

Lifestyle

乐活志 有型、有趣、有态度的生活美学!

1725 / P2

格

真诚地为生活着的人们服务

城市优质生活读本

生活週刊

LIFE WEEKLY 源自1925·上海

1925年10月11日创刊 1985年1月6日复刊
Sponsor 主管主办 共青团上海市委员会
Publish 出版 青年报社 YOUTH DAILY GROUP
国内统一刊号 CN31-0013
邮发代号 3-35

Producer 出品人 李学军
Chief Editor/General Manager 主编/总经理 田雨均
Deputy Editor-in-chief 副主编 陈晓培
Mastermind Director 策划总监 杨颖
Marketing Director 市场总监 孙丽辉
Operation Director 运营总监 李勤
Admin Director 行政总监 姜媛媛
Print Director 印务总监 陈民吉
Reporter 记者 冷梅
蔡娟
张晓雯
董群力
News Editor 报道编辑 王娜
Fashion Editor 策划编辑 杨力佳
Editor 新媒体编辑 朱雪阳
Cultural and Creative 文创策划主管 周琳琳
Marketing 市场主管 朱琳琦
Designer 美术设计 汤智勇
李肇
应毅
Text proofreader 校对 顾米一
Flow & Reader Service 流程、读者服务 刘素平

广告经营中心: 021-6117-7838 6117-7857

发行中心: 021-6117-7837

广告经营许可证: 3100420080051

编辑部地址: 上海市梅园路77号上海人才大厦17楼 200070

制版印刷: 常熟市双乐彩印包装有限公司

封印时间: 每周五

定价: 人民币叁元

《生活周刊》以及“life weekly”为注册商标,

未经书面许可不得全部或部分翻印或转载。

本刊所载除标明资料内容以外内容的版权为本刊所有,

非经同意不得作任何形式转载或复制。

本报特约法律顾问: 上海市协力律师事务所 郭波律师

读者服务热线: 021-6117-7878

生活周刊iOS新媒体平台

苹果商店官方推荐应用

在App Store搜索“LifeWeekly”即可免费下载阅读



官网网址 lifeweekly.why.com.cn
微博网址 weibo.com/lifeweekly
官方微信号: lifeweekly1925



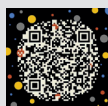
iPad



iPhone



生活周刊官方微博



生活周刊官方微信



当下,在时尚设计界,中国元素以其独有的魅力和文化特质,已登上世界舞台。这充分印证了一句话:只有民族的,才是世界的。诚然,中国原创设计师屹立于世界时尚之林,绝非抱着我们五千年的文明吃老底儿,而是在传承与创新之中,将中国元素以更为当代的眼光,更深刻的思考,迎来了更宽阔的格局。

对于中国非遗元素的呈现,究竟应该极致还原,还是追求创新?中国原创品牌花木深主理人周子翔认为,需要考虑用户使用场景的特点和要求,究竟是需要还原仪式仪轨,还是应用于普通的生活场景。设计的核心是满足当下,考虑用户的需求痛点。花木深取材于中国传统非物质文化遗产,将具有东方特色的剪纸、苗绣、苏绣等非遗工艺融入现代时装,做符合现代审美、日常可穿的东方时尚。

而知名的中国婚纱礼服设计师兰玉,肩负母亲苏绣传承人的使命,实现了苏绣与婚纱礼服的跨界融合。兰玉如此看待传承的使命,她觉得通过非遗传承人的思想去看待传承,是对非遗文化最大的尊重。传承最核心的要素是人,而不是那个东西。因为人的不同,传承下来的技术就会有很大的变化。LANYU的婚纱礼服,受到其母亲苏绣古典美的深刻影响,因此更偏向于清新淡雅,很少有浓墨重彩的色彩对撞。她不过分依附于潮流颜色的流变,更趋向于自己的审美和用色体系。

这些中国原创设计师身上都存有某种共性:很少随波逐流,了解自己的定位,一贯坚持自己的审美体系和价值理念。对他们来说,中国元素并非潮流所驱动的阶段热点,而是一种文化理念的自信,每个人都肩负使命。



华服岁月

【文/冷梅 图/受访者提供】