

# 新興設計師連結頂尖品牌 作品風格多元化

近年，不少大型綜合百貨店進行優化，加入創新互動科技元素，結合實體店與網上商店，就如位於金鐘的Harvey Nichols便特將香港旗艦店與總部英國電子商務上的國際知名及頂尖新興設計師品牌商品連結起來，展示多三倍的時裝數量，當中不少鮮為港人所知的設計師品牌，讓大家認識更多，開創獨一無二的時尚探索之旅。

文、攝(部分)：兩文

優化後的旗艦店以鮮明時尚、富未來感的设计風格，配合嶄新零售概念，同時更加入各種創新科技元素，包括嶄新的互動櫥窗、互動屏幕等，為顧客帶來與眾不同的購物體驗。

## 知名女裝 新穎獨特



■ KOLOR



■ DICE KAYEK

著名女裝設計師品牌一向是Harvey Nichols的核心產品，今次加入了較新穎獨特的品牌如DICE KAYEK、KOLOR和MONSE等。例如，日本品牌KOLOR今季採合解構、登山及船塢等主題，鏤空設計恍如針織服，結合優雅的花卉圖案襯裡，其外衣、褲裝及配飾融入大量登山元素細節。

巴黎高級女裝品牌DICE KAYEK以誇張的外形線條，配上土耳其傳統的精細刺繡，以及簡約法式的浪漫中還有中東文化的特

色，構成古典又現代的獨特風格，其秋冬系列保留品牌的經典剪裁，大襟或襯衣的衣領不再單調乏味，取而代之的是層次分明的多邊形衣領及飾以立體花朵的細節。

而紐約新寵品牌MONSE則由設計師二人組Fernando Garcia和Laura Kim於2015年共同創立，以打造簡約易觀時尚服飾為設計理念，更把解構主義表達出優雅前衛。今年秋冬系列將鏤空及精巧西裝昇華至嶄新的境界，設計男女皆宜，展現運動服及商務服的完美平衡。



■時尚女生區域的服裝



■女裝現代經典區的服裝



■女裝設計師品牌MONSE

## 現代經典 潮流高雅

現代經典區域，精選多個混合潮流及經典元素的品牌，配合一眾希望營造與別不同風格的上班族，當中如德國經典品牌DOROTHEE SCHUMACHER、法國浪漫優雅品牌EDWARD ACHOUR及意大利傳統品牌HERNO等。

DOROTHEE SCHUMACHER由同名德國設計師於1989年創立，以女性時尚為設計起源，運用混搭解構、柔美的色彩與細膩剪裁來塑造時尚女性造型。法國設計師EDWARD ACHOUR則以他才華橫溢的年輕設計、專業技藝以及對細節的重視，以獨特的布料打造具動感、俏皮和別致，高雅與實用的系列。

而誕生於1948年的意大利傳統品牌HERNO更以雨衣、休閒羽絨服和外套為主打產品，其憑藉嚴謹的設計、扎實的用料和高性能，彰顯了低調奢華的意大利設計的精髓。



■ EDWARD ACHOUR



■ HERNO



■ DOROTHEE SCHUMACHER

## 簡約設計 前衛創新

作為前衛創新的品牌共冶一爐的區域，時尚女生區域還有一眾新晉品牌如HYKE、RECTO和TIBI等。例如，於2013年成立的日本簡約時裝品牌HYKE出自夫妻檔設計師吉原秀明及大出由紀子，今季設計靈感來自舊時軍人衣櫥必備的服裝，加入有流蘇半身裙和不規則毛衣單品，令造型更具層次感、令身形顯得修長。

美國品牌TIBI由設計師Amy Smilovic於1997年在香港創立和設計，設計以符合她個人品味和獨特印花圖案為特點，秋冬系列將經典傳統與實驗精神交織，為設計加上精微的玩味，注入時尚氣息。而RECTO是韓國設計師Jung Ji Youn創辦的獨立品牌，RECTO於今季沿用特色風格，締造剛柔並濟的系列，大部分款式的剪裁寬鬆，造型卻簡約修長。



■ TIBI



■ HYKE



■ MIRA MIKATI



■ ANDERSSON BELL

## 玩味時裝 年輕活力

搜羅既有活力又玩味甚濃的新世代品牌，如ACT N1、ANDERSSON BELL、MIRA MIKATI等，是年輕時尚女生不一樣的選擇。源自意大利的多元文化品牌ACT N1，兩位設計師Luca Lin和Galib Gasanoff今季系列網羅品牌經典款式，如透明PVC恤衫和恤衫與連身裙的配搭，塑造別樹一幟的鬆垮造型。

當代時尚韓國品牌ANDERSSON BELL融合當代時尚與復古潮流，打造出舒適休閒的時髦感，展現自然舒適的北歐風，其秋冬系列的精髓在於體態凋零花木的色彩，設計師聚焦凋謝的凄婉花卉，渴望重現其獨特復古的天然色調，並重新定義何謂永恒格調。

於巴黎長大的黎巴嫩設計師MIRA MIKATI於倫敦創立了以俏皮幽默感為特色的同名女裝品牌，大膽多彩的配色使她的作品一貫保持着孩童般的純真與青春活力感，品牌更善於與藝術家合作，不斷從流行文化中汲取與時俱進的靈感。

## 美麗密碼

文、圖：兩文

## 貨真價實護膚系列



你有想過在Harvey Nichols買到約100元的美容產品嗎？DECIM旗下的The Ordinary於2016年創立，現時每秒便售出多於一件產品，產品售價僅由50港元起，皆因品牌承諾為科研配方標上真誠的價格，是一個不斷進化的護膚系列，既為顧客提供高效的科學技術，也不斷努力提升護膚產品於定價及與大眾溝通上定價的誠信及完整性。

這同樣是品牌頌揚的個性，並以謙卑、真摯的面目示人整套面世，其產品之開創初衷性是在開創產品時，並不在於其使用高效不僅擁有的技術水平，而是在於還展示了品牌的赤誠配合先進科技，為用家帶來貨真價實的產品。Harvey Nichols匯聚不同價位的專業品牌，同時維持其高出一籌的定位，與品牌認為奢侈品不再取決於定價的理念不謀而合。

這同樣是品牌頌揚的個性，並以謙卑、真摯的面目示人整套面世，其產品之開創初衷性是在開創產品時，並不在於其使用高效不僅擁有的技術水平，而是在於還展示了品牌的赤誠配合先進科技，為用家帶來貨真價實的產品。Harvey Nichols匯聚不同價位的專業品牌，同時維持其高出一籌的定位，與品牌認為奢侈品不再取決於定價的理念不謀而合。



## 益生菌護膚系列三部曲

女士們差不多都知道希臘乳酪健康價值比一般乳酪更勝一籌，不過原來希臘人不但視乳酪為健康食品，更視之為神奇護膚品，可以明顯地改善不同的問題肌膚，不但天然而且頗有效，更已沿用千年。然而，多年仍未有品牌可以以新鮮希臘乳酪為護膚品的主成分，而且能保留當中較優質的益生菌活性。KORRES創辦人及團隊多年的研究，推出一系列希臘乳酪活性益生菌護膚產品，針對都市女性煩惱的壓力肌問題。

首先，品牌希臘乳酪益生菌卸妝潔面乳有別一般潔面乳，選用天然純正希臘乳酪，潔面時不讓益菌流失，先洗走皮膚上的壞菌，再補充皮膚益菌，以獨有活性生物益菌技術，保留益菌之活性，潔淨、水潤、不繃緊，為肌膚守護着天然屏障，防止種種壓力肌問題出現。

而乳酪益菌卸妝潔面乳以獨有技術即時為皮膚補充大量益菌，抑制表皮上的害菌，從而有助平衡微生態，只需厚敷10分鐘，肌膚即時得到鎮靜舒緩，急救及擊退10大壓力肌問題。最後，正常晚間睡眠時間是皮膚細胞生長和修復最活躍的黃金時間，品牌希臘乳酪益菌密集晚霜，

獨有技術保留乳酪益生元及益生菌的活性營養，在黃金6小時內為肌膚補充益菌，維持微生態健康，築起皮膚益菌屏障，改善及預防壓力肌問題。

乳酪益菌密集修復晚霜

## 型男淑女

文、圖：新華社



今年，第三屆金沙澳門時裝周2019，舉行了一系列的時裝秀，展示綜合度假區內多間零售店舖的最新成衣系列，當中如在澳門威尼斯人購物中心上演水上天橋秀，展示多個品牌的時裝。



## 融入科技與互聯網元素



## 高度個人化購物體驗

全新Harvey Nichols旗艦店設計意念取材於當今先進科技與互聯網時代，新店設計注入大量通透、動感、明亮及開放式的元素，正門設置大型玻璃幕牆，大型櫥窗由華麗的石塊配以閃亮的玻璃打造，店內則採用不同色調與質感的簡約反光鍍金金屬，配上精緻的石塊和專業打造的飾面，令奢華感大大提升。店內則以不同設計風格的天花來區分不同區域，例如以反光不鏽鋼天花

增添實驗室氛圍，同時強調新店的實驗精神與產品的多元化。當中最值得留意的是，其高度個人化的購物體驗，採用全新零售模式設有Online Style Lounge，造型師會根據每位顧客的品味、需要以及喜好，建議最合適的產品選擇，為顧客提供一系列度身訂造的服飾供選擇，打造最佳的個人形象，免卻在網上購物時經常遇到要於數千件產品中選擇的煩惱，輕易選出心水貨品。

## 新店設計注入大量通透、動感、明亮及開放式的元素

