

臺灣時裝史主題策展《時裝時代·時代時裝》

梳理逾半世紀臺灣時裝經典，完整展覽「臺灣近代時裝史」

臺灣時裝史主題策展《時裝時代·時代時裝》邀請所有參展民眾一同穿越時空回到五〇年代，一窺紡織業盛興打下了重要經濟基石、讓臺灣布料外銷國際，創造驚人外匯；緊接是布料品牌太子龍敲下六〇年代「自創品牌」的響鐘；國際競爭激烈的七〇年代；臺灣第一代時裝設計師嶄露頭角的八〇年代裡也見證了代表消費文化的百貨興衰，時裝史所看的不只是臺灣時裝產業的演變發展，背後更是反應在國際環境趨勢、政治政策與文化脈絡交織作用下，不斷積累創作能量和文化涵養，並持續用時裝定義不同的年代裡臺灣在世界文化上立足的位置。

#第一幕「母親般的紡織時代」(1950s-1970s)

臺灣紡織業起飛，不只自給自足還能外銷創造驚人外匯

1950年代起，是臺灣紡織業的振翅高飛的時代。早在日治時代，臺灣就建設不少紡織廠，戰後初期，政府更大力扶植棉紡織業，並獲得美援的原料支持，臺灣紡織業急速發展，滿足了臺灣島內的生活所需，還向海外銷售、賺取大量外匯。之後臺灣紡織業便開始轉往人造纖維的織造生產，也正是奠定二十一世界臺灣紡織產業機能紡織發展的最初起點。

#第二幕「時裝品牌的啟蒙時代」(1985-2008)

臺灣股市指數在1986年突破1000點，每年翻倍成長，迎向全民皆股的年代

面對激烈國際競爭的紡織業鋒芒漸退，政府鼓勵自創品牌提升產品價值，設計師品牌開始嶄露頭角。1980年代是「臺灣錢淹腳目」的時代，大量時尚資訊和消費力湧入市場，乘著這波時勢大浪的第一代時裝設計師成為矚目。而帶動第一代國內設計師品牌的中興百貨，刻意將他們與國際品牌並列，突破性的作風讓中興百貨成為時尚話題中心。

#第三幕「擁抱創新的自由時代」(1995-2003)

1989年，侯孝賢的電影《悲情城市》獲得歐洲三大影展之一的金獅獎；創作逐漸不受意識形態限制，擁有充分自由並邁入多元化時代

1990年代，呼應實驗性創作的歐美時尚潮流刺激，臺灣品牌設計師逐漸擺脫中國風，擁抱創新的前衛風格。紡拓會持續舉辦新人獎，支持國內時尚產業發展，在民間還有衣蝶百貨「解放區」的品牌扶植資源，讓抱有夢想的年輕設計師們，更勇於嘗試前衛創新的服裝設計。

#第四幕「國際品牌的競爭時代」(2003-2008)

2003年，脫離亞洲金融風暴，經濟恢復成長；2006年，發卡銀行鼓勵信用擴張，年輕人過度消費，造成卡債風暴

越來越多頂尖歐美精品時裝品牌進到臺灣，國際性的行銷宣傳資源大量投入，改變國內時尚媒體及大眾的關注方向。臺灣時裝品牌難以和全球規模的品牌競爭，最支持本土品牌的衣蝶和中興百貨也紛紛結束營業，宣告臺灣自創時裝品牌走進低潮期。

#第五幕「走向世界的發光時代」(2009-2017)

臉書風靡全臺，網路社群成為主流，刺激時尚媒體數位轉型，產生網紅文化

獲得國際獎項、走上國際時裝週的年輕設計師，讓「臺灣時裝」因為被世界看見，而重新引起國內話題，並再度開啟支持臺灣設計的熱潮，出現大量針對新銳設計師舉辦的國際比賽。此時亞洲市場崛起，旅外設計師回到臺灣建立基地、發展品牌。同時，國際時尚媒體 ELLE 和誠品的合作，更催生了以臺灣設計為主體的服裝選物文化，為國內的新銳設計師打造了全新舞臺。

#第六幕「臺灣時裝的文化時代」(2018-現在)

臺灣機能紡織布料占全球的七成，紡織及成衣出口總值高達近 2700 億的實力規模；亞洲城市時裝週陸續成立，臺北時裝週正式舉辦

時尚定義隨著時代關注的議題改變，現今的主流思想鼓勵人們擁抱自己的出身和文化，時裝也強調越在地越時尚的本土設計，出現許多跨域合作的時裝作品。從 2018 年開始，由文化部支持舉辦的臺北時裝週，帶領臺灣時裝走向以文化塑造獨特語言的新階段。