的推动,青年设计师的成长正是北京“时装之都”发展的希望与未来。

纽约服装业的成功得益于本土设计师所取得辉煌成就,我国服装品牌要提高竞争力,成为国际知名品牌,就必须努力在国内服装设计师的培养创造条件。一个优秀服装设计师的成长离不开良好的外部环境成熟的培养机制,不断完善社会培养的平台环境,由政府、行业协会、设计师、媒体、院校构成的体系有机结合、动态统一,互相协作处理体系内的矛盾,解决产业困境,最终推动了纽约时装产业持续发展。北京要借鉴纽约的经验,并针对目前问题,制定出切实可行的措施,坚持不懈地努力,这样才能培养出适应经济社会发展需要的服装设计人才从而为我国的服装品牌的建设积蓄坚实的后备力量。

参考文献:

- [1] FIT&NYC [EB/OL]. <http://www.fitnyc.edu/148.asp>.
- [2] About CFDA [EB/OL]. <http://www.cfda.com>, 2013-03-09.
- [3] CFDA 谈纽约时装周的成功秘籍 [EB/OL]. http://www.haibao.cn/article/119856_2.htm.
- [4] Stanfill, S. New York Fashion, Harry N Abrams Inc. 2007.