

深滬時裝周潮流盛宴

模特兒華麗演繹



●時裝品牌上善《翎》在深圳上演

今年，內地不同地方上演了多場時裝周，上個月，分別在上海及深圳都舉行了時裝周，呈現多場時尚盛宴，包羅了內地多個時裝品牌，當中在時裝周舉行的同時，亦另外舉行了國際服裝供應鏈博覽會及原創設計時裝周等，為當地觀眾帶來了多場潮流盛宴，同時從時裝周中，也開啟了內地時尚消費的步伐。

●文：綜合新華社、中新社、香港中通社報道
圖：新華社、中新社、香港中通社



●中國時裝設計師Masha Ma作品亮相上海時裝周



●新澳2022—23AW「繁花似錦」流行趨勢發布會



●上海時裝周發布URLAZH有蘭2022春夏系列時裝



●吉祥齋2022春夏系列



▲模特兒展示羊毛針織新銳設計師作品

深圳時裝周 中國風古典韻味

日前，在深圳時裝周中，2022春夏系列品牌吉祥齋發布會上，模特兒演繹了中國元素的古典韻味，呈現了一場時尚盛宴。在更早之前，第24屆深圳國際服裝供應鏈博覽會及第9屆深圳原創設計時裝周在深圳會展中心舉行，當中開幕秀品牌一琢 YIZHUO《無界》上演，由模特兒展示其服裝作品，另亦有時裝品牌VAN SUNSUN上善《翎》表演。同場，還舉行了一場新澳2022—23AW「繁花似錦」流行趨勢發布會，模特兒展示一系列羊毛針織新銳設計師作品。

●VAN SUNSUN 上善《翎》表演



▲《無界》服裝作品



●URLAZH有蘭2022春夏系列時裝

上海時裝周 春夏系列展現活力

上海時裝周比深圳時裝周早，早前在時裝周中，於上海新天地紅庭秀場發布URLAZH有蘭2022春夏系列時裝，品牌以「Born In 1980s」為主題，帶來了一場有趣又復古的派對。其全新2022春夏系列大秀中，設計師以1980年代的時代精神為靈感來源，希望通過時裝喚醒人們對自我意識的表達，並以現代新潮的設計表達，結合品牌獨有的豐富色彩展現，為觀眾帶來全新的美感。當經典被重鑄為現代經典，並融合明艷且大膽的色彩，以「色彩和趣味」為其設計基因，帶來嶄新的視覺衝擊。其經典的墊肩西服、泡泡袖、蝴蝶結、荷葉邊元素搭配以現代的剪裁技法，勾勒出全新的活力。所以，品牌今季的設計理念，不但是獨有的演繹，更以其獨特的吸引力，凝聚了多個經典品牌攜手共同呈現。



●MASHAMA 2020春夏時裝



在開幕秀上，中國時裝設計師Masha Ma作品亦亮相2022春夏上海時裝周，由模特兒展示她的最新作品。她是首位登上巴黎時裝周官方日程的最年輕中國設計師，今季其品牌MASHAMA奉行多元、內省、獨立的思考方式，旨在打破當代先鋒精英的刻板印象。炭黑、月光白、苔蘚綠、灰蘭、鈴蘭紫與奶咖卡其等，勾畫出2022的春日活力色盤。在以往延續標誌性的花瓣式立體剪裁下擺的同時，今季將挺闊與飄逸、利落與柔美、方直與扭轉重組。極具體感的巨大廓形「青椒袖」西裝搭配直裁方形開腳長褲，「扭曲信紙筒」細節在羊毛西裝外套與胸衣上格外彰顯自我，多層錯亂印花透視的牛仔褲呈現出扭曲流動的視覺效果，平添日趨趣味。

美麗密碼

●採、攝：雨文

香港科研護膚品 活性成分與濃度

香港護膚品牌factiv從一家小小網店持續穩定發展，近日終於成功走進繁華商業中心，假旺角開設其首間期間限定店，主題貫徹「NO FAIRY TALES」的品牌理念，將科學園研發、香港製造的護膚產品帶到城中，店內亦設展覽，介紹一支產品由意念到成形的研發之路，與大家分享香港科研護膚的研究成果。品牌相信護膚從來沒有奇跡，只有科學和事實論證才能讓人信服，為此品牌一向直接以代表活性成分及濃度為產品命名，當中產品如HYA3全方位補濕配方、PANI1保濕舒緩乳液配方等，新包裝亦抽取其中三個英文字母，配上成分濃度作產品名稱，並直接以括號解釋名稱，同時新包裝上更新增了配方科研實證QR Code (Scientific Proof)，讓消費者可輕易查閱成分詳細功效及運作原理。



●factiv首間實體店



●套裝只限店內出售

潔膚棉片新包裝 美妝蛋親膚貼服

最近，雪后首次與動畫品牌合作，並獲得迪士尼授權，讓動畫《魔雪奇緣》Elsa躍上雪后產品，推出特別包裝的雪后卸妝及潔膚棉片，夢幻包裝飄出雪地氛圍。同時，今年更積極推出全新產品——雪后美妝蛋，專為亞洲人設計，仿蜂巢設計，氣孔分布平均，使用時感覺親膚貼服。美妝蛋分別是水滴形及橄欖形，針對日常化妝及護膚需要。水滴形主要針對化妝用途，可以快速上妝，尖頭部分用於塗抹小面積的部位，如鼻翼、眼角、嘴角，幫助妝後提升立體精緻感，適合新手選用。橄欖形則針對日常護膚，斜形設計，扁平一側用於平滑抹開面霜，如額頭、臉頰和下巴大面積的部位；另一邊的迷你彎月形，適合眼底等部位，適用於塗抹眼霜。



●美妝蛋備兩款選擇



●潔膚棉片新包裝

着數 Guide



●「食·買激賞祭」盡情買密賞

信德中心「食·買激賞祭」

今個秋日，信德集團旗下信德中心由即日起至11月21日推出「食·買激賞祭」，送出總值高達45萬元的優惠，讓大家享受一站式「食」「買」雙重消費禮遇。活動期間，顧客於場內任何商戶以電子貨幣即日消費滿指定金額，即可換領高達HK\$400指定商戶禮券，盡賺高達50%消費回贈。同時，商場與多間餐飲商戶攜手推出獨家美食優惠，顧客只需逢星期一至五午膳時段於場內食肆電子貨幣消費每滿HK\$50並集齊指定印花數量，即可以低至HK\$1換領超筍美食優惠，近1500份美食等你換。「食」+「買」雙重優惠打仔賞，大家消費越多獎賞越多。

加上，商場還聯同超過20間商戶，送出總值港幣45萬元的商戶禮券，如Marks & Spencers、Starbucks、原味家作等，由美容護膚到時尚服裝、保健產品到精品咖啡、外賣飯團到堂食燒肉，應有盡有，全方位滿足顧客不同的需要。如想血拚同時賺盡回贈，於場內即以電子貨幣消費滿指定金額，即可換領高達HK\$400指定商戶禮券，周末更可享50%半數回贈。另外，商場亦聯同逾10間餐飲商戶攜手推出獨家美食優惠，顧客在場內食肆於午餐時段以電子貨幣即日單一消費每滿HK\$50，即可獲印花一個，逢星期三更可獲雙倍印花獎賞，集齊指定印花數量，即可免費換領餐飲優惠或一套6張HK\$1餐飲換購券等。



●文：雨文

信德中心 秋日送禮

香港文匯報 WEN WEI PO
現在，信德中心特別為香港文匯報讀者送出商戶禮券或禮品（商戶包括Starbucks、華御結、原味家作、COCO ESPRESSO、KFC、wanko及鴻福堂），禮券及禮品隨機發放，如有興趣的讀者，請剪下此印花貼於信封背面，連同HK\$2郵資的回郵信封，郵寄至香港仔田灣海旁道7號信德中心3樓副刊時尚版收，封面請註明「信德中心秋日送禮」，名額共50位。截止日期：11月10日，先到先得，送完即止。