

秋裝配潮袋 復古藝術氣質

踏入10月，香港的天氣終於清涼了，意味着秋冬應該來臨了，其實在時裝界裡，一系列的秋冬裝及手袋已經率先展現，甚至有些時裝品牌的店舖已轉換新一季的服裝，你的衣櫥相信開始密謀加添一些秋季新裝及潮流配袋，為自己的時裝配搭添一點秋色。今期為大家介紹多個品牌的秋季新裝及手袋，當中以多個地方的民族復古與懷舊藝術為時裝風格特色，令你可以襯出一個民族復古藝術形象。

文、攝（部分）：吳綺雯

印花圖案 易於配襯



Marimekko 今個秋冬系列靈感啟發自芬蘭藝術、建築、民間傳說及當地史詩神話《卡勒瓦拉》，設計亦體現芬蘭大自然對國家整體文化的影響，推出名為 Veijekset 的圖案，設計靈感源自芬蘭民間傳說，刻劃山貓、大熊和貓頭鷹三兄弟於芬蘭森林深處的生活，構圖生動。

例如，品牌經典雋永的連身裙、恤衫與大襖貫穿今季系列，設計易於配襯，令女性輕易打造出舒適與時尚兼具的造型。同時，品牌將周遭環境的聲音動態轉化為印花圖案，抽象得來饒富趣味，體現獨特的芬蘭藝術風格，並以實用性為主，系列以易於搭配的黑、白、啡色為主調及印花圖案（原創典藏的 Unikko 與條紋、豹紋）點綴整個系列，各式奪目玫瑰花印花圖案則為沉悶的秋冬時節帶來生氣。



Marimekko



Cocktail

浪人風格 女性韻味

COCKTAIL 今季則探索夾雜藝術氣息的波希米亞浪人風格，其經典必備的黑白灰主調，混入一抹千禧粉、軍藍、酒紅及軍綠色，為沉鬱季節注入朝氣，當中 Shearling、茄士咩、天鵝絨及雪紡無處不在，細緻而不失溫暖的觸感，令人沉醉其中不能自拔。

加上，不同造型的花卉恣意綻放，加上冬季必備的千鳥格及蘇格蘭格紋，精緻印花圖案完美點亮今季服飾。當中的刺繡、蕾絲、褶綢、花呢、綵花，優雅細節在服飾上施展魔法，散發魅力女性韻味。



鄉村風格 民族氣息

今個秋冬，45R 以衣服為載體，設計師將鍾愛的古物及相關見聞融入設計之中，傳承屬於品牌的復古美學及懷舊思緒。同時，今季靈感將源自美國不同族群的精要元素匯集其中，當中包括阿米希族群的簡樸日常服飾及 Cheyenne 印第安部落的原住民族風。

從表面看來，系列遊走復古民族鄉村風格，但設計師巧妙亦將當季時尚元素，從物料（天鵝絨與燈芯絨）到細節（流蘇、高領和運動服），與品牌靈魂精髓——藍染與丹寧結合昇華，將整個系列貫連起來。所以，對於追本溯源堅持不懈，緊守理念，與其將之稱為設計規範，不如說是品牌根源的深度，配合與時並進的設計，帶來洋溢復古氣息的秋季系列。



同 · 期 · 加 · 映

鄭秀文以一身橙打扮配襯德國眼鏡品牌 MYKITA x BLACK-ZMITH 橙色眼鏡，由頭襯到落腳，鮮橙無比。



着數 Guide ■文：雨文

MegaBox 家居電子節

MegaBox 匯聚多間全港最大美化家居、家飾及電子電器旗艦店及大型商店，由即日起至10月31日，商場舉辦第四屆「MegaBox 家居電子節」，於10月29日將推出「家」點愛心1折慈善義賣及7折家居電子貨品大激賞，近800件貨品以超筍價發售，貨品總值超過 HK \$1,000,000，多款家品及電器特以1折超級震撼慈善義賣，更有至潮家居電子產品以7折震撼價發售，如 iPad、Nintendo Switch 及 Dyson 吸塵機等。部分家品家飾商戶的1折慈善義賣貨品更會於推廣期內於 G 中庭及

L5 展覽廳展出，讓大家率先預覽。
為慶祝商場10周年，由10月16日至11月19日，一連5個星期，每星期首10名顧客消費滿指定金額，可參加「家居電子節消費大激賞」，換領家居用品商戶 HK\$2,000 現金券，合共送出總值共 HK\$100,000 之現金券。
另外，於今個月份商場更聯同商戶舉辦「家居電子節店內激賞優惠」，多間家居用品專門店及國際著名床褥用品於店內提供過萬件貨品以震撼價發售，精選商品更低至1折。



MegaBox 家居送禮

香港 文匯報 WEN WEI PO
MegaBox 特別為本報讀者送出家禮禮品，禮品為 maxcare 瑜加按摩棒乙個，名額共8位，如有興趣的讀者，請剪下此文匯報印花，貼於信封背面，連同 HK\$2 郵資的回郵信封郵寄至香港仔田灣海旁道7號興偉中心3樓副刊時尚版收，封面請註明「MegaBox 送禮」，截止日期：10月25日，先到先得，送完即止。



美麗密碼

文、圖：雨文

明眸美肌嫩唇

量膚定制 3D 肌密



健康的肌膚細胞取決於生命周期中的各項平衡，環環緊扣，一旦其中一環失衡，細胞更生緩慢，前額和眼尾出現靜態紋、眼袋、蘋果肌鬆弛等各種肌膚問題便接踵而至。加上，隨著年齡增長、光老化侵害及地心吸力令肌膚日漸鬆弛，佔肌膚蛋白量70%的膠原蛋白會逐漸減少，令肌膚的彈性和水分保持能力減弱，導致前額和眼尾出現靜態紋、下眼瞼鬆弛、淚溝、眼袋、蘋果肌鬆弛等肌膚老化跡象。因此，要延長肌膚的保鮮期，必須注重保養功夫。

早前，MTM 配合抗老聖杯「量膚定制」原液，打造個人定制 3D 肌密，原塑 3D 輪廓，推出 Custom-Blended 3D CollaMoist 系列，系列以立體智能導入科技，將萃取自深海魚類的革命性成分「三重海洋膠原蛋白庫」注滿各層肌膚，帶來「防禦、立體、深層」保護，讓每個細胞啟動更生，更細緻照顧不同肌膚部位，達至 3D 肌密標準，演繹立體觸感和零瑕亮膚。

系列共有三款，包羅了眼霜、面霜及唇部精華，原塑明眸、美肌、嫩唇，當中如使用眼霜來說，其蘊含豐富的抗老化植物精華白藜蘆醇的抗氧化功效比維他命 C 高出 800 倍，有效強化真皮層結構，為肌膚築起防禦自由基保護網，減少膠原蛋白流失，重整肌底緊密支撐網絡，3D 多角度提升緊緻眼部輪廓，同時解決眼紋、浮腫及鬆弛，可取適量以中指及無名指指腹輕輕由內眼角開始向外畫圈3次。

而且，其面霜蘊含高效抗氧化成分輔酶 Q10，有效阻截自由基的侵害，對抗及撫平皺紋，同時加速角質新陳代謝，使膚色明亮，全面 3D 多角度緊緻提升輪廓。至於唇部精華，蘊含酯化維他命 C，有助抑制黑色素的形成，針對「唇色深」問題，高效抗氧化，保護肌膚免受紫外線傷害，建議早晚使用，塗抹到雙唇上，以達至修護及滋潤雙唇效果。

■ Custom-Blended 3D CollaMoist 系列



新店巡禮

■文、圖：雨文

中西合璧時尚藝術店

全港首間藝術精品體驗店 DNA Store 早前進駐香港，新店破天荒搜羅逾300件四大世界知名博物館設計獨特及具文化價值的商品，包括大英博物館、法國羅浮宮、美國紐約現代藝術博物館（MoMA）及大都會藝術博物館（The Met），為全港第一間綜合眾多知名博物館設計的時尚藝術店。
除了網羅海外首屈一指藝術博物館及世界各地的藝術精品外，新店也十分支持本土創作，為熱愛創意產業的本地設計師提供一個充分發揮的空間及平台，更與香港展能藝術會合作，展出展能藝術家的優秀作品，並將其產品部分收入作支持香港展能藝術會的恒常開支，實踐共融藝術的成果。

加上，為打破時下設計畫廊的刻板印象，新店亦特設主題體驗專區，因應不同的主題佈置該區的設計場景，大家可隨意拍照打卡，今次先以 Mona Lisa in Hong Kong（蒙娜麗莎在香港）為題，場景設置是香港舊式冰室，牆壁及地板均用上富有懷舊特色的傳統磁磚，轉眼間彷彿穿越時空帶大家回到上世紀五六十年代的茶餐廳環境。蒙娜麗莎坐在「卡位」的一角，細意品嘗各式各樣的地道美食，旁邊則放置了一輛製作雞蛋仔的經典「木頭車」。即使中西文化交錯，卻沒有一點違和感，盡顯現代流行的玩味藝術。



■博物館精品



■蒙娜麗莎在香港