

豹紋百變造型 搭潮鏡生姿彩



■Tom Ford FW18除了連身裙和手袋，連性感的絲襪亦賦予了動物屬性。

從上世紀60年代到80年代，豹紋服飾通常與搖滾明星相連。至今動物印花尤其豹紋圖案無處不在，從衣物、飾品、皮革到鞋履，但值得注意的潮流款式，非融合近年大熱運動風格的外套莫屬。說到凸顯奢華復古氣息，當然是讓人想起伊莉莎伯·泰萊等荷里活巨星身上的經典豹紋圖案大衣，即使是

時尚就是一個循環，其中豹紋一如條紋圖案歷久不衰，幾乎每踏入秋冬季都見其蹤影，如今，作為衣櫃裡經典之作的豹紋服裝，在2018年秋冬季又成為其中一股潮流，在設計師神來之筆下，演繹出大量新貌，加上名人超模和時尚達人的出色示範，帶來一份新鮮感。在豹紋服飾的同時，配搭今季新款的眼鏡及太陽眼鏡，打造豹紋百變造型。

文、攝（部分）：吳綺雯

最基本的配搭也能增添魅力。今個秋冬為豹紋潮流推波助瀾的時尚設計師及品牌也不少，計有Ashley Williams、Gareth Pugh、Givenchy、IRO、Jeremy Scott、Michael Kors、Stella McCartney、Tom Ford、Victoria Beckham、Max Mara、MSGM、R13、Whistles等。



■Victoria Beckham以淨色太陽眼鏡配上豹紋外套，分外醒神！

■豹紋與其他經典圖案相結合，呈現酷炫的外觀。

駕馭搭配 展現品味



■Whistles若隱若現豹紋輕紗連身裙，簡單配搭一雙白色波鞋或休閒鞋，演繹少女情懷之品味。

動物紋總能為深沉的秋冬添上異彩，如何駕馭豹紋衣物穿出時尚感而不會像「大媽」般土氣？現在，提供一些Mix & Match貼士給大家參考。首先，把衣櫥裡的豹紋原色當作另一種中性色調，這意味可以配搭其他印花圖案的服裝，如經典的條紋和格子，與豹紋碰撞出意想不到的火花。由於每種動物原色都有中性色調，豹紋可以很容易地混合搭配不同的動物圖案，如斑馬和豹紋相互起了化學作用，效果較討好。例如，Ashley Williams、Whistles豹紋連身褲，減少了它的野性，足上穿對潮流拖鞋或Sneakers，添上一點隨性休閒感。而且，一條剪裁利落的貼身半截裙，簡簡單單的配襯，一件白色上衣或白恤衫和一對中性涼鞋或靴子，已能營造優雅又舒適的時尚造型。所以，豹紋外套配上經典白色T恤和時尚剪裁的牛仔褲，就會自然流露出輕鬆時尚的感覺。

■IRO FW18 Oversize 豹紋外衣，內搭黑色牛仔褲、襯衣、短褲和Angle boots，散發品牌標誌性的法式搖滾魅力。



■Stella McCartney水彩獵豹紋絲綢連身裙，豹紋圖案經模糊處理後的迷彩效果，令人耳目一新。

彩色豹紋 青春氣息

彩色豹紋被廣泛地運用了從上到下的各個單品中，不論你敢不敢穿，都不能阻止它成為今年秋冬的新潮流。黃色、橙色、螢光綠色等增添一份青春氣息，紅色豹紋則瑰麗十足。Stella McCartney水彩獵豹紋除搭配絲綢外，亦在針織服飾及尼龍外衣上大放異彩，展現經模糊處理後的迷彩效果。然而，着原色或色彩豹紋衫時，身上其他的服飾或配件應盡量簡單一點。



■Gareth Pugh的狂野豹紋配上誇張墊肩和收腰設計，復古八十年代的同時又現代感十足。

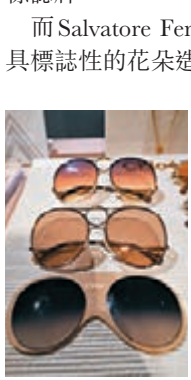
新款鏡框 配搭適宜



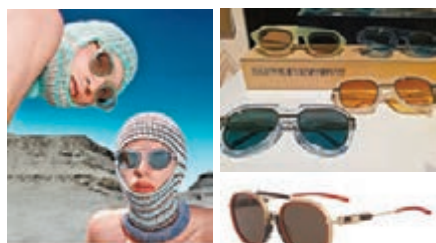
■MCM全新復古眼鏡系列



■幾何圖形配拋光金屬線設計大膽



■可換鏡片的Chloe「Vicky」系列太陽眼鏡



■2018秋冬太陽鏡及光學鏡系列

今個秋冬，Marchon旗下品牌CALVIN KLEIN、CALVIN KLEIN 205W39NYC、CALVIN KLEIN JEANS、Chloe、Lacoste、Longchamp、MCM、Nike及Salvatore Ferragamo等，推出一系列全新眼鏡及太陽眼鏡，每個品牌各有特色，不少都可以跟豹紋裝搭配。

例如，Chloe全新「Vicky」太陽眼鏡，亦是一款優雅率性的時尚配飾，可更換鏡片的設計，讓你每一天都可按照心情和穿搭隨意更換鏡片。在平滑的金屬外框上，勾勒出輕巧的鏡框輪廓，前框橋樑飾以「無限O型」環狀設計，並鑲有三個細小的鉤子，分別從上下方固定鏡片，以便更換其他顏色的鏡片。

MCM以打破常規的設計風格，演繹全新眼鏡系列，糅合復古與高科技元素，每款眼鏡均以頂尖材質精心製作，如以超大的鏡框襯托雙層前鏡框，鏡片上點綴鑲射MCM標誌，鏤空鏡臂上飾以金屬標誌牌。

而Salvatore Ferragamo「Fiore」太陽眼鏡系列，則以品牌別具標誌性的花朵造型鞋跟作為設計靈感，採用凸顯女性氣質的超大光滑金屬鏡框輪廓，搭配與鏡臂顏色相襯的三層漸變色鏡片，把花形魅力重新演繹。



■Salvatore Ferragamo富現代感的創新色彩太陽鏡

着數 Guide 文：雨文

WTC世貿中心「閃耀聖誕藝術王國」

為迎接聖誕佳節，新鴻基地產（簡稱新地）旗下商場WTC世貿中心別具匠心地企劃「WTC世貿中心閃耀聖誕藝術王國」，夥拍來自德國的藝術家Wolfram Kampffmeyer，注入充滿藝術、歡樂和好玩元素，以幾何圖案塑造一系列聖誕鏡廊雕塑，並以創新互動全息投影科技，特設奇幻感官互動花園，讓顧客可近距離與超逼真影像互動。

奇幻感官互動花園通過實存的雕刻物與影像混合的方式，巧妙地將幻影、3D影像、聲音及雕塑相結合，產生一種視覺上的錯覺，呈現出38款不同影像的大自然景觀。這次視覺藝術作品中，透過水盆的影像，投射出虛構的水面動態波紋，映照四季變化及聖誕鹿鹿於聖誕節所遇到的故事，當中還加入園內的雀鳥飛翔、聖誕花瓣和雪花飄落的效



果，營造出活靈活現的歐陸花園氛圍，讓顧客彷彿置身於庭園當中，難以分辨人造與天然的區別，成為今年聖誕吸晴及必拍景點之一。

WTC世貿中心 聖誕送禮

香港 文匯報 WEN WEI PO
WTC世貿中心特別為香港文匯報讀者送出聖誕禮品，禮品為agnes b.可愛兔仔公仔購物袋，名額共5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「WTC世貿中心聖誕送禮」，截止日期：12月12日，先到先得，送完即止。



MegaBox×Little Twin Stars「聖誕夢幻樂園」

為迎接普天同慶的聖誕節，由即日起至2019年1月1日，MegaBox聯同Little Twin Stars，打造全港首個Little Twin Stars聖誕夢幻樂園大型機動裝置，首先必看的是逾30呎高、粉紫色夢幻聖誕樹，樹上掛滿絢麗的玫瑰花及閃爍的啤牌等裝飾，璀璨得令人着迷。於聖誕樹旁的是Little Twin Stars的Lala及Kiki，他們化身為可愛趣致的童話主角。Lala更小心喝下「Drink Me」玻璃瓶的神奇魔法藥水，變大成8呎高、調皮活潑的巨型Lala。你還可與Lala及Kiki一同享用甜蜜下午茶，就像置身於一個超乎想像的奇幻聖誕仙境。

同時，於奇幻的玫瑰花園內，設有佈滿啤牌的心形拱門，可愛活潑的Lala及Kiki於拱門下以紅鶴代替球棒打高爾夫球，歡迎顧客與他們拍照留念。到了黃昏後，玫瑰園搖身一變成爲色彩斑斕、鮮艷奪目的



LED粉紅浪漫玫瑰花海，配以猶如天上繁星的閃爍燈光，定必成為OL及情侶們聖誕必到的打卡熱點。

MegaBox 聖誕送禮

香港 文匯報 WEN WEI PO
MegaBox特別為香港文匯報讀者送出聖誕禮品，禮品為MegaBox×Little Twin Stars聯乘A4文件夾及陶瓷杯，名額共15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聖誕送禮」，截止日期：12月12日，先到先得，送完即止。



美麗密碼

文、圖：雨文

豐潤凝肌 滋潤清爽

一向以來，Ella Bache深信「天然食物是健康和美肌的主要元素」，在高尚典雅的環境中，配以精緻美味，再體驗蘊含這些優質食材護膚品的呵護，由內到外同時為肌膚注入營養，肌膚更顯水潤有光澤，散發迷人的自然美。



■豐潤凝肌系列

當中的豐潤凝肌滋養面膜，急救修復嚴重缺水肌膚，迅速為肌膚細胞注滿水分；豐潤凝肌清爽面霜，清爽柔軟的乳霜，改善肌膚儲水量；完美亮肌全效潔膚水，卸妝、潔膚和爽膚功效3合1，有效增強肌膚抵抗力，使肌膚更有光澤，膚色更均勻；完美亮肌爽膚水，瞬間保濕及完善潔膚效果，細嫩毛孔，增強肌膚免疫力，使肌膚時刻保持柔滑及光澤。

設計達人

文、圖：雨文

設計重功能 望趨趣味性

今年，Targus成立35周年，早前在北京舉辦亞太區活動，品牌行政總裁Mikel Williams在活動後接受訪問，分享品牌未來的發展大計，尤其是針對中國內地及香港的市場，在許多競爭對手的情況下，採取什麼策略面對未來的各種挑戰。



■Mikel分享品牌的設計首重功能，期望能趨向趣味性。

首先，在市場上，鑑於更符合經濟效益，現時所有地區都主力在百貨公司或零售店內設零售點，以便利用這些商店的固定人流，促進更多不同層面的用家認識他們的產品，所以暫時未有開設獨立品牌專門店的意向。

反之，Mikel希望透過今次活動，能壯大品牌的分銷商及合作夥伴網絡，藉以通過不同渠道來銷售其產品，如一系列的保護套及功能袋等，以滿足流動工作者的當前需求，希望產品更增添時尚和有趣元素。就趣味性方面，他說：「曾有人問我會否推出更多富趣味的產品，其實我們正在努力製造更多更富趣味的產品，但我們希望先在我們的產品上實現功能性、高質量和終身保養，從而不斷為市場帶來創新思維與新構想。」

當然，Mikel認為最大的挑戰是預測未來市場的需求，如創造了一個全新的產品，部分可能是改編或實施新技術，當中都要面對市場上的接納程度，所以惟有繼續根據流動工作者的所有需求，因應他們在日常生活中經常使用的技術而持續預測市場的潮流、趨勢和技術等發展。

最後，Mikel跟我們分享了他對工作與家庭的時間如何平衡，他即表示有難度，他的孩子現已長大成人了，他們擁有自己的人生和生活。而重要的是，Mikel更愛工作，他表示：「我不喜歡只待在公司辦公室，更不喜歡沒有人的地方，我喜歡花時間在市場上，愛與我們的客戶及員工在一起，能夠成為公司的領導者的確是難得的機會，可以與一眾員工樂也融融，開心地相處，同時也令我更感愉快和充滿樂趣。」

所以，在未來的日子，相信Mikel會帶領他的團隊發展更多品牌設計的新構思，推出更多新系列，尤其是在趣味性產品方面。筆者拭目以待。