

在今年香奈儿高级定制秀结束后,品牌公关发来了一封邮件。

这算得上是一封私人邮件,没有华丽的大拖尾、没有冰雪女王般精致华丽的裙裾,也没有新闻稿,里面只是简单的一张图片——穿着香奈儿高级定制套装的模特,昂首自信地走在T台上,意气风发。

她在邮件中讲了一个故事,那是她很多年前读过的素素的一本小说,大致是说有个从小在乡下历经辛苦的女孩,终于成了白领,然后存了许久的钱,买了一件高级套装。别人问她,这么辛苦,那为什么不把牌子露出来?她说,要把牌子露出来做啥?

许多年以后,这位品牌公关真正明白了不把牌子露出来的原因——高级定制除了是服装之外,更是对自己的宠爱,因为这每一分、每一毫都是为你自己做的,更多的是一种心理层面上的正能量。她觉得,买高级定制套装的女人,在某种意义上,或许比那些买晚礼服的女人,更懂得高级定制的真谛所在。

而这,也是新一代的高级定制设计师们所追求的:实穿。

D01-D03 版采写

新京报记者 巫倩姿

D01-D03 版图片(除署名外)

均由品牌提供

►香奈儿高级定制秀前,卡尔·拉格菲再过目一遍新发布的高级定制服装。



Haute Couture

2012 巴黎高级定制时装周

被正能量加持

D04-D06 男装周

米兰优雅/巴黎妖娆

D08-D09 实用艺术

肩扛手提的中国通勤包

D12 品牌学

卡地亚“超载”的坦克