



一女装品牌Pye的新款设计，以简约廓形打造舒适穿搭。  
一时尚系毕业生余俐仪收集国人日常单品，陈列着装风格。



6月是时装院校毕业季，又一批年轻设计师将投入市场。新加坡时尚难做，但近年依旧出现不少设计师品牌，迈着小步伐，在时尚感与市场之间探索可能性。记者通过与从业的设计师访谈，为毕业生提供对行业的认识。

## 年轻设计师 以小而美的步伐前进



MAX.TAN设计师林书林概念性毕业作品，以画家林子平的“湖涂字”为灵感，融合多元文化特色。

### 李雅歌 / 报道

图片由受访者提供

时尚院校的毕业季，将为行业输送一批新鲜血液。一直以来，外界对于本地时尚业的发展普遍悲观，认为新加坡时尚难做。忆往昔，岛国曾有过时装周蓬勃的黄金岁月，但随品牌资本的转移，好景不再。

看今时，仍有年轻设计师品牌砥砺前行，哪怕在细小的夹缝里，都希望能通过了解市场，找到一丝发展的微光。在推崇简约风的时代，独立设计师迈着小步伐，以小而美的模式在时尚界与市场之间探索可能性。在这条探索的道路上，有人正起步，有人已走上道路，他们如何洞悉时尚产业发展的黄金与困境？

### 难以打破的时尚困局

时产业的困局并不只是这一代设计师面临的问题，而是与岛国的DNA息息相关。“新加坡的内需市场小不是事实，对于设计师来说，人工短缺、租金昂贵、原材料问题一直存在。”在本地时尚圈闯荡30多年的林黎云一语中的。

她说：“不同之处是，老一辈面对的挑战是如何让国人接受本地品牌。早年大家会花百多元买国际名牌，却很少有人愿意为本地设计买单。但随着几年的宣传和推广，如今买土货上来了，但诞生于电商时代下的年轻品牌，面对来自全球化的竞争，各自的产能上很难超越。所以，无论什么年代，选对时尚赛道，都不容易。”

设计师李乐泉表示，气候也是重要的要素。“如果新加坡不是常年只有热天，人们会有更多穿鞋的选择，也会觉得更有时尚感。因为天气热，我们对于服装的要求注重实穿性，如面料是否透气，穿起来会不会痒。”基于对本地市场的观察，李乐泉去年成立Shirt Number White，主打简约设计感的衣橱穿搭，通过立体几何剪裁，增加衣橱的时尚感。

### 1990年代的蓬勃岁月

虽然许多要素决定在本地发展品牌绝非易事，但在八九十年代，我国还是出现过时尚产业发展的黄金期。林黎云



李乐泉从衫衫结构勾勒现代女性轮廓。



毕业生刘惠敏作品，尝试大胆活泼的时装广告风格。

回忆，当时很多国际大品牌如Ralph Lauren、Banana Republic都来此设立海外办事处。“我们自己也有工厂、样衣房和代工生产项目。学生毕业找工作不用愁，工厂主动来招人，基本上毕业就有工作。”

随着中国市场开放，国际品牌就近搬到香港，新加坡不再是亚洲的时尚联络点，与产业相关的工作机会也随之减少。目前时表系毕业生的主要就业方向多是公关零售，加入本地品牌，或成为独立造型师。

黄金年代也涌现一批扬名海外的资深设计师，如黄华(Thomas Wee)、吴来灿(Lai Chan)、高彼得(Peter Kor)等。奇怪的是，时尚系毕业生一直“后继有人”，独立品牌层出不穷。但在服装业，“这些独立品牌级设计师之所以能够生存下来，有一重原因，就因为他们从学艺之初就打下扎实的功底，靠着一门

过硬的手艺走天下！话说回来，如今把服装当成艺术品的人越来越少，市场对于高定的需求也在减少，大多是成衣设计，对技艺要求不高，造成大量同质化现象。

李乐泉观察，受到时时尚节奏的影响，加上近几年兴起的简约风，让基本款设计回潮。在一个相对简洁的设计模式下，设计师可以发挥的空间越来越大。

### 注重实用多于时尚

如果用定制时装是精心打造的翻糖蛋糕，那么成衣就是日常吃的班兰蛋糕，简单朴素，却十分符合普通口味及需求。

独立品牌设计师叶明蕊2016年成立女装Rye，人如其名，她的设计理念是大从自然中获取灵感，用精简的轮廓，打造“茶系女生”的质感与舒适着装。根植叶明蕊的观察，目前女装市场流行不会过时的简约风、“低调的奢华”。“人们总愿意



叶明蕊以大自然为发想的简约茶系风。

投资几件经典基本款，方便穿搭出不同造型。虽说时尚是个风格的表达，但国人多数注重实用性于时尚感。

为了探索国人的穿衣风格及时装的身份认同感，拉邦尔艺术学院时尚传媒系学生余俐仪将毕业作品，从全岛60名志愿者那里收集360件日常衣物，逐一分类存档做影像。

一番观察后，余俐仪说：“如果用一种面料形容新加坡风格的话，我会选棉布。它是最常见最普通的面料，简单舒适实用性强，像国人对穿性的重视。这种朴素的表达也与性格相关。这类朴素的表达也与他们相关。这是他们表达个性的方式，基本上是在观察市场流行什么就怎么穿，这样做最安全。”

### 游走实践与创意之间

谓和市场紧密的实用性创意，是每个设计师成长道路上的必修课。在受训的学生时代，每个人都追求创意。像这一届的毕业作品中，来自新加坡管理发展学院(MDIS)时装系的陈奕敏，通过一系列由绿、橙、黑、灰、鲜绿色的色彩转换，象征地球的毁灭与重生，表达对于森林砍伐课题的关注；拉邦尔时装系的郑嘉慧，以Gucci的梦幻复古风为参照，为阿嬷打造色彩鲜明跳跃的混搭风格，希望尝试更大的时装广告风格。

叶明蕊和李乐泉在年轻时代都曾做过先锋性的尝试。叶明蕊说：“那时会注重设计概念多于商业化的考量，但随看市场的改变，思维方向也会发生变化，需要在艺术性和商业化之间寻求平衡。”

他想的，不是出现任何



Shirt Number White衬衫新款，即日起开放网站订购。

李乐泉说：“毕竟最终你希望看到的是人们会去穿你的衣服。”但他并没有放弃对实用性和创意的探索，只是这需要在执行层面投入更多的思考。感觉像在走钢丝。“每当被实穿感的需求困扰，不敢开创意探索时，我太太会在旁提醒，别忘了你成立品牌的初衷，面向市场的基础上，尽可能回归设计本身。所以不要害怕尝试，再迈进一步，突破一点。”

每每观察西方前卫的设计风格，李乐泉会思考如何让它在本土落地，以女生们容易接受的方式，在细节处带来一丝改变，小心翼翼地“试”着水。

### 深度思考寻索南洋风

设计师陈书林同样是一个不肯放弃设计与思考的行列者。他的名字常出现在南洋艺术学院毕业生名单中。今年是同名品牌MAX.TAN设立十周年，他选择独特的庆祝方式——回归校园，用一年时间回馈校友。

谈及求学期间的最大收获，陈书林说：“如何透过系统性的资料收集和研讨，为服装注入更深刻的思考。他最感兴趣的课题，也是最大的困扰。”作为新加坡设计师，在时装设计方面我们没有找到身份认同。

他说：“作为一个种族融合的国家，我们的服装种类丰富，有马来、峇、印度纱丽、中式旗袍等等。但所看市场的新加坡设计都是平面的印花，把代表元素印在T恤上，或直接用棉麻布料做衣裳，这种方式在我看来有点枯燥，也不能完全体现亚洲人独特的服装文化。”

他想的，不是出现任何

代表性元素的情况下，用一种更巧妙的“语言”讲述多元文化融合。毕业作品灵感源自岛国第一代画家林子平的“湖涂字”，把毛笔字精绘，由字入画，进入字画融合的境界。以墨色、白、印堂红为基调，通过布料的质感，加入齐色纱(georgette)，呈现女性美的柔与刚。

陈书林的设计被欧洲时装周评论家形容为，“用科学设计的感性时装，表达微妙华丽又灵光一现的人类感知”。他的转型是打破剪裁，擅长时装的结构与廓形。只是过往作品多是从西式风格中寻找灵感，如今承接东方神秘，化结构于飘逸之中，增加柔性表达。在“破与立”的背后，他一直坚守的结构性依旧“形散神不散”地流淌。陈书林还将毕业作品刚得到的设计理念，带入品牌下一季的成衣系列。

重返求学的求学经历，让陈书林意识到要呈现有深度的作品，须花更多时间在前期的资料收集。东西看多了，自然在脑中形成印象，可巧妙串联起来，让设计更有层次感。“可读性”他笑说：“现在我不想当‘好’设计师，被人赞赏设计有多美，而想成为一个聪明的设计师，别人看完你的作品会心一笑，读懂你中玄妙。”

### 瞄准尖端探索国际市场

品牌创立以来，陈书林一直想做的，是在国际舞台发出自己的声音。一开始他就设定要走出岛内，开拓海外市场。

综合过往的经验，他分享：“海外发展模式没有标准答案，因为每个品牌的调性和传播程序不同。起初也试过跟“教科书答案”学，通过服装展会找机会，但效果不理想。对于我们这样的小众品牌，重点是找到合作的海外对接方。目前我的公关团队在米兰，销售代理在巴黎，每一季会把新设计早给各地买手。这种更加集中针对式的管理方式，效果会更好。”

此外，他也建议想要“出国”的品牌慎重选择，因为很难是在本地和国际两个市场之间。陈书林的例子是毕业季开始上的铺展，但外的春夏季从每3个月的开始。本地市场通常会在1月的推出新品，那时很多商家还是冬天。独立设计师资源有限，很难同时兼顾两地发布的时间，“所以对于设计师而言，你要认真思考市场发展的侧重点。”