

時裝 Crossover 襯出個人風格

近年，不少品牌大玩 Crossover，今個秋冬季特別多，包羅了時裝、鞋履、手袋等，其聯乘系列琳琅滿目，有些與著名設計師合作，有些則跨界合作，而當中更多品牌是與迪士尼卡通人物米奇合作，推出各式各樣的米奇90周年系列等，讓你可因應自己喜好及喜歡的角色，選擇適合自己風格的秋冬服裝，令你在這個秋冬季，穿得更具個人風格。 文、攝(部分)：吳綺雯

玩味元素 華麗派對

商標、幽默、華麗、流行文化：MOSCHINO[tv]H&M 是 MOSCHINO 的創意總監 Jeremy Scott 所設計的一個高端時裝系列，將於明天在全球指定門店及網上商店發售。這系列充滿了玩味，不論是 MOSCHINO 標誌性的金色商標，還是印有 Jeremy 最喜愛迪士尼角色的圖案、與 MTV 之間的商標合作，盡顯誇張的意大利式華麗派對風格。

在男裝系列，則呈現 Jeremy 創意神髓，服裝活現 MOSCHINO 的本色，如綴滿金色珠片的羽絨襖、繡上金鏈的黑色連帽衛衣、超級 oversize 的牛仔褲，或印有經典 MOSCHINO 標誌的衣飾。當然，Jeremy 和品牌創始人 Franco Moschino 一樣熱愛動畫片，特別為今個時裝系列，加入了最受觀眾喜愛的迪士尼角色，米奇、唐老鴨、高飛和布魯托的布貼出現在連帽裙上，如超大款棒球毛衣網眼裙則設計了一款米奇棒球帽，超大款棒球衫則設計了賀拉斯和克拉貝爾的形象，都穿着和品牌氣質一致的時裝。

以迪士尼角色為主題設計的一系列聯乘服裝

綴滿金色珠片的服飾

MOSCHINO[tv]H&M 系列充滿玩味元素

AT TWENTY X Eugene Tong 秋冬別注系列

城市探索 機能配搭

AT TWENTY 於去年冬季首次與人氣時尚 icon Eugene Tong 攜手合作，透過混搭演變成獨有的個人風格，將簡約款式營造層次感。今季，品牌特意邀請 Eugene 首次由造型師化身為服裝設計師，推出今年秋冬別注系列，糅合當代流行的戶外元素，以不同特性的機能素材及細節來演繹生活日常造型。

系列以摩斯密碼 AT/ET 作為商標，寓意顧客可透過不斷探索及解碼，找到適合自己的服飾。系列以 Urban Outdoor 為設計方針，主打城市機能配搭。Eugene 將專業的功能性布料以時尚化及生活化的設計表達出來，突破其戶外運動着裝限制，讓你瞬間化身為城市旅人，探索更多日常生活的造型配搭。

Eugene Tong 穿着秋冬別注系列

足球服飾 型格實用

主張暗黑風格的日本高端街頭時尚品牌 mastermind WORLD 在一段沉寂的時間過後再次為品牌注入新元素，今季品牌再度與 SOPHNET 支線 F.C.Real Bristol 推出聯名系列，主打雙 Logo 設計，將 mastermind 簽名式的骷髏骨圖案與 F.C.R.B. 足球運動風結合，透過採用高級面料製作以展現品牌其奢華的特點，以 3M 反光物料印上參考 1939 年第二次世界大戰開始時英國政府製作的宣傳海報而改寫成的「KEEP CLAM AND FOLLOW F.C.R.B」語句，為系列帶來獨有的革命性氣派，推出運動襖、運動褲、T恤及 New Era Cap 帽，為運動員粉絲及非運動員粉絲都提供到既型格又實用的足球服飾。

mastermind WORLD X F.C.Real Bristol 聯名系列

bossini x Mickey 90 聯乘系列

Cath Kidston 米奇 90 周年紀念系列

米奇聯乘 人見人愛

今年是迪士尼 Mickey Mouse 誕生 90 周年，不少品牌與之合作推出聯乘系列，如 i.t SHOES 便會與這個經典卡通人物推出聯乘系列，系列以暗黑及搖滾風格作設計主線，將家喻戶曉的 Mickey Mouse 元素融入於多個款式中，以各款鞋履配飾，展開一段與別不同的時裝旅程。

bossini 將家喻戶曉、人見人愛的 Mickey 加入時尚的服飾及配飾，特別推出 bossini x Mickey 90 聯乘系列，系列備有男女裝、男女童裝及配飾系列，將 Mickey 融入簡約經典的剪裁及歡樂玩味的設計當中，不論是大人還是小朋友，也會找到屬於自己年代喜愛的 Mickey 服飾。

而 Cath Kidston 與迪士尼聯乘融合兩個品牌的精巧設計，攜手創作全新米奇 90 周年紀念系列，精心打造了四款特別設計印花，系列包括手袋、飾品及家居用品。Hooray Rose 是整個活潑印花設計系列的核心，專為紀念這個特別日子而創造，充滿喜慶元素。Hooray Rose 以品牌經典 Button Spot 波點圖案為靈感，以普普藝術風格譜出萬人迷米奇畫像設計。

i.t SHOES x Mickey Mouse 聯乘系列

美麗密碼

文、圖：雨文

昇華抗皺 日夜使用

1990 年，Elizabeth Arden 研發出以單劑膠囊包裝的 Ceramide 配方產品，推出黃金導航膠囊作為王牌產品，今個月品牌再次宣佈推出革新版 RETINOL 黃金導航夜間抗皺膠囊，為女士們帶來更重點昇華的抗皺配方。

全新黃金導航夜間抗皺膠囊結合了 RETINOL 維他命 A 醇及 Ceramide，不但可以增強對抗及撫平皺紋的效果，並有效隔止水分流失以達到保濕功效，同時保留 Ceramide 令皮膚可築起修復屏障。透過這些互補技術，品牌利用維他命 A 醇研發更有效的抗皺產品，同時利用 Ceramide 防止其帶來的乾燥效果。當兩者結合，能令使用者的皺紋及幼紋明顯地減少，同時改善了皮膚紋理、膚色及肌膚透明度，從而令皮膚看起來更年輕。

其使用方法簡單，輕輕扭動頭部兩次以打開膠囊，每晚在清潔面部和頸部後均勻塗抹，然後再如常使用保濕霜。不過，日間使用可全面築起抗老保濕屏障；夜間使用則重點撫平皺紋，回復緊緻。



黃金導航夜間抗皺膠囊

消閒 Guide

文、圖：雨文

馬哥孖羅德國啤酒節



現場表演

一年一度的馬哥孖羅德國啤酒節又來了，自 1992 年首辦以來，它是亞洲最大型的啤酒節活動之一，也是馬哥孖羅香港酒店每年的活動亮點。大家可在酒店 6 樓海景露天廣場一邊欣賞維港璀璨夜色，一邊與好友伴着來自德國的樂隊 The Notenhobler 的音樂盡情狂歡；賓客還可以參與德國傳統樂器長號角吹奏競賽，試一試從德國巴伐利亞阿爾卑斯山進口的 3 米長長號角。

加上，大家還可以品嚐馬哥孖羅酒店——香港行政總廚謝華夫 (Chef Rolf Jaeggi) 特別烹製的正宗巴伐利亞美食，包括香港最脆最嫩滑的燒豬膝等，為賓客帶來美好回憶，度過樂而忘返的晚上，啤酒節舉辦至今星期六 (11 月 10 日)，如想趁熱鬧的不容錯過。



現場設有德國美食



德國美食配德國啤酒

着數 Guide

文：雨文

茶木 x

小丸子探險記

小丸子又有心事？《櫻桃小丸子》今次要與一眾親友向茶木·台式休閒餐廳出發，化身「茶木精靈」，走出最奇妙逗趣的森林美食歷險旅程。「茶木 x 小丸子探險記」大型聯乘企劃即日起航，帶領粉絲深入叢林探險，三大主題分店（包括銅鑼灣世貿、旺角瓊華及九龍灣 MegaBox 店）更變身重要探險據點，妮妮道來由茶木為粉絲精心設計的三大難忘歷程——海洋、櫻花及草原場景，三店同時獨家供應不同款式的小丸子美食，召喚全城粉絲與小丸子精靈一起尋找美食秘寶，解除魔法，喚醒沉睡中的爺爺。

而且，茶木全線陸續發售一系列可愛到暈的限量主題精品，憑堂食消費更可於三大主題分店獨家獲得限定免費精品。首批禮品現已公開發售，大家下載「T-Factory」手機應用程式成為會員後，更有機會以優惠會員價將禮品帶回家。各位粉絲記緊不能錯過手機應用程式中最新上架的全球首次推出小丸子 AR 虛擬實境「小丸子去哪兒」，隨時捕捉多位 3D 立體「小丸子精靈」，一起感受前所未有的互動體驗，贏取逾 9 萬份、總值超過 100 萬港幣的小丸子超驚喜餐飲優惠及精品禮遇。

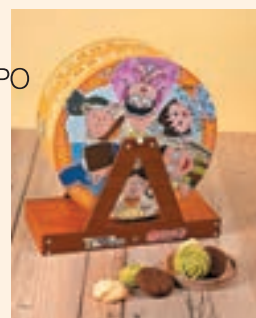


小丸子櫻的時刻@旺角瓊華店



茶木 送禮

香港 文匯報 WEN WEI PO 茶木特別為香港文匯報讀者送出禮品，禮品為小丸子旋轉魔法曲奇，名額共 10 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「茶木送禮」，截止日期：11 月 14 日，先到先得，送完即止。



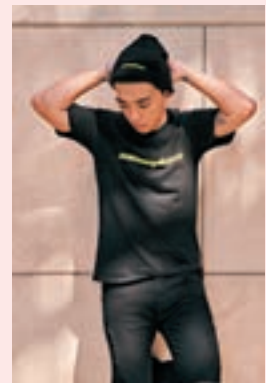
同 期 加 映

聯乘限量 慈善推廣

Hip-Hop 一直以來在本土文化被定義為非主流及地下音樂，今年 Chang 聯同香港著名 Hip-Hop 歌手 MastaMic 合作，突破傳統表演框框，發掘一直被定義為非主流及地下音樂的 Hip-Hop 文化，同時更與其團隊參與了服裝設計項目，3 組不同的限量服裝系列，讓大家更了解他們的故事和音樂國度。

美國著名高級時裝品牌 ST. JOHN 的宗旨及願景與香港女工商及專業人員聯會 (HKWPEA) 不謀而合，早前特別邀請了 HKWPEA 及香港歌手周柏豪

以 #MAKEYOURSTATEMENT 為主題，以印有「... MY CHOICE」的限量版 Tee 為主題，讓每個人都能將自己的正面信念填入空白處，讓每個人說出心聲，從而激勵身邊的人，活動收益悉數撥捐予香港女工商專聯會慈善基金。



MastaMic x BigSammy



ST. JOHN x MAKEYOURSTATEMENT