

新款迎新歲

1

虎年即將到來。全球奢侈品牌推出春節限定款產品的歷史並不算長，但近年來，品牌們對這些產品越來越多的推出和大力推廣，也從側面印證了中國市場的重要性。2021年，中國內地在全球奢侈品市場的銷售額為600億歐元，約佔全球市場的21%。特別是近幾年，品牌方在認識中國文化後，時常能夠以年輕創意，再詮釋中國傳統生肖文化。

大公報記者
李亞清

▼LV設計的老虎形象頗為可愛。



▲Gucci的新春系列，主打配以花草等圖案的老虎圖樣。



▲Gucci也推出了帶有「Gucci Tiger」字樣的產品。



▼Fendi以黑白色紋的設計展現創意。

◀LV將老虎形象設計於配飾上。

獨特文化

高奢品牌力推虎年限定

迎合中國消費者喜好

虎，本身即是在中國傳統文化中寓意美好的生肖之一，而在十二生肖中，虎也一直都是時尚界的寵兒。老虎與時尚單品有頗多契合點，比如，有適合做衣服、鞋、包等設計圖案的虎紋，以及黑色與橙色的色彩，這些在全球語境中都具有通用性，並且老虎的風格變化也頗多。採用虎紋，也能夠更自然地融入產品和品牌創意，進而弱化新春系列「命題作文」的刻意感。來看看今年品牌們的新春限定，有你pick的「虎」嗎？

打造反差萌形象

可愛屬性總是討人歡心，今年，很多品牌打造老虎的反差萌，讓猛虎變萌虎。Dior攜手美國藝術家Kenny Scharf創作的老虎形象，可愛得像隻小貓咪，出現在男裝針織衫、毛衣、夾克，以及胸針、包等產品上。Baby Dior也出了紅色新年老虎款，女孩T恤上的圖案是虎媽媽帶著兩個虎崽，男孩的衣服上則是一頭漂亮的雄虎，頗有威風凜凜的感覺。女裝系列的新年主題是Dior經典印花，其粉紅色的鮮花蝴蝶元素，令網友調侃聯想到《還珠格格》中香妃引蝴蝶的片段。

Gucci的新春系列，主打配以花草等圖案的老虎圖樣，出現在連衣裙、包等產品上，春日感的配色，似是老虎身處在春天的花園裏。他們的廣告片中有一隻真的老虎，片中，模特兒在屋內享受下午茶，一隻老虎穿梭其中，並跳上餐桌，與人互動，結果廣告發布後，引發部分人士爭議，懷疑並未尊重和保護這些動物。

LV今年將老虎形象主要設計於配飾上，比如絲巾、手鐲、項鍊、圍巾、帽子等，造型也是可愛十足。MIKIMOTO則推出了一款虎年特別胸針，黃金雕刻的老虎爪子上抓着一顆珍珠。其官方廣告詞「虎虎生威，『珠』事順遂」，也是切題了。

然而，品牌們的虎年大作中，也有讓人有點摸不着頭腦的。Coach設計的老虎形象，雖然可愛，不過也不禁讓人懷疑，那難道不是一隻披着老虎皮的小恐龍嗎？以設計來說也較為簡單，只是在包上加了一個虎皮恐龍而已。化妝品牌中，SK-II推出了虎年限定版神仙水，以橙色包裝，寓意「心想事『橙』」，Lancome的新春限定版小黑瓶包裝則以藝術化人臉形象設計，相對而言，在設計上都略為簡單。

虎紋成熱門設計

也有一些品牌的新年系列，則選擇了虎紋來做相關設計，或者不將與虎相關的元素融入設計中。Burberry的主題色本身就很像老虎的皮毛色，這也給品牌在虎年設計上增加了便利，他們推出了虎紋設計的包，衣服單品上則有印滿老虎圖案的款式等，在奔跑的老虎脖子上圍了一條紅圍巾。Fendi也以虎紋元素為主設計，在衣服、鞋、包上都有，而在其包括羽絨夾克、包等產品的冬季膠囊系列中，則以黑白虎紋展現了創意。Valentino的虎年系列衣服主打不同顏色的虎紋，除了棕虎色和白虎色之外，還有藍色、粉紅色，很有花樣，只是看起來不像虎紋，更像是斑馬紋。

Prada的新年系列單品，未用與虎相關的元素，但看起來也很有年輕運動感。此外，他們開啟了為期一年的虎年行動，包括號召藝術院校學生以虎為主題進行創作並投稿，還捐助了中國綠化基金會「與虎豹同行」項目。MK的新年系列單品，也未以虎元素設計，推出了紅色配以複製字母設計的包等，在設計感上則平淡了些。

自新冠肺炎疫情以來，全球奢侈品的消費巨頭在中國市場，品牌們要做的不再僅僅是博眼球、做營銷，而是讓節日結合自身的品牌定位，以達到自己品牌的水準與風格，推出春節系列產品。畢竟大家比拼的，還是對中國消費者們真正需求的理解。

生肖產品拓中國市場

貝恩公司（Bain & Co.）近日發布2021年全球奢侈品行業報告，顯示全球奢侈品市場在2020年出現萎縮之後，在2021年呈現復甦態勢。報告中指出，中國內地市場呈現顯著的增長勢頭，自2019年以來，市場規模幾乎翻了一番，這是由於新冠肺炎疫情期間國人海外消費回流所致；

而到2025年，中國將有可能以25%至27%的佔比，成為全球最大的奢侈品市場。

相較於西方，中國市場擁有獨特的文化與價值觀，以及自己的傳統節日與本土符號，這些都讓奢侈品牌們意識到，中國市場是一個值得單獨制定營銷方案的市場。正因如此，從市場推廣的角度而言，推陳出新、多元且有水準的生肖元素產品，在貼近中國消費者們春節期間購物需求的同時，也不失為一種提升品牌熱度的傳播行為。

把「老虎」戴上手

限定腕錶

◀寶珀的虎年限定錶，特別將老虎形象放在時計背面。

腕錶界在虎年也按捺不住了。江詩丹頓早些年十二生肖系列腕錶中，既有令人賞心悅目的優雅的駿馬、盤踞的靈蛇，也有形象略顯怪異的狗、老鼠，這次推出了虎年腕錶，老虎形象是猛虎，沒錯了。

寶珀的虎年限定錶，在錶盤上融入了中華年曆元素，特別的設計之處，是將老虎形象放在了時計背面。

▶寶珀的虎年限定錶。

►Burberry產品中的老虎元素設計，在奔跑的老虎脖子上圍了一條紅圍巾。

►LV融入老虎形象的掛飾。



►Dior女裝系列的新年主題是品牌的經典印花。



▲Baby Dior也出了紅色新年老虎款。

◀Dior男裝上有可愛老虎形象。



▲Burberry推出以虎紋元素設計的包。

▼MIKIMOTO推出虎年特別胸針。

►Prada的新年系列單品未用與虎相關的元素，但也有年輕運動感。

