

“香港創意設計”系列之時裝(上)

香港特首林鄭月娥在發表施政報告時，表示將支援設計業，並在施政報告切實提出注資10億元（港元，下同）加強設計產業，配合近年不斷新增的大專設計課程以及創意香港已有的資助計劃，銳意打造“香港創意之都”品牌。香港文匯報推出系列報道，走訪多個設計行業的業內人士，探討香港近年的設計文化、業界的最新動態，以及年輕設計師的機遇與挑戰。

香港時裝新盛世在望 設計新星穩步“接棒”

製衣業是香港經濟起飛的龍頭，時裝設計亦是最貼身的創意工業。上世紀八九十年代，香港曾經誕生過一批名揚四海的香港時裝設計師，如 Vivienne Tam（譚燕玉）、Lu Lu Cheung（張路路）、何國鉅及鄧達智等。隨着時代轉變、經濟轉型、速食時裝湧現等因素，香港時尚界其後沉寂了一段時間。直至近年，又有一批冉冉升起的超新星設計師開始進入大眾的視野。走進高檔時裝品牌零售店經



■時裝界“教父”區偉文
常見到的 Mountain Yam、Kenax Leung、
教授。 陳添浚 攝

常見到的 Mountain Yam、Kenax Leung、FFIXXED STUDIOS、楊展、id、Loom Loop、The World Is Your Oyster 等等，全部都是新晉的本地設計師，誓要為香港的時裝文化創下新的盛世。

文：香港文匯報記者 陳添浚

近年香港政府大力推動時裝設計產業，包括透過“設計創業培育計劃”及“時裝創業培育計劃”，為新一代優秀時裝設計師提供軟件及硬件支援。官方旗下的“創意香港”也資助了不少時裝界的非牟利組織如 FFF（Fashion Farm Foundation）。除此之外，各大專院校也相繼開辦時裝設計學系，培育新血。有市場、大眾的認可，正是支援成果最好的體現。

時勢造就時裝界新轉機

香港理工大學紡織及製衣學系教授區偉文（Raymond）被尊稱為香港時裝界“教父”，在業界工作差不多40年，親身感受到這一兩年大環境確實是有起色。“你出街走一圈就知道，以前中、高檔時裝零售的地方較少，只有 Joyce，但現在高檔的還有 IT、Harvey Nichols、Lance Crawford 等，中檔的各大商場也有很多，還有元創坊（PMQ）。當然還不得不提網購的盛行。香港本地品牌都有機會在這些零售店開拓新的客源。”

FFF 主席、被譽為香港“針織女王”的羅可欣（Edith）對此深有同感。“近年愈來愈多香港傳媒對本地時裝業作出了更多更深入的報道，大眾對本地時裝的關注度大大上升。本地設計師逐漸成熟，有不少香港品牌在香港開設自己的店舖，相信都可以在日常生活中增加港人對香港時裝的認識。從 FFF 多次舉辦的海外項目 HKFG Paris 亦看得見參與的本地設計師隨着參與海外時裝展，品牌知名度漸提升，不論在傳媒報道數量上，還是訂單生意等都在穩步發展。”

借助內地生產力資源揚名

除了本地，內地也有龐大的商機，這對於熟悉中國內地的本地設計師也是一個不可多得的機遇。“北京（798 藝術區）、上海現在有很多時裝周、showroom。以前亞洲是日本最強，但現在中國內地市場很龐大，而且多平



■FFFRIDAY 是一別開生面的香港時裝秀。
圖片來自 FFF

台、多場地，不像香港只有一個會展，近期就有一個沉寂了很久的本地設計師在內地取得成功。” Raymond 解釋。

Fave 創辦人及設計總監、本地著名時裝設計師李冠然（Kenny Li）是近年成功立足時裝界的其中一個設計師，五年前曾被 ELLE 選為全球十個最佳新進時裝及配飾設計師之一，並贏得香港設計師協會環球設計大獎銀獎及香港最佳設計獎。

剛從上海工作回來的他從自身成功經驗出發思考，也認為內地市場是本地年輕設計師可以把握的優勢。“香港靠近內地，不論是地理上還是文化上，年輕設計師應加以善用內地的生產力資源。”

情侶檔開拓男裝市場異軍突起

此外，男裝市場的異軍突起也擴闊了時裝的版圖。時裝傳統上總是與女性劃上等號。不過隨着時代變遷，男性也愈來愈重視打扮，願意投放更多金錢在服飾上。對於男性時尚資訊的需求也使相關的潮流資料雜誌應運而生。以專攻男性時尚的數碼媒體 Hypebeast 為例，它在傳媒業走下坡時成為逆市奇葩。加上訊息時代使時尚資訊更容易傳播，女性時裝設計師也更容易培養出男裝的時尚觸覺。“現在愈來愈多男裝的品牌，而且它們相比女裝潮流變化較少，所以風險更低，而且現在也多了很多中性（unisex）的時



■男裝品牌“The World Is Your Oyster”設計師陳景熙和鄧子欣。

尚。當然，你不能只做西裝，否則很難與別人競爭。” Raymond 說。

情侶檔的陳景熙（Calvin）和鄧子欣（Joyce）就是在男裝設計上取得成功的年輕設計師。兩人分別畢業於香港知專設計學院及香港理工大學的時裝設計學系，於2014年初成立男裝品牌“The World Is Your Oyster”，於傳統剪裁中注入青少年文化，滲透出街頭元素，追求實驗及實用性的融合。他們的時裝系列長期在連卡佛銷售，也曾和 Joyce Boutique 合作推出時裝系列，連蕭敬騰、周柏豪等男明星也曾穿上他們設計的時裝登台演出。“現在男性也很注重打扮，我們發現市面上的男裝不是街頭風就是很正式的西裝，缺乏正規得來又有悠閒成分的時尚服飾。我們想為男裝提供更多選擇和可能性，所以開創了這個品牌。” Calvin 說。

Calvin 又憶述他們創立品牌的經過：“一開始我們是幫大品牌打工，下班後在自己家裡做設計。之後我們得到機會在 PMQ 的 Pop-up Store（快閃概念店）售賣自家品牌，當時同場有另外五六個品牌，我們銷量最好，三個月賣出8成，所以得到和 Joyce Boutique 合作推出第一個系列的機會，並幫他們設計員工制服，也賺到了第一群固定的顧客，所以就放棄穩定收入，全職經營自己品牌。”其後連卡佛又在一場 call-out 比賽中選擇了他們，從2015年起開始合作至今。

港府着力推動見成果

教書40多年的 Raymond 覺得現在在香港年輕設計師很幸運，得到前所未有的機會，近年擁有自己品牌的設計師比以往大幅增加。“港府之前投放了5億港元發展時裝，因此有很多推動本地時裝發展的非牟利機構有資金幫助年輕設計師去外國 showroom，另外政府也有不少比賽讓設計師‘儲履歷’。例如除了1月和7月的香港時裝周，現在還多了9月的 CENTRESTAGE，CENTRESTAGE 當中包括香港青年時裝設計家創作表演賽（YDC），吸引很多買家物色新晉設計師。”

“香港設計中心也有兩個孵化計劃‘設計創業培育計劃’及更高一級的‘時裝創業培育計劃’可以讓年輕設計師報名。再者，我看到很多設計師在不同機構資助下現在也有自己的 studio（工作室），包括 PMQ（元創坊）、JCCAC（賽馬會創意藝術中心）、InnoCentre（創新中心）、K11 等等，甚至私人辦的共享工作間，解決了香港租貴的問題。而且像 PMQ 這種可以同時作為 studio 和零售店舖，一舉兩得。我們不少畢業生，包括已經打響名堂的 Mountain Yam、Kenax Leung 也接受過這些資助，他們現在不只是在香港取得成功，而是已經有代理人在歐洲、大陸等地。”

助拓展海外市場

親力親為推動香港本地時裝發展的 Edith 也認為近年機遇處處。“港府一向支持本地時裝設計，創意香港曾撥款支持不同機構舉辦時裝設計比賽、參與海外的時裝周等等。FFF 過往的大型項目例如 HKFG Paris 都得到創意香港贊助，令香港品牌成功到海外時裝周參展，甚至參與 runway show。而另一個創意香港贊助的本地項目 FFFRIDAY 也在近期一直舉行，服裝的展示不像傳統 T 字型舞台的 catwalk，而是在遊戲機中心，也引起了香港公眾對本地品牌的關注和認識。政府的支持和撥款，最大好處是提升公眾對本地時裝的認識和鑑賞，這亦是 FFF 想達到的目標之一。”

Kenny 也有類似見解：“看見這幾年政府開展了創意香港基金去鼓勵本地時尚產業，新入行的設計師可以利用這些資助去拓展業務，例如到海外參展，了解其他市場的時裝發展，並吸納一些新買家客源。”

此外，他們又有機會經常跟隨 FFF 去國外參加不同的時裝周。“每一季也會去巴黎參加男裝時裝周，與不同的陳列室（showroom）接洽。每一季都會有幾張新的訂單，每張訂單都有幾百件，而且都能賣出七成以上，比起其他品牌的平均銷量要好。不久前我們又和其他幾個品牌一起到紐約參加時裝秀。” Calvin 透露。



■FFF舉辦海外項目HKFG Paris，推動香港時裝發展。