穿

得

起

境。

2022年1月11日 大公園 小公園

> ◀「信念・中國 紅 | 走秀現場。

> > ◀香港設計師

何淑君。

「如果信念有顏色,那一定是中國紅。|2021年,孟晚舟歷經千難萬 險回國後的這句話,當時刷爆社交網絡。早前在深圳舉辦的「2021粤港澳 大灣區科技時尚文化周 | ,其中有一場以「信念 · 中國紅 | 為主題的時尚 盛典。在香港設計師的眼中,「中國紅|代表着什麼?在「信念・中國 紅 | 走秀中,他們用自己設計的服裝帶來了答案

大公報記者胡永愛、實習記者李才瑛

「信念 ・中國紅」走秀 現場,34位設計師分別 爲科技時尚文化周創作了兩套 以「紅色」爲主題的服飾。2021年是 中華人民共和國成立72周年,也是中國共 產黨成立100周年,設計師們用自己的創作 獻禮。他們貢獻了自己最誠摯的那一抹 紅……當模特兒穿上紅色主題的服裝時, 現場紅影交錯,迸發出服裝美學的美妙意

## 融入祥雲圖案添喜慶

香港設計師何建華帶來了祥雲系列的 服飾。中國紅的祥雲,貫穿了何建華這兩 套走秀的長裙,祥雲經抽象變形後成爲布 料的圖案,衣服上不同布料的拼接、裙邊 的設計,也使用了祥雲的形狀,袖套、頭 飾、耳飾皆爲祥雲圖案……

「中國紅是一種顏色的概念,我認爲 應該再加入一些中國的傳統文化,兩相結 合,更能展現和傳遞我們中國民族的文明 史與文化史。」何建華表示,祥雲文化概 念在中國已有5000多年的歷史,經過長期 傳承、創新和發展,形成了具有不同樣式 的風格特徵及審美意蘊,對於內地和香港 來說,都是特別吉利、喜慶的元素,「通 過這兩套服裝,我希望讓大家知道傳統的 東西也可以很時尚,也能被當代年輕人喜 歡和接受。

爲了這次走秀,目前定居廣州的何建 華特意跑了兩天市場選購心儀的面料。他 說︰「祥雲給人的感覺是有高有低,層層 疊疊的,用這個面料,加上我的設計,打 上燈光,立馬就出現了立體的效果。」何 建華還突破傳統,將頭飾製作爲相互纏繞 的祥雲,肩部做成了三角形的祥 雲:「我已經66歲了,但我

認爲不要怕現在的年 輕人看不懂,

深圳創業

## 港珠寶設計師 灣區培養人才

在香港從事珠寶行業30多年的Gigi(鄭陳曼芝),目 前是粤港澳大灣區珠寶設計師俱樂部的主席,在「2021粤 港澳大灣區科技時尚文化周」,她帶來了自己設計的精美 蝴蝶冠。

Gigi擅長蝴蝶造型的設計。她的品牌G-Link會與 SWAROVSKI品牌合作, 創作出大型皇冠頭飾——蝴蝶之 夜。她認爲,香港有國際化視野的優勢,但在內地更能感 受到中華文化的博大精深,她非常鼓勵香港的年輕人多來 內地看一看。

她來深圳創業已經7年。Gigi感慨粤港澳大灣區優渥的 人才培養政策,大概數月前,她成立了30\*IJDA (International Jewelry Design Association) 項 目,構建30個品牌珠寶設計師及工匠師進行孵化和全方位 推廣,培養他們成爲「超級經理人」。她表示,「超級經 理人」會爲設計師與市場需求各方提供更精確及可靠的商 業解決方案。

Gigi也透露,即將推出科技與時尚相結合的創意產品 「馨香金屬」,通過黃金或其他金屬與納米技術的結合, 使其製品可以吸收並散發香味,比如讓戒指、胸針等飾品 成爲隨身香薰,香味可保持一個月左右,等香味淡了再噴 上自己喜歡的香水,又可以保持30天至45天。

圖片:受訪者提供

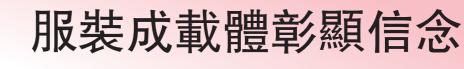


▲ Gigi在香港從事珠 寶行業30多年。



展示Gigi設計的 蝴蝶造型頭飾。

▶聯乘企劃將梵高的作品 加添在不同服裝上



受訪者供圖

融入東方工

藝

這襲紅裙採用中國傳

統的蕾絲繡花,

們設計師 自己太傳統。多 突破多創新,是我們香

### 東方元素+品牌標誌紅

港設計師應該做的事情。

另一位香港設計師何淑君很早便在深 圳創立了嘉汶服飾,此次帶來了旗下設計 師品牌KAVON的兩套紅色服裝。紅色, 對於中國是特別的顏色,對於何淑君來 說,更是一種意義非凡的顏色,「紅色是 我們品牌的重要顏色,我們有一個色卡叫 做『KAVON紅』。|

何淑君設計的兩套裙子亮點明顯,-套爲立體剪裁,一套爲重工繡花。她說: 「立體裁剪是我們品牌的優勢,加入東方 元素,可以盡可能展現女性的曲線美;另 一套則用了中國傳統的蕾絲繡花,將東方 工藝融入到服裝之中,體現中國的工匠精

何淑君認爲,紅色是中國特色的顏 色,中國紅的興起,更代表了我們中國文 化自信的崛起,「用它作爲時尚的傳播載 體,很有中國力量,也很有意義。」

▶走秀現場 紅影交錯

大公報記者

要力量。

示,「這不是一個單打獨鬥的時代,而是融合的時代,數字化應用融入時尚已是必然 趨勢。」她提及曾去華爲參觀感受到科技與時尚產業間的協作與融合,了解到

「香港設計師應該盡快融入到整個大灣區,了解內地市場與 的國際視野,更重要的是具有互聯網思

維,是中國時尚產業未來發展的重 ▶女裝針織上 衣加入刺繡工

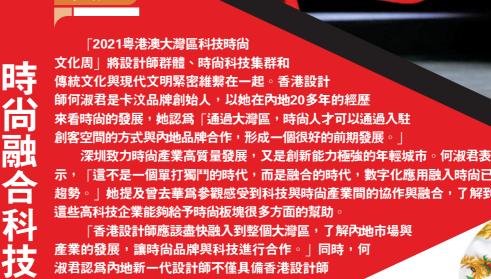
# 梵高名畫成時裝元素

意大利時尚運動品牌 FILA與梵高博物館合作,

Van Gogh Museum | 聯乘企劃,將荷蘭 著名畫家梵高的作品與時裝跨界合作,把多

變成可穿上身的藝術品,當中選取了 《Sunflowers》《Red Cabbages and Onions》等,滲透在服裝單品上,將梵高 對藝術創作的熱情和畫作豐富的色調演繹出

為了讓服裝上的畫作栩栩如生,系列以 立體油畫圖案配以精緻的刺繡工藝,或將仿 油畫的筆觸感印在服裝上,同時加上梵高簽 名「Vincent」的刺繡,十分精美。當中以 《Sunflowers》為靈感的女裝衛衣,以刺 繡繡出向日葵或在向日葵圖案上加上刺繡工 藝,具有觸感。至於採用《Vase with Gladioli and Chinese Asters》作品為元 素的服裝,將畫作拆解重新結合於服裝上, 用上精細印刷與刺繡工藝呈現畫作紋理,為 作品帶來全新的感覺。



# 跨界合作

推出了首個「FILA× 幅著名畫作加添在不同服裝上。

今次的聯乘系列,將梵高的著名畫作演

大公報記者 許詠妍