



馬年國潮賀新春 高奢爭艷中國風

文化觀瀾

馬年已至，馬象徵着

蓬勃的生命力與騎士精神，寓意着自由不羈、靈動灑脫的氣質。無論是頭部奢侈品牌還是新銳國潮，都紛紛推出馬年限定新品，在農曆春節闔家團圓之際，送上美好祝福。

大公報記者 顏現

來到馬年，不少品牌在策劃上別具匠心。回看各大品牌的歷史，不少都是以製作馬具起家。精品店翹楚愛馬仕就是從巴黎街道一間馬具店起家，第四代傳人創造的經典Logo成為傳承至今的經典。此外，1937年就推出馬銜扣設計的Gucci、以「雙輪單座馬車」為品牌標誌的Celine、以「騎着戰馬的騎士」展現強烈英倫風格的Burberry等，不少品牌的背後故事都與馬有着不解之緣。

聚焦「團聚」表達中國年味

日前，全球性諮詢公司貝恩發布《2025年中國個人奢侈品報告》指出，2025年中國內地個人奢侈品市場收縮了3%至5%，相比2024年的大幅下降有明顯緩和。回顧去年頭部奢侈品品牌的營收表現，大中華區所屬的「亞洲（不含日本）」地區仍是品牌的重要營收來源，佔總營收約30%的比重。擁有LV、DIOR、LOEWE、CELINE等知名品牌的奢侈品集團LVMH集團2025年財報顯示，除日本外的亞洲市場（含中國）貢獻了集團26%的營收，較2024年的28%略有下降。不過，LVMH集團去年在上海開設了巨型船形路易威登旗艦店，並在北京增設

Dior旗艦店，顯示其對大中華市場長期增長的信心。此外，擁有Gucci、Saint Laurent和Bottega Veneta等品牌的奢侈品集團開雲集團在2025年收入達到147億歐元。其中，亞太地區佔比為29%，較上年亦略有下降。

因此，各大品牌愈發看重中國市場。自2010年起，品牌紛紛在中國傳統節日推出相應的賀年產品及宣傳推廣。從早期使用金色、紅色和生肖圖案等視覺符號的符號堆砌，到如今啟用中國本土創意團隊、聚焦「家」「團聚」等情感內核來講述中國年味，為了吸引年輕一代的目光，品牌不僅在創意上越來越捲，還側重於文化敘事上的表達。

農曆新年有助爭奪消費者

而對於今年個人奢侈品消費的市場表現，貝恩預計將實現適度增長。隨着中等收入群體的不斷壯大、消費者信心的提升以及有利政策的出台，預計將有更多奢侈品消費回流至中國內地市場。因此，二月的農曆新年成為各大品



▲六福珠寶聯乘《唐宮夜宴》，推出融合國潮韻味的「墩墩馬」造型黃金工藝品及擺件。
▲周大福全新推出的馬年生肖系列限量套裝靈感源自藝術家韓美林手稿中的彩斑馬。

牌爭奪消費者的第一戰。新年要穿紅，不少品牌選擇將馬融入為新年推出的紅色系列單品之中。Longchamp將自家經典包袋推出胭脂紅與酒紅色，還搭配蝴蝶結作為包袋配飾，令整體散發甜美感覺。Polo Ralph Lauren不僅為品牌經典Logo設計了全新的新春服飾，更將中國傳統刺繡技法「亂針繡」融入今春的新春單品之中。

而近幾年表現亮眼的國潮品牌，在馬年依舊強勢。山東美術館推出的非遺軟陶文創「馬彪彪」走紅，其靈感來自齊白石作品《如此千里》，被網友戲稱為「潦草小馬」。泡泡瑪特亦為旗下的Labubu、星星人、DIMOO等熱門IP穿上小馬外套，這套新春限定的「馬力全開」毛絨掛件一推出就售罄。

當然，新年買金亦是傳統習俗，寓意招財納福。不少珠寶品牌順勢推出帶有馬元素的黃金飾品，既有美好寓意，又兼具投資屬性。周大福全新推出的馬年生肖系列限量套裝靈感源自藝術家韓美林手稿中的彩斑馬，透過鑲彩工藝，讓繽紛色彩在華美黃金上綻放生命力。六福珠寶聯乘《唐宮夜宴》，推出融合國潮韻味的「墩墩馬」造型黃金工藝品及擺件。



Piaget 伯爵 Altiplano 至臻超薄系列馬年限定版腕錶限量發行18枚。錶盤之上，一匹凌空騰躍的立體駿馬以浮雕造型躍然眼前。馬身運用掐絲琺瑯工藝，光影交錯間更顯靈動駿逸。

Burberry

Burberry以全新宣傳片慶賀馬年新春，由品牌代言人陳坤、湯唯、吳磊與品牌大使張婧儀傾情出演。新季推出新禧賀歲膠囊系列，以品牌經典騎士元素為核心，由水彩水墨風格趣味重釋，碰撞金屬光澤刺繡、十字繡和貼花徽章等匠心工藝。



Polo Ralph Lauren

Polo Ralph Lauren的亮點包括「亂針繡」緞面外套、經典馬蹄鐵標誌Polo衫以及Ralph's Coffee紅色牡丹馬年禮盒。今次以紅色與大地色為主調，融入馬元素，並以中國刺繡獨特工藝——亂針繡（Free Stitching）的手法勾勒出Big Pony圖案。



Longchamp馬年限定系列中最矚目的單品便是這款全新的Le Roseau手提袋，手袋換上了胭脂紅、酒紅色的外觀。手袋以光滑的小牛皮重新演繹，正面飾以金色的Longchamp騎士標誌，兩種濃郁的色調互相呼應。此外，手袋上加了一條蝴蝶結綁帶，尾端融入了Le Roseau手袋標誌性的竹節元素。

Roger Vivier

迎接2026赤馬年，Roger Vivier創意總監Gherardo Felloni領銜設計新春甄禮系列，涵蓋Viv' Zag運動鞋、數款鑲飾Pilgrim珠寶鑲扣的手袋以及閃耀配飾。系列主要採用暗紅與金色搭配，以雕塑感線條、珍珠裝飾與精巧馬術元素呈現馬年納福迎祥的美好寓意。



MaxMara

Max Mara獻馬年限定系列，特別以駿馬融入新春系列，其中，101801標誌大衣以雅緻紅色呈現，而Teddy Bear泰迪熊大衣則推出精巧短版設計。



Delvaux

Delvaux將經典Bucket手袋作為馬年限定款式，採用罕見的馬鬃編織工藝，將馬鬃毛與棉、麻等天然材質細緻交織，呈現柔韌而耐用的質感表面，搭配以小牛皮製成的鈴鐺流蘇吊飾。



Diptyque

為慶祝農曆新年，Diptyque首度推出以季節更迭與新生為靈感的全新春節限量香氛蠟燭——蠟梅，將蠟梅初綻、喜鵲登枝的完整景象都收進了氣味裏。香氛蠟燭的瓶身由藝術家林子楠特別創作的一幅融合傳統與現代的風景畫，蠟梅與喜鵲相映成趣。

