

D04 时装



坚毅闪亮肩部小立体▲

你可以说这身金色亮片连衣裙有点小摇滚,也可以说它有点小叛逆,甚至是华丽丽,但你得承认和规矩款式融合得浑然一体的肩部小立体,让华丽不至于太空洞,多多少少有点坚毅在里面,很多时候,我们在不知不觉间都容易被细节打动,服饰也一样。
金色亮片裙:beauty ren 设计师任汨

数码印花的复古暗黑系◀

意大利设计师 Gabriele Baldi和 Laura Corvino的 Dark level主打复古暗黑风格。连衣裙采用了数码印花技术,不同色彩间自然过渡,身体与袖子不同材质拼接,有别样的立体感。
印花拼接中袖连衣裙:Dark level



黑白的优雅分割◀

通过对领、腕和裙间的黑白分割,让one-piece连衣裙有了两件套的错觉。大块黑白,对立又融合,无需装饰,优雅又坚毅。
黑白拼色呢子连衣裙:设计师翟宴辛 裸色高跟鞋:VIA SPIGA

银灰珠片的肩领摇滚▼

通过亮片不同形式的排列组合,给简洁的设计带来了别样的华丽层次。具有Dancing Bag设计概念的羽毛领搭双肩包组合奇趣绚丽,具有别样的摇滚风情。
灰色连衣裙:beauty ren 设计师任汨 羽毛肩领饰品:Amalia Mattoar



责编 冯静 图编 高玮 美编 顾乐晓 责校 陆爱英

在北京的“混血showroom”

●赵倩,法国高级时装公会中国代表,法新国际集团董事长

新京报:中国需要showroom吗?

赵倩:showroom是服装产业中新的商业模式,是连接设计师和市场的必经之路。国外都是买手制,无论是百货公司还是品牌店,都有自己的买手把设计师的作品买回去再在自己的店里销售,也就是说,渠道商和设计师分得很清楚。但中国之前都是自产供销,可以说没有买手制,但随着设计师和品牌越来越多,本来的商业模式自身也在改变,以前自产供销的模式不大容易实现了,买手制在中国也就出现、发展并迅速壮大。Showroom作为连接设计师和买手的商业渠道,为设计师寻找商业的渠道,或者是把他们带入到商业的渠道里。

新京报:showroom的出现不是也说明,在整个时装产业链上,设计师的成长面临着渠道之类的困难?

赵倩:我不认为这是个困难,我觉得这个市场是很好的,只是在初期供求双

方碰不上,我们需要一定的手段知道在哪里找寻对方,showroom是为了让他们有一个对话的机会。明显感觉到今年的买手来得更多,这次邀请了包括Joyce、连卡佛、LT等京沪的30个买手,他们没有全部都下订单,但都在观望,自身也在做着调整,Joyce的买手就明确表示对中国设计师很感兴趣。他们想在中国店铺里引入更多中国设计师的作品,这是一定的,也是必须的。

新京报:在北京的“混血showroom”中,中外设计师同台竞技,你觉得中国设计师和外国设计师有什么差距吗?

赵倩:我把同台竞技改成同台献艺吧,有同台联演的感觉,这么说,是因为他们在价位以及由文化差异带来的不同风格间都是互补的,有点中西合璧的感觉。设计师在风格上会有一些的差异,无论是中外设计师之间还是本土设计师之间,每个人都有自己的风格;由于国内的消费水平和国外的消费水平有一定差异,而且国外品牌进入中国时,会有关

税、运费等问题,这样在价格方面也有区分;在生产上,这次来到showroom的国外品牌很多都是偏奢侈品牌的,都是在欧洲生产的,没有在亚洲生产。他们和中国设计师品牌之间没有竞争关系,相反是和平相处,各得其所。

新京报:在你看来,什么样的新锐设计师最有潜力,最有可能成为大师?

赵倩:我以往觉得,这个事情跟设计师的风格以及他现在的创意并没有绝对的关系,和设计师的素质和为人、做事的态度有关,最终说到底就是人的因素。在我们这个年代,不光有才华,而且有沟通技巧,做事情有韧性,这样的设计师才是最有可能成为大师的。现在全球的品牌都在选择,比如Dior选择了Raf Simon,其实在做选择的时候,大多都希望设计师在这个时代有几个不可缺少的特质——除了很难见高下的设计以外,在沟通上,对人对事的不同态度上,还有在事情执行过程中的韧性、毅力和意志力,都非常重要。

>>> 设计师声音

一次惊喜的尝试

●朱雯(LILIAN WEN),CCDC获奖设计师

在巴黎,一些买手和showroom负责人看过我的服装后,非常肯定我并一再强调“一定要做自己喜欢的设计,不要担心市场和顾客。做自己喜欢的设计,一定会被别人所喜欢。”可见,巴黎非常欣赏和认可那些极具自我风格的设计。但在国内可能就不那么乐观。很幸运的是我目前合作的企业很认可我的设计。如果以后产生了分歧,我想我会在坚持自我风格不变的前提下局部作适当的调整,但绝不会单纯为了迎合市场而做设计。我的作品进入中国showroom,一开始很好奇会有怎样的反响,后来看到不少人对我的服装感兴趣有意购买,并给我反馈信息,让我有点小兴奋。现在已经有设计师品牌复合店在与我接触。第一次的尝试,已经超出了我的预想,我很知足,这也带给我更大动力。

“时尚之城” 东方新天地打造个人护理专区



作为时尚地标的东方新天地,汇集了服装服饰、珠宝名表,还有汽车展厅、电影院、音响专卖店、美容美发机构和50多家餐饮店铺,是一个拥有全方位购物体验,引领时尚潮流的一站式购物中心。它集各种优势于一身,交通便利、时尚大牌云集,新品的发布大都与国际同步,更令人兴奋的是这里时常举办品牌发布会,撞星的几率很高。

东方新天地不仅是购物休闲的好去处,更是爱美人士不可不去的地方。其天空大道汇集了如Toni & Guy, Tony Studio, 思妍丽, 海洋洋, 必瘦站等美发、美容SPA界知名品牌,加之新近开

业的ASKIDO专业手足护理品牌及即将开业的SPA品牌美丽田园,这里俨然被打造成了一个全方位的个人护理专区。

■打造个人护理专区 ——享受护肤新体验

其实很多人在约定聚会的时候,往往会先想到在东方新天地碰面,再决定下一步干什么。因为这里不仅汇聚了国内外众多知名服饰大牌,有丰富的寰球美食,更拥有多个SPA、纤体美容中心、知名造型机构和美甲店铺,为顾客提供了更多的选择及更大的便利。

■时尚风向标提供购物新体验 ——惊喜“撞星”

其实很多人在约定聚会的时候,往往会先想到在东方新天地碰面,再决定下一步干什么。因为这里不仅汇聚了国内外众多知名服饰大牌,有丰富的寰球美食,更拥有多个SPA、纤体美容中心、知名造型机构和美甲店铺,为顾客提供了更多的选择及更大的便利。

熟悉东方新天地的人都知道,这里不仅汇聚众多潮牌、大牌,撞星的机会也常有。刚刚结束的Millie's春夏鞋品发布会上,影视歌明星林峯、何韵诗及名模张梓琳,聚首东方新天地引爆现场气氛。众多明星的到来,不仅使得东方新天地星光不断,也让商场始终与时尚同步,成为时尚的风向标。或许哪天在商场休闲的逛着街,就能撞见你最喜爱的明星呢。

营理念。店内140平米的面积仅保留10个客位,平均每个客人可大约享用10平米的个人尊享空间,客户体验将更为全面。在引领生活方式的东方新天地转一圈,不仅能买到国际大牌的最新款,走在潮流前端,更可从发丝到肌肤由内到外的全新扮靓。东方新天地除了营造舒适惬意的环境、提供丰富的品牌选择,更带来了尊贵享受与愉悦的全方位体验。 文/莎瑜



明星齐聚Millie's春季新品发布会 引爆现场气氛



专业手足养护品牌ASKIDO已于近日在天空大道开业