

線上線下看香港時裝設計 創意系列魅力列陣

過去幾個月，時裝界面臨大考驗，香港時裝設計師的時裝發佈一再推遲，在近日疫情稍為緩和下，香港時裝設計師 Mountain Yam 任銘暉主理的 112mountainyam 時裝品牌，終舉行了一場 2020 秋冬系列發佈會，展出其一系列靈感源自電影《Mary Queen of Scots》的最新設計，亦是本年度疫情下首個時裝展。另一邊廂，一直致力為香港時裝界提供曝光機會，Fashion Farm Foundation 亦剛於早前以期間限定店陣陣合共 20 個本地品牌以展示本地時裝力量，推動於星期五穿上本地設計師作品的潮流。

文、攝(部分)：雨文



系列融入抽象的花紋設計

外柔內剛華麗宮廷細節

由於 Mountain Yam 任銘暉熱愛電影，《Mary Queen of Scots》以瑪麗女王為題，表彰她的堅毅、執著和敢於爭取的強烈態度，對命運誓不低頭，於是他們從這電影獲得啟發，決定以「BOW TO NO ONE」為設計主題，鼓勵人勇敢生活。

這 Bow to No One 系列帶大家遠走蘇格蘭高原，像鳥兒翱翔天際，聽着大自然的呼喚，鼓動隱藏於內心的遠大抱負。此系列剪裁着重男女裝 tailoring 混合宮廷禮服元素，誇張的肩線和立體袖袖配合收腰效果，呈現外柔內剛，充滿氣概和自信的劃時代女性面貌。

Mountain 大量運用從蘇格蘭格子演變出來的格子印花，蘊藏結聚、版圖擴展的宏大抱負，抽象的花紋圖案環環相扣、串聯開連，表達手牽手步向光明的意思。其大量的絲綢、羊絨、西裝布料、牛仔布料、風衣物料和運動布料等拼湊，重新定義 street fashion。此系列更特別加入手工精緻的配飾，譬如印度金屬絲手工刺繡和雕刻金屬鈕扣，點出華麗的宮廷細節。至於在顏色方面，他亦大量運用黑色，滲透強烈的鮮紅、寶藍、亮橙、雪白、青綠，表達出硬朗而溫柔的跳脫節奏。

同時，為讓更多人欣賞自己的設計，他也特地拍攝了一段網上的時裝騷，於 112 mountainyam Facebook 放映。



Bow to no one 系列



系列部分滲透強烈的鮮紅顏色



從蘇格蘭格子演變出來的格子印花



112mountainyam 2020 秋冬時裝系列，由任銘暉(左五)主理設計。



#112bowtonoone 系列

在男裝中亦融入格子設計。



Ka Wa Key 最新系列「The Twink Prince」

玩味特賣場形式兼網店

今年度 FFRIDAY 2020——「發發發星期五」首度結合線上線下活動，除了實體期間限定店外，FFRIDAY 網上商店亦同步登場，採用 O2O 模式，方便各位足不出戶仍能一覽本地時裝作品。而 FFRIDAY 官方網站亦有一系列線上活動，如時裝演示 FFRIDAY Presentation 等，讓大眾以不同的方法、隨時隨地親身接觸香港多元化的時裝設計。

今年 FFRIDAY Pop-up 期間限定店以七八十年代流行的本地特賣場為主題，場外擺放色彩鮮艷大型廣告燈箱，並張貼大量懷舊的偽折扣海報，巧妙運用「食字」的諺語和港式幽默等放大營銷效果，藉此塑造一個具濃厚本土風格的銷售環境以引起大家的好奇心。限定店更化身成時裝展示室，讓設計師展示其最新系列以及品牌的美學，同時為大眾「介紹返」香港時裝設計品牌。

例如，Feaston 成立於 2019，是香港的街頭服裝品牌，基於「Bootleg 條街」的概念，品牌的设计從持續的人物觀察和標誌之間的對撞而得出，把所有商品比喻為使消費者上癮的鴉片，藉此諷刺大眾受普及文化影響而盲目追隨潮流。SFZ & SON 則是由 Start From Zero 引伸出來的工裝品牌，品牌目標是為 Happy Workers 提供最好、最酷的工作服。

而 KA WA KEY 帶來品牌最新系列「The Twink Prince」，在一個隔絕的世界中探討親情、友情、愛情等不同類型的愛。而 Ponder.er 則透過系列「Unsettled Shell」去鼓勵大眾擺脫既有軀殼，藉現時環境的限制去反思自我及探索身份認同。而 2018 年才成立的 YMDH 通過融入街頭風格和歷史文化體現個性，展示了培育街頭時尚新形式的旅程，品牌精髓在於探索街頭服的無限可能，踏上時尚探險旅程。



Ponder.er



SFZ & SON



YMDH 特色產品 Chain Knot Man

YMDH

美麗密碼

文、圖：雨文

首間期間限定店 感受小眾香水魅力

鍾情於香水獨有魅力的香水精品店 Scented Niche 聞·伯樂，早前特設為期 6 個月的期間限定店，由 5 月至 10 月於 K11 Musea 2 樓中庭位置開設，限定店設計沿用北歐風格，當中以金色及暖色為主調，設計簡約、低調而華麗。在限定店內，亦同步推出兩款以愛情和親情為創作靈感的全新產品——Parfums MDCI 的 La Surprise 及 L'Aimee 摯愛，表達對母親們的謝意。

Scented Niche 首設期間限定店



Parfums MDCI 的 La Surprise 及 L'Aimee

這瓶 La Surprise 香水由調香師 Cecile Zarokian 調配，是繼 2019 年為 Parfums MDCI 創作 Bleu Satin 絲緞男孩後的一款全新的花香女性香水，以名油畫 The Pursuit 作為創作靈感，是名畫《愛的進程》系列其中一幅喚起愛情的油畫。而 L'Aimee 摯愛這瓶香水則由調香師 Nathalie Feisthauer 調配，是繼 2019 年為 Parfums MDCI 創作騎士皮革，Cuir Cavalier 和戴着手套的男人，L'Homme Aux Gants 的一款全新的花香女性香水。這瓶新香水源自名油畫 Seriziat 夫人的肖像，以 Portrait of Madame Seriziat 作為創作靈感，由法國當代著名的藝術家之一 Jacques-Louis David 親自繪畫，這幅畫現展示於法國羅浮宮。

今次的限定店，品牌帶來共七個品牌，包羅了 Menditorosa、Parfums MDCI、Papillon Artisan Perfumes、Nicolai、Parfumeur-Créateur、Carthusia I Profumi di Capri、Cire Trudon 及 Carriere Freres 等，希望讓更多人感受小眾香水魅力，為愛好香水者提供更多選擇。加上，期間限定店亦推出一系列優惠回饋顧客，購物滿 HK\$599，即可獲贈精美口罩乙個及兩張 Mix & Match 香薰試紙及現金禮券等。



意大利的 Carthusia Profumi di Capri，價格合理。

着數 Guide

文：雨文

「食+買」開心賞



荃灣廣場

今個月，荃灣廣場推出「食+買」開心賞」優惠，由即日起至 5 月 31 日，大家於場內任何食肆及零售商戶，即以電子貨幣合共累積消費滿 HK\$800，即可換領 HK\$100 荃灣廣場購物現金券，兼同時賺取 The Point by SHKP 積分；HK\$100 購物現金券可於近 70 間參與商戶使用，涵蓋潮流服飾、運動服飾、美容及個人護理、珠寶鐘錶、影音電器品牌以及家居佈置，讓顧客以優惠價購生活所需。

同時，場內不少餐廳食肆亦推出堂食大優惠，如由星級廚師主理的悅私房菜推出 1 周年誌慶 HK\$1 食鮑魚優惠，以及五月精選美食，如牛角尖男坊推「春之桜海老祭」期間限定餐目，包羅櫻花蝦生薑芥末定食 (HK\$79) 及櫻花蝦生薑芥末定食 (HK\$89)，兩款燒肉均以生薑調味，味甜帶鱈魚香，而且生薑可以化痰止咳，與親朋好友見面食飯更開心。

商場感謝祭 2020

新城市廣場年度購物「折」慶「JUST BUY WEEKS 感謝祭 2020」載譽歸來，感謝祭開幕在即之前，各位可率先來個搶購熱身賽，商場於 5 月 21 日至 6 月 29 日期間，首度推出「Jetso eShop」網上購券平台，大家可以 5 折方式搶購場內近百間商戶電子現金券，現金券可與「感謝祭」期間之參與商店優惠同步使用，無需指定消費門檻，盡享折上折優惠。

同時，「感謝祭」亦將與一田購物優惠日同步登場，於 5 月 28 日至 6 月 30 日聯同場內商戶推出震撼超抵價優惠，各位精明眼務必鎖定逾萬件低至 HK\$1、HK\$10 及 HK\$100 貨品，還有低至 2 折發售的人氣皇牌產品、獨家限定組合、餐飲套餐，以及總值港幣 800 萬元「至尊福袋」等住賞，當中五大「搶、減、換、賺及賞」，讓你盡享高達逾 HK\$1,000 萬優惠禮賞！