皆一堂：文化自信回歸「東方美」

在服裝品牌線下銷售整體下滑的今天，探索新零售體驗模式成為越來越多服裝品牌的出路。從在店裏單純售賣服裝到展示各類精緻的家居生活用品、展出工藝美術作品、開設休閒生活區，「生活體驗館」的模式吸引越來越多顧客駐足，感受「美」可聽、可看、可穿、可觸摸之形態，既催生了中國式生活美學的養成，又帶動了品牌旗下各類產品與服務的銷售。

大公報記者　毛麗娟　文、圖

在深圳，專營商務中裝高級定製的「皆一堂」就是這樣一家企業，他們曾為釣魚台國賓館和香港回歸二十周年慶典定製全新服裝形象。

在「皆一堂」位於深圳歡樂海岸的雅趣生活體驗館，竹林綠植、古樂悠悠，走進去恍若踏入了一座幽靜的東方園林。落座生活休閒區，茶桌上擺着「皆一堂」自己設計、由非遺大師團隊製作的茶杯，每一盞茶杯下都有一個「喜籤」，上面寫着「如意」、「大順」之類的祝福語。客人隨意拿起一盞茶杯就能收穫屬於自己的祝福。

港知名時裝設計師加盟

談起六年前的創辦初衷，「皆一堂」董事長黃健解釋：「中國人以前因為文化斷層而缺乏文化自信，隨着國力的提升，新一代國人逐漸建立獨立的審美觀，重新發現東方美的神韻，皆一堂的創辦就是要讓藝術融入生活，使『東方美』成為可聽、可看、可穿之形態，陶冶心靈雅趣，催生中國式生活美學的養成。」

正是因為觀察到國人對東方美的需求，「皆一堂」做服裝視「東方美」為區別於其他品牌的差異。黃健邀請到香港時裝設計師協會主席楊棋彬（Kevin Yeung）加盟，將東方的「魂與根」注入到旗下商務中裝的高級定製中。黃健介紹，商務中裝的特點在於衣服的設計中西合璧，既有東方神韻又有一定的現代感，既適合休閒場合又能出席西方的正式酒會。

在「皆一堂」的雅趣生活體驗館，記者看到陳列架上擺着的女士改良版旗袍並非全部採用需小心呵護的真絲面料製作，為更好地塑形並體現時尚，該品牌高級定製採用各種歐洲面料，而為了更好地體現東方神韻，旗袍的珠扣都由自然界裏的天然原石製成；對於男士商務中裝，皆一堂的設計也更加靈活，很多外套採用立領，繫上扣子則可搭配商務襯衫，解開扣子則可配各種休閒襯衣。

黃健透露，「皆一堂」高級定製業務中的商務中裝和旗袍價格介乎幾千元至一萬元人民幣，因為質量上乘而價格又不會太過昂貴，因此受到政商界人士歡迎。

「服裝只是我們打造雅趣生活體驗館的一個入口，借吸引到能承擔高級定製價格的中高端優質客戶，我們將涵蓋傳統中國工藝美術品類的『東方美學』式生活展示在消費者面前。」黃健介紹，有個性需求的消費者上門可接受專業團隊的量體裁衣，可購買生活器具、定製禮品，可欣賞中國工藝美術大師出品的瓷器、珠寶、書畫等藝術作品，也可三五好友坐在生活休閒區喝茶聊天，享受慢時光。

在黃健看來，中國人對「美」的追求正逐漸從實用層面走向欣賞層面，以前買一樣器具是為了實用，而現在，富裕起來的人群買一樣器具是為了美化家居、陶冶心靈乃至傳承。

東方美學融入企業文化

皆一堂上游有設計創意團隊，下游有幾十位簽約的中國工藝美術大師團隊，能夠既出解決方案，又出商品。

「一些企業家顧客在我們的生活體驗館裏看到一些名家的原創作品會買下收藏，但同時也提出希望將名家的作品改良製作幾百套，融入企業的文化，作為有企業品牌標籤的禮品送給客戶。」黃健介紹，當企業下單某項禮品時，「皆一堂」的設計團隊會先了解企業的身份、文化、Logo、需求，然後融入今年的時尚色彩、做出傳達企業獨特精神內核的設計，再將設計交由簽約的工藝美術大師團隊製作。

二〇一七年，「皆一堂」與深圳關山月美術館館長陳湘波合作「玄」系列茶杯，將陳湘波的山水畫印在茶杯上，作品獲得深圳藝術聯盟年度「深圳禮物」獎。

▲黃健介紹，橙色布袋為「皆一堂」為企業設計的福袋禮品

◀雅趣生活館內服裝與各種家居工藝品相得益彰

▶「知性中裝」是「皆一堂」設計的一款服飾　網絡圖片

▶「皆一堂」與合作的工藝美術大師共同舉辦的西藏非遺唐卡藝術特展

讓「東方美」落在每一個細節

打造差異化和擁有核心競爭力的產品並不限於只關注產品的品質，在香港時裝設計師協會主席楊棋彬看來，與百貨公司時代不同，體驗式消費時代要求品牌方從設計、製作、展示、環境等方方面面都要保證品牌風格的統一，以培養消費者的忠誠度，有了忠誠度，消費者對品牌才會包容。

楊棋彬是皆一堂商務中裝高級定製的核心人物，他畢業於法國巴黎高級時裝設計公會學院，曾擔任多個品牌顧問，對西方「高級定製（Haute Couture）」的體系和工藝標準都有豐富的專業經驗。

在「皆一堂」的雅趣生活體驗館，楊棋彬首先要保證所陳列的商務中裝每一件都是挑不出任何質量毛病的、每一件都是獨一無二的；其次，他更要關注到櫥窗的VI（Visual Identity,即視覺設計）形象。皆一堂的VI形象是要傳達打造中國具有工藝文化內涵第一品牌的願景，把藝術品、生活品融合在一起，匯聚中華國粹，演繹品味生活，這就要求櫥窗服務於這一願景，體現出陳列水平。

楊棋彬解釋，在百貨公司時代，每一個服裝品牌佔據一個幾十平米的檔位，沒有空間給你展示，只需要把貨架掛滿衣服就行；而體驗式消費時代，稍有知名度的服裝品牌都會入駐購物中心，會有一個專門的陳列店，如何第一眼吸引消費者就需要展示VI形象的功力，這需要受過專業訓練的人才方能做到。

◀茶杯下面放置有大順、安康等祝福語卡片

越南繪畫中的大千世界

▲黃積鑄的《逮捕美國戰俘》被公認為其漆畫的代表作

▲裴春湃水彩紙本作品《新年快樂》

▲阮上《荷花少女》，蛋黃漆畫木板

【大公報訊】香港邦瀚斯藝術廊由即日起至明年一月二十四日，舉行聚焦重要越南二代藝術家作品群展「新勢力｜現代越南藝術」。展覽帶來十位重要越南第二代藝術家的逾二十五件作品。這群藝術家與黎譜（Le Pho）及梅忠恕（Mai Trung Thu）等生於安穩世代的前輩不同，他們的人生及藝術生涯與越南人民一齊經歷着二十世紀下半葉的巨變：先有一九五〇年代中旬至一九七〇年代的戰爭，後有一九八〇年代「革新」時期的經濟改革及國家開放。三十多年間，藝術創作環境翻天覆地的變化，激發了新銳的靈感，令曾被抑壓的主題及感知得以重新探討。展覽對此段藝術史作出梳理，從而窺探當時的局面與經歷，是如何影響藝術家的風格及主題發展的。

對越南藝術史進行梳理

「新勢力—現代越南藝術」展出黃積鑄（Hoang Tich Chu）、阮文平（Nguyen Van Binh）、阮思嚴（Nguyen Tu Nghiem）、裴春湃（Bui Xuan Phai）、阮上（Nguyen Sang）、陳留厚（Tran Luu Hau）、阮忠（Nguyen Trung）及阮福（Nguyen Phuoc）等藝術家的作品。

焦點展品包括黃積鑄的蛋殼漆畫木板四聯作《逮捕美國戰俘》（95×165公分），黃積鑄乃越南二代畫家中輩分最高者，其作品近期備受市場追捧。黃積鑄身歷二戰的動盪，因此其歷史畫作在越南藝術體系中佔重要地位。黃積鑄也是漆畫藝術之重要推手，《逮捕美國戰俘》刻畫越南在時代波濤中迎難而上的景象，至今仍被公認為其漆畫的代表作。

▲阮忠早期油畫《漁村家庭》描繪豐收場景

二代藝術家亦值得留意

而裴春湃一九八四年創作的《新年快樂》（58×78公分），則展現八十年代越南藝壇蓬勃歡快之榮景，以及經濟初開帶來的新生氣息。裴春湃與阮上及阮思嚴同為中南半島美術學院的末代校友。

邦瀚斯亞洲區現代與當代藝術部主管王子能表示：「我們希望以這次展覽呈現現代越南藝術的廣度與深度。目前市場上最受關注的仍是黎譜（Le Pho）及梅忠恕（Mai Trung Thu）等數位初代法籍越裔藝術家，但其實往後一代亦值得留意。他們的生平、藝術生涯，以至作品背後的故事，更真實確切地映照二十世紀下半葉的越南生活。」

香港邦瀚斯藝術廊位於金鐘太古廣場一座二十樓。展覽詳情可關注微信官方帳號「邦瀚斯Bonhams」。

圖片：邦瀚斯提供