

時尚是門好生意

FASHION TAIWAN

孫正華——著 林靜宜——撰文

世界的創新不會停止，
好的設計要有更多的知音！

天下文化



(遠見雜誌提供)

Profile：吳季剛

出生：1982年

創立：西元2007年創立「Jason Wu」

現職：Jason Wu、Miss Wu創辦人，HUGO BOSS女裝藝術總監

品牌規模：估計營業額400萬美元，全球超過190個通路（2014）

官方網站：jasonwustudio.com

最 幸 運 、 也 最 努 力 的 人

Jason Wu

站在天秤中點的奇才，吳季剛

創作的兩端是想像與真實，
在這兩端之間，存在著變化無窮的創造力光譜。
傑出的設計師必須深入兩個極端，
站在天秤的中心平衡點，
透過天分與體悟，創造無數個驚奇。
吳季剛正是如此，
他是這個時代華人設計師的「驚嘆號」！

若要票選全球時尚界最幸運的人，吳季剛絕對榜上有名。

2009年，美國總統夫人蜜雪兒・歐巴馬（Michelle Obama）在1月20日的美國總統就職典禮舞會上，選擇了吳季剛所設計的白色斜肩雪紗禮服。四年後，歐巴馬連任的就職舞會，當第一夫人蜜雪兒穿著紅色露肩雪紗晚禮服現身舞台上，連吳季剛自己也沒想到，竟能再次雀屏中選。

按照美國華府傳統，一白、一紅的禮服被史密森美國國家歷史博物館（Smithsonian National Museum of American History）收藏。「吳季剛，Jason Wu」也成了首位出身台灣，名留美國史的華裔設計師。

紅與白像是展演吳季剛成為全球知名設計師過程的兩種顏色。

純粹的白像是2009年成名前的吳季剛，他在5歲時立下設計師志願，始終堅定走在這條路上。耀眼的紅是2009年後成名的他，東西文化的交融，與持續自我挑戰，讓吳季剛更臻成熟，成為創意與商業兼備的品牌經營者，優游於想像與真實兩端之間的創造力光譜。

幸運背後的努力累積

有多少人記得5歲時的夢想？又有多少人會去完成目標？表面看起來，吳季剛是最幸運的人，26歲一夕成名，自此成為全球時尚界寵兒。但其實他也是最努力的人，成名之前已經耕耘超過二十年。

「我很有 determination（決心），從小到大就想當設計師，覺得這是自己該做的使命。」5歲時，吳季剛主動要求母親讓他學習紙黏土，小學四年級移民到溫哥華也沒中斷學習，最後在14歲獲得日本紙黏土教授證書。

他的母親陳美雲記得他從小特別喜愛美的事物。吃布丁時，不像一般孩子直接就口，而是先到廚房拿出精緻小碟，倒出塑膠盒裡的布丁，灑上七彩巧克力米後，欣賞完擺盤，再以銀湯匙一口一口挖食¹。

連吃布丁都講究，吳季剛可謂天生的美學家。

小時跟著外婆看平劇，青衣、花旦的裝扮總令他目不轉睛；後來跟著表姊玩芭比娃娃，一頭栽進娃娃的世界。每星期總要父母帶著他到婚紗街看最新禮服款式，回頭再將記憶重現紙上，為娃娃設計服裝。

對於吳季剛來說，時尚的起源就在首次用針線穿過布料的那一刻。

讀完小學四年級，父母為了讓他與哥哥有更開放、多元的教育環境，母親陳美雲帶著兩人遠赴加拿大溫哥華求學。教導他們研讀聖經的英文家教老師正視這個小

1：吳季剛成長故事參自天下文化出版《愛讓孩子做自己，我這樣教出季衡與季剛》一書。

孩的天賦，提醒陳美雲要為小兒子物色專業師資，栽培他的天分。於是，年僅10歲的吳季剛開始學起繪圖、打版、裁縫……等基本功。

他不光只是有設計天份，還很有商業頭腦。11歲開始在網路上做起時尚生意，銷售限量版的自製娃娃。初期也曾發生收不到買家貨款等上當經驗，慢慢的，他從教訓裡摸索出做生意的心得。

豐沛的創作能量讓吳季剛在娃娃設計界很早名利雙收。16歲時，他擔任美國「Integrity Toys」旗下精品洋娃娃品牌「Fashion Royalty」設計師，17歲拿下歐洲芭比娃娃雙料冠軍、18歲成為Integrity Toys創意總監。他設計的精品娃娃是全球收藏家最愛之一，每逢新作發表，總吸引全球各地的粉絲大排長龍。

吳季剛不因在娃娃界的成就自滿，娃娃只是他磨練技藝的試驗場，最終目標是要成為真正的服裝設計師。

大學時，吳季剛選擇進入紐約帕森設計學院，主修男裝。為了拓展人脈，吳季剛還到紐約時尚圈人士最常出沒的Pub打工，從門口小弟到內場服務生，終於有機會認識時尚圈關鍵人士，為自己尋找進入紐約時尚殿堂的入場券。

果真在大四時，機會降臨，他獲邀登上紐約時裝週的品牌發表會。2007年，就在帕森設計學院畢業前夕的一個月，在離夢想舞台只差一步的距離，他瞞著父母，自創「Jason Wu」服裝品牌，把原本該交給學校的畢業設計作品，多做了一倍的量，展演於紐約時裝週。

但也是在辦完第一場秀之後，他才從接踵而來的現實問題中，學習如何當一名品牌設計師。