

在八、九十年代的时候,我们了解到外面的世界已经有很多设计大师,那个时代最有影响力的事件就是日本设计师的崛起。比如三宅一生、山本耀司、川久保玲等都是在那个年代涌现,在被西方人所占领的时尚领域里,东方的设计师能够独树一帜,这对当时的我来说,就是一个榜样。我至今记得一个故事,说三宅一生坐船到巴黎去学习,他在路上看见了巴黎的一些品牌资料,就觉得自己设计的衣服很糟糕。于是,他就把衣服全部扔到海里去,到了巴黎他再从头开始学。

当时大家的经验都是,首先要去巴黎这样一流的时尚环境中学习、工作,然后到一个著名的品牌去学习,最后创立自己的品牌。所以,我也决心走这样一条路。尽管,对于当时在中国的我们来说是天方夜谭,但是我觉得为什么不可以?我当时非常坚持走这样一条成长之路,然后我也确实这么去做了。



瑰丝陈花园

Q: 如何完成从设计师到创业者的角色转变?

A: 我觉得,这要对自己做出一个实事求是的评估。确实,不是每个人都适合去创业,尤其是设计师,习惯于用右脑思维,而管理、经营用的是左脑。但我的评估是自己的左右脑发展比较均衡,最重要的是,我有这样的工作经验。我在创业之前,做过总经理,还为当时的公司创立了中国的分公司,包括培训团队和所有生意上面的事情,基本上都是我亲手抓,所以,我认为自己具备创业的经验,也对创业有了足够的认识。

当然,创业永远都没有准备好的时候,它是一个非常非常艰难的过程。首先,你必须有能力独立地搞定管理和商业上的事情,尤其是在开始的几年。一旦要创业,你不能只做一个设计师,做设计跟创立品牌来做设计是不一样的。

以“静、深、富”诠释中国之美

Q: 为什么用牡丹花来作品牌的LOGO?

A: 牡丹代表我们中国的审美观。谈到中国,我们必然要有一个历史文化的传承。我的第一感觉,要到唐朝的艺术里面去寻找,因为唐朝是中国古代文化艺术的巅峰时期。然后,我就在一本关于唐朝的书籍里看到了牡丹花的纹样。我发现,唐朝的牡丹花不像明清时期的那么复杂、累赘,而是非常雅致、纯粹的形式,我觉得再美不过了。然后,我们再用现代设计对纹样进行改造,让它兼顾现代感的同时又不失古代文化的意蕴。

Q: 怎么理解“静、深、富”是中国之美的精髓?

A: 我觉得,“静、深、富”非常能代表我自己的一种审美观。当然,也是我们品牌的审美观所浓缩的一种最好的表达方式。其中,“静”代表的是一种优雅、浪漫、含蓄的意境,这些是对中国文化的一种传承。我觉得“静”字最能表达中国艺术的这种意境,从诗歌、书法,到画,甚至是古代的丝绸等,你都能感觉到的一种“静”。是一种暗流涌动,但又很平静的感觉,只有中国人的文化里才拥有,在西方艺术中我们很难找到这种意境。这种“静中带动,动中带静”的感觉只有我们有,这是我们衣服中一定要表达的一种感觉。

“深”则是指现代感,是“深刻”“深邃”的意思,我们用黑色来表示。我自己也最喜欢黑色,它代表着一种冲击力,是一种力量,这种力量很像现代人的个性。“深”比

“动”力量更强大,更蕴含了厚度和深意。而“深”和“静”刚好是一种反差,有一种想要突破的感觉,所以用“深”字来表示。

“富”就更有意思了,代表了我们非常独树一帜的观点——中国女性的美,用“富”来形容。因为中国人对女性美的要求很特别,我们要求女性最大的特点是“有福气”,要求女性内外兼修,要“圆满”。无论是从长相、内涵、修养上来讲,我们对女性都有这样的要求。这跟西方人讲求的“性感”“漂亮”“优雅”等,都不一样。就像我们的衣服总能给人一种雍容、大气的感觉,这就是我说的“富”。



Grace Chen陈野槐

•GRACE CHEN品牌创始人&主设计师

•被香港《南华早报》誉为“中国精英专属设计师”

•2017年美国《财富》杂志“最具影响力女性”代表

•2018“纽约中国时尚盛典”唯一走秀设计师

Q: 谈谈多年研习书法对设计的影响。

A: 书法对我,是一种本质上的影响。我觉得,我的风格和审美观全部来自于书法。书法是最接近于现代艺术的一种传统形式,我甚至觉得,书法就是“纯现代”。你看,它本身很简单,只有黑白,中间还有些“飞白”,代表中国文化的简约和大气。并且,它充满了运动感,像音乐一样。在我看来,音乐和书法是一回事,只不过一种是以声音来表现,而另一种是用形象来表现。其实,它们都是一种节奏、韵律和比例。我们的衣服上,经常会有一些流苏、线条的元素,别人总说,Grace的衣服有一种灵动感,似乎总有一部分在动。哪怕是套装,我们也会通过面料或是颜色的对比,让它产生一种跳跃感,让它“活”起来。这其实就是书法对我的影响。

书法讲究比例,我做衣服的比例,很多都是来自于对书法的理解。怎样是优美,怎样是平衡,怎样让不对称的也能达到完美的感觉。既能保持平衡、站得住脚,又始终处于一种马上要运动的状态。从形式感上来讲,服装设计和我从小学的楷书、行书,几乎一模一样,完全能在我的服装中找到它们的影子。这很有意思,也是我做了很多年服装设计后才悟出的道理。

Q: 你想传递的是怎样一种时尚的生活态度?

A: 喜欢我的风格或者服装的人,他们和我在生活态度上,在审美品位上,有很相似的地方。其实,我们的这个花园就是要表现一个人整体的生活态度:他住的房子、看的书、参加的活动、和朋友一起做些什么……我想通过这个花园来表现和我们一致的审美,而不仅仅通过衣服来表现。我要告诉他们,穿上这样的衣服应该在什么样的环境里。这不光是一个背景,其实就是生活的内容。



《摩登时代》发布会



左: 品牌最具标识性手工艺——编织工艺
右: 非物质文化遗产——锡绣工艺



我觉得对于女性来说,美是生命的源动力,是最重要的事情。美其实是一个女性对自己的自信,当她觉得自己美的时候,她会欣赏自己,喜欢自己。反之,就是对自己根本性的否定。

——Grace Chen 陈野槐

Design

世界级的主流审美,源自文化自信

Q: 当代中国女性要怎样树立美的信心,又怎样塑造对美的品位?

A: 就我们的受众群来说,她们应该属于最自信的人群。中国女性从小接受的教育,常常是忽略自己的美,忽略了对自己的感受。“怎么成为一个有魅力的人?”对我们来说,可能从小到大都是一个伪命题。现在,大家都越来越在意“美”这件事了,我觉得对于女性来说,“美”是生命的源动力,是最重要的事情,超越了成功、财富,甚至是爱。“美”其实是一个女性对自己的自信,当她觉得自己美的时候,她会欣赏自己,喜欢自己。反之,是对自己根本性的否定,哪怕事业再成功,家庭再幸福,你还是会觉得有所缺失,觉得不够完美。

Q: 怎样才能“把中国的美和魅力提升为世界级的主流审美观”?

A: 首先我们有文化自信。我觉得,中国的文化不是一种依附型的文化,它是本源性的文化。我们所拥有的文化都是自己发展起来的,而不是依附于外来文化,于学习中形成的。所以,我们的文化是独创的,文化的体系跟西方的文化体系是并存的,甚至,在中国文化繁盛时期还超越西方。所以,我们应该拥有强大的文化自信。

但在现代时尚领域,我们的声音是弱的,几乎没有自己的话语权。我觉得这是不对的。这也就是为什么我要从国外回国创业,一个最重要的原因。我觉得,一定要在现代时尚的世界里,有中国文化背景的声音出现。但是,这个声音并不是我们的传统文化,肯定不是。

因为,传统的东西,现在连我们自己都不适用了。过于中国风的设计很少有人去穿,它没办法成为主流。所以,基于这两点,我希望能通过我的品牌、我的设计,把中国的现代美提升到世界主流的高度。你只有站在最高的位置,才可以覆盖整个地球。我不知道这个高度是多少,但我希望这个审美高度,足以让全世界的人都可以接受,比如你的衣服谁都能穿,谁穿都不觉得奇怪。

因此,做一个品牌,就要有足够的涵盖量,谁都能穿得好看。这个时候,你就成了世界主流了。这不是靠宣传达到的,而是切实做出来的。等到非洲的兄弟姐妹们都穿我们衣服的时候,我们就是绝对的世界主流了。