



本期写字楼:勒泰中心



本期创业者:高一剑,28岁

希望置身于体系之外 一个设计师的美学探索与表达

离开法国排名第一的时装学院之后,你会选择怎样的职业道路?——去顶级时装屋实习,任时尚杂志编辑,或者,创立个人品牌。高一剑说。

高一剑毕业于法国高级时装学院,现为独立设计师,经营着同名时装品牌。“商业化追求的不是启示,而是共鸣,我担心被时代收编或者裹挟,始终希望自己置身于体系之外。”

2013年,高一剑创立个人同名品牌,在业内关注度颇高。品牌的灵魂就在他的公寓中,他的工作室也在同一栋建筑的最顶层。他的灵感根植于他自己的衣橱,他创造出了一种强烈且非常独特的感觉,对整个行业来说十分新鲜。

“对于时装的选择,一定程度上来自其对于身份的投射。”高一剑认为美有两种定义:一种是古典定义的,从康德延续至今的悲剧美,人在自我代人的情况下,对于自我的毁灭进行的内在关照产生出来的感情;美的另一种定义包括文学上的古雅、随笔的纤细优美等,而时装也是戏剧与文学三维化的体现。

在他看来,传统时装是叙事性表达,人们每天都会通过穿搭来重启或定义一个新的公共身份。而那些想要通过着装表达自己的人,需要更多投身表达、甚至献祭叙事的勇气。高一剑希望,自己的时装创作可以突破单纯叙事性的框架,去探讨包装与自我、社会话语与独立意识的关系。“时装应该是预言,而不是总结。”

在当前的社会文化语境之下,体面的城市生活、蓬勃的创意浪潮、漂亮的消费景象固然可以来得热烈奔涌,但是,支撑和接收这些景象的真实受众是否能从身心的各个维度上与之惬意相处,进而享受它们,受益于它们,这是一个不时被问出、很难回答的问题。其中的扭捏不适,或许正来自一种公共话语空间中美学教育、美学意识的缺失;而这种缺失的补足,必然需要由下至上去发生,而不是由上至下的灌输。

由此,高一剑开始重新思考自己设计师的身份,并把目光投向对受众影响更大、对他来说却充满挑战的全新领域——慢食、代餐、无糖饮料。2015年,高一剑成立新公司并推出了 Vegarden 系列产品,先后入选外滩画报“2016年度新生活方式品牌榜单”和时装 L'OFFICIEL“2017年度健康零食榜单”等。2016年,顺利拿到当代东方百万人民币融资。2017年,成为意大利慢食协会大中华区商业执行公司。

2017年,受中超本土球队永昌俱乐部与球迷组织的邀请,高一剑为其设计了整套视觉产品,包括球衣、球袜、帽子、背包、水杯、毛巾等一些列产品,他说能为城市的球队做点事,也是一份不小的荣誉。

这一年,天猫与亚洲最大的设计周——北京国际设计周共同成立的品牌 DesignMore,邀请高一剑担任公司 CMO,这在一定程度上扩大了高一剑对公共话语空间、公共美学教育的参与,在与各地创意人沟通合作、本土艺术受众聚合交流的过程中,高一剑对美学及设计表达有了更深入的思考。

高一剑说。“设计师是一条路,创业者是另外一条路,设计师注重表达,创业者注重用户体验,二者的目的地是一致的,但阶段目标和实现路径不一定相同。”

人的自我不是被消费定义的,也不是诸多品牌或媒体所呈现出那种意气风发、人生胜利组的样子。时装帮助你自由地活成你想要的样子,而不是被人看到的样子。时装需要祛魅,它不是人们衡量阶级的工具,它也不是依靠财富掩盖的贫瘠的手段,它关心的是感情和精神生活的统一,以及自我变化的无限可能。

如今,高一剑认为自己所设计的,不仅仅是一件时装、一个产品、甚至一个品牌。他说希望有一天可以继续带着愿景与理想回归更纯粹的时装设计,将内心真正想要表达的与世界分享。



创客汇

有腔调的创业家圈子
创客汇工作室:电话 88629189
创客汇 QQ群:216987737
专栏记者:微信/短信:15032100068