

的虛擬時裝。

「芝怪」為線下互動裝置設計。

►設計虛擬時裝牽涉三維建模。圖為「芝怪」的設計。網絡圖片



▲去年內地女星迪麗熱巴為《NYLON》8月刊拍攝照片時，「穿上」了虛擬時裝屋Tribute Brand售價120美元的藍色蝴蝶結裙子。

►「芝怪」先設計出虛擬時裝（左），再通過軟件合成把它「穿上」（右）。網絡圖片

網絡時裝師

剪裁3D未來服

元宇宙新職業③

去年11月，荷蘭數字時尚公司The Fabricant在自設的元宇宙平臺中展出了獨家的虛擬服裝系列「Season 0」。這個系列包含了50位設計師創作的50件虛擬服裝，全部已轉化為NFT（非同質化代幣），以加密資產的方式供人購買和「穿着」。Mengze便是「Season 0」系列裏的一位中國設計師，他致力於通過數字化技術來挖掘未來服飾文化的可能性，創造出為網絡時代設計的無接觸式虛擬時裝。

Mengze是中央美術學院畢業，「科班出身」的服裝設計師。2020年初新冠疫情席捲全球，時尚行業也成為深受影響的重災區之一，很多既有的動作和活動都不得不延期或者取消。彼時正在居家隔離的Mengze也感到有點措手不及，「無法到面料市場實地採購、無法進行實體服裝的創作，春節回到家之後就突然發現自己什麼都做不了，所以我就想通過電腦，用數字化的方式來進行創作。」其實早在2019年，Mengze看到世界首條區塊鏈虛擬長裙Iridescence時，便悄悄在心裏種下了對虛擬時裝設計嚮往的種子。對Mengze而言，疫情只不過是種子發芽的「催化劑」。

告別傳統手繪 呈現三維動感

「傳統的服裝設計手繪即可，但是虛擬服裝設計則需要用三維建模軟件，在大學裏我們並沒有接觸過此類軟件，只能自己學習軟件的使用技能。」對於Mengze這樣傳統科班出身的設計師來說，從注重手繪能力的傳統服裝設計師變成需要數字化建模的虛擬時裝設計師，雖都是服裝設計師，但卻更像是進入一個全新的領域。「我一般都會先在腦海中構想，然後通過觸摸板把構想的初稿畫出來，最後再用電腦建模完成虛擬服裝的設計。」用電腦可以構建出精妙的三維架構，甚至連動力學軌跡都能進行模擬，對Mengze來說這是傳統手繪設計所不能達到的效果。

貝殼捲邊雕花胸衣，配上蕾絲紗裙和漸變的水晶裙襬，在燈光下閃耀着珍珠貝殼七彩光芒的裙子和裙襬上鑲嵌着的發光鑽石，令這件名為「Crystal」的水晶婚紗如夢如幻。這是Mengze設計的一件虛擬時裝，「鑽石水晶象徵着純潔、永恆、堅固，而設計這件婚紗的初

衷就是想打破結婚時才能穿婚紗的傳統，讓大家可以在任何場景穿婚紗，甚至可以讓婚紗成為一件禮物。」Mengze頗為滿意地介紹着他的設計。談及做虛擬服裝設計與傳統時裝設計的不同時，Mengze劃着他不同的作品解釋說，通過數字化的設計方式，設計師能夠將自己腦海中天馬行空的創意通過虛擬的方式實現，並不需要像傳統服裝創作一樣受到物理條件的限制。

「設計師不用再被面料所禁錮，亦無需再考慮設計的可行性，因為在虛擬世界裏，服裝設計一切的存在都是合理的。」Mengze的作品裏不乏金屬、波浪、熒光等充滿未來感的元素，「我還會從建築作品、影視劇中尋找可以利用的元素，從中汲取靈感。」他告訴記者大多數情況下，自己都是按照自己的想法、喜好來進行創作，並不會迎合時下的流行趨勢。「因為不需要做出實體服飾，所以設計師可以天馬行空地想像，然後通過數字化技術毫無保留地將自己的想法呈現出來，我想這就是虛擬服裝設計最吸引人的魅力。」



極速換裝 絶不浪費

打開小紅書搜索「OOTD」（「Outfit of the day」的縮寫，意為今日穿搭），能輕易搜到超過三百萬條筆記。對於現在的年輕人來說，在社交平台上分享每日穿搭已成生活習慣。根據英國巴克萊銀行的統計，當地近1/10消費者買衣服只是為了能夠發到IG、TikTok上，造成浪費和污染，備受批評。對此，虛擬時裝可通過軟件合成在消費者個人提供的照片上，讓其在彰顯個性和展現自我的同時，又避免了浪費與污染，提供了一個兩全之策。

「我做了一件現實『QO秀』，準備做我的第二件虛擬交互時裝。」小紅書博主「芝怪」發布的虛擬服裝視頻獲得了超過7000個點讚。視頻中的芝怪身上穿着胸前堆着石頭的裙子，腳上的鞋子周圍攀附着藤蔓。

「我其實更喜歡以AR實時交互的形式去體現虛擬服裝，我覺得非常有趣。」音樂劇專業畢業的芝怪因疫情原因，機緣巧合地接觸到虛擬時裝。對她來說，將天馬行空的想法設計出來，最後再與現實中的人發生交互，無污染地創造出一個人類虛擬穿戴的數字體驗空間，是虛擬服裝設計帶給她最大的成就感。「我經常會在線下展覽放置交互裝置，然後觀察每一個遊客體驗虛擬穿戴時的心情。看到他們開心，就是我最大的動力。」



虛擬時裝

虛擬時裝可以理解為是數字時尚領域中最先走出的第一步，它不是一件真實的衣服，而是用一些特效合成的虛擬衣服，並不存在於現實世界之中。The Fabricant將「數字時尚」定義為數字世界不同專業互動的其中一面，包括了遊戲和加密藝術（crypto art）。而數字時裝作品永遠不會以實際形式存在，它只是數據和想像力的結合，我們可以理解為數字定製虛擬衣櫥。



▲Mengze期待未來在AR技術的加持下，虛擬時裝能更多地融入現實生活。

如何「穿上」數字時裝？

1. 瀏覽時裝

- 進入平台網頁選擇心儀時裝，首頁展示了最受歡迎貨品及新品，亦可按系列或設計師瀏覽服裝。

2. 選擇貨品

- 在心儀時裝頁面按「Buy」後可先離開付款頁面，待選擇完所有服裝後再點購物袋圖案一次付款。

3. 傳照付款

- 填寫電子郵件等資料，上傳一張清晰個人照片，之後按指示付款，單件價格一般在70美元內，便宜的僅數美元。

4. 郵箱收貨

- 在48小時內，之前填寫的郵箱便會收到一張你「穿上」選購數字時裝的照片了。

資料來源：
replicant購裝平台

上傳照片注意事項



資料來源：DRESSX購裝平台



▲Mengze為博主「_HYIII_」定製的虛擬服裝。

融入國潮 傳統放異彩

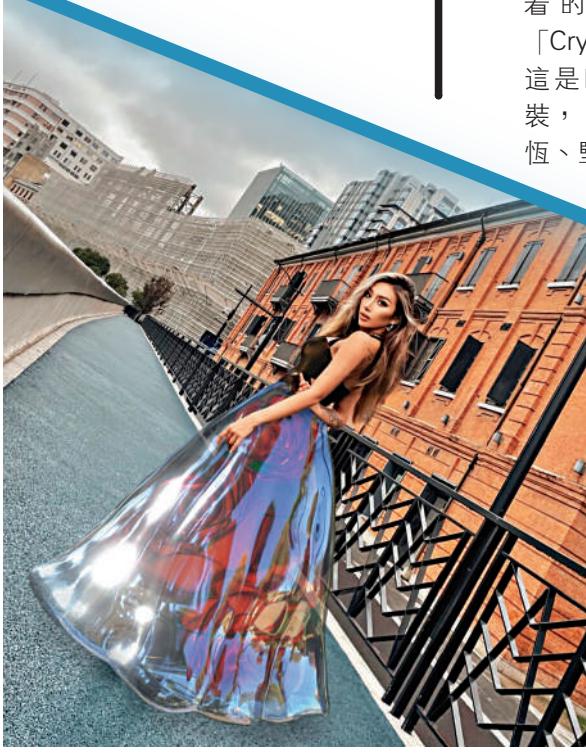
金棕色的抹胸下是透明的裙襬，閃着珠光的裙襬內是數朵綻放的玫瑰。由「WOWcase哇可思」設計的「滿綻」剛在小紅書上發布就引來不少網友的圍觀，「雖然看不出來是什麼，但是這太震撼了」、「是可以穿在身上的衣服嗎？也太酷了」、「太夢幻了」……

「創辦這個虛擬時尚品牌的初衷，是感受到現在大家的容貌焦慮挺嚴重的，想要給大家創造一個自由的虛擬空間，可以去做心目中想要的自己。」WOWcase哇可思創始人之一瑞瑞表示，很多人在現實生活中的裝扮會考慮很多諸如性別、年齡、場合等因素，最後選擇的不一定是自己最喜歡的着裝。「這是一件很可惜的事，時尚不該受到限制，你只要做自己最喜歡的狀態就好了。」為此志同道合的幾個小夥伴創辦了WOWcase哇可思，以期通過虛擬時尚的力量將「美」的自由帶給所有人。

WOWcase哇可思也期望打造「虛擬國潮時裝」，來宣傳中國傳統文化的美。中式立領的金屬色斗篷後面是巨大的綠色的蝴蝶結，這件結合着中國風和科技感的「木蘭也可愛」是瑞瑞最滿意的作品之一，它傳達的是女性將溫柔細膩與勇敢強大融於一身的理念。「我們通過一些新穎、新潮的方式去展現中國元素，會煥發不一樣的感覺，也讓更多人能體會到國風的美。」瑞瑞解釋道。

大公報記者

曾萍



►由「WOWcase哇可思」設計的「滿綻」在小紅書上頗受歡迎。網絡圖片

數字時尚 客戶35億

去年9月舉辦的倫敦2022春夏時裝周上，Auroboros成為首個登上全球性大型時裝周的數字時尚品牌。根據英國時尚購物搜索平台Lyst與數字時裝公司The Fabricant合作發布的《2021數字時尚報告》顯示，全球約有35億人是數字時尚客戶。

「虛擬的數字時裝在國外並不鮮見，但在國內還沒有這個市場，所以我特別想嘗試一下。」去年9月創辦了「超分子數字時裝」的Mengze坦言曾遭受到不少的質疑，大部分人主要的「糾結點」就在於衣服的「實用性」上。「傳統的服飾固然考慮實用性，但現階段虛擬服裝則更多的是對時尚文化藝術的抽離，是一種精神上的、文化娛樂性的消費。」而面對質疑聲，瑞瑞顯得更坦然：「我們沒辦法讓所有人都能馬上喜歡新鮮的事物，但是慶幸的是Z世代們對新事物的接受能力非常強。」

「將虛擬時裝與現實場景結合，是我們研究的一個方向。」Mengze表示，未來隨着AR生態技術及互聯網信息技術發展，數字時尚將能更好地融入現實生活。「元宇宙在一定程度上推動了虛擬服裝的傳播，為虛擬服裝提供了應用場景。隨着元宇宙的發展，虛擬服裝的市場規模將會不斷擴大。」

瑞瑞則指出，虛擬時尚的發展離不開元宇宙的構建，而元宇宙的發展仍需要突破非常強的技術壁壘。「虛擬時尚的長足發展背後需要有非常龐大的推手，也需要AR技術、虛擬交互穿戴裝備等技術的進步，虛擬時尚不會在短短一兩年內爆發式增長，而是會跟着整個人類社會的互聯網形態共同發展。」