



◆時裝品牌 Laurei 與一汽奧迪聯名的科技時裝首秀。

京深時裝周展示時尚潮流趨勢 創新設計呈現多元文化

今年，內地不同地方上演了多個時裝展覽，早前在北京及深圳都舉行了時裝周。時裝周展示了世界時尚潮流趨勢，包羅了內地多個時裝品牌，當中更有品牌跨界合作，時裝與汽車品牌攜手呈現一場科技時裝首秀，同時各大品牌和設計師亦以多元文化和創新設計展現，更注重文化價值與美學內涵的挖掘與引領，彰顯內地時尚影響力。

◆文：綜合新華社、中新社、中通訊報道
圖：新華社、中新社、中通訊



◆2022北京時裝周閉幕盛典暨銅牛「萃·至真」發布會。

深圳時裝周 科技時尚融合

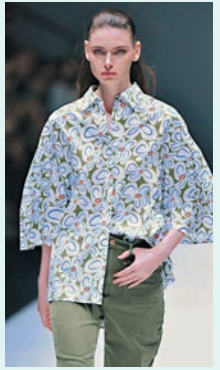
日前，「S/S 2023 深圳時裝周」在深圳歡樂海岸椰林沙灘主秀場啟幕，今屆時裝周以「漸見」為主題、不同時刻的「深圳藍」為主色調，引領城市自然和諧共生的理想環境，並植入「科技+時尚」元素，有近70場品牌大秀在這兒發布。啟幕當晚，歌力思旗下德國時裝品牌 Laurei 與一汽奧迪聯名的科技時裝首秀，展現匠藝傳承與現代設計共生的魅力，其2023春夏系列，便是以時尚與科技的共生為靈感，聚焦德式工匠的傳承，以全新視角詮釋德系美學。

這個時裝首秀，是誕生於德國巴伐利亞州的 Laurei 與奧迪跨界攜手，將 Laurei 2023 春夏系列帶到中國。在匠藝傳承與現代設計的碰撞中，描摹時尚與科技的共生，借自包豪斯的時裝剪裁，Laurei 與奧迪以全新的視角詮釋「德系美學」，為觀眾帶來一場極致的科技時裝聯名大秀。

另外，今屆時裝周精彩紛呈，亦開創了全球首個「碳中和時裝周」的先河，更是全新升級數字體驗空間，推出「時尚元宇宙星球」，打造全新數字體驗空間，當中南山、福田、龍華三大會場共有300多個時尚品牌及設計師如歌力思、贏家、馬天奴、吉祥齋、Laurei 等一大批內地與海外知名品牌，全面展示世界時尚潮流趨勢。



◆Laurei 2023 春夏系列



◆銅牛品牌服裝



◆「永定、和系列服裝發布會」上展示京工集團推出的時裝。

北京時裝周 搭建交流平台

至於北京時裝周，着眼於打造國際時尚發布標準，為中國品牌走向國際搭建交流合作平台，迎來更多知名品牌與新銳設計力量的加入，更加注重文化價值與美學內涵的挖掘與引領，彰顯首都北京的時尚影響力。早前，2022北京時裝周閉幕盛典暨銅牛「萃·至真」發布會在北京張家灣設計小鎮北京未來設計園區舉行，以「萃」為主題，七十年的歲月印跡，折射出的是衣予人的體惜，人對事的洞察，點滴間凝聚了生命中的青澀與成熟。伴隨着色彩的沉穩與躍動，身體應和着時代的韻律搖擺，無需複雜冗長的表白，在服裝與人體的熱情相擁中，燦然顯露出自然和生命的彼此守候。

銅牛品牌源自頤和園昆明湖畔的「鎮水銅牛」，取其吉祥寓意，以「誠、實、韌、拓、雄」為企業核心價值觀，始終遵循「服務大眾高品質生活」的理念，堅持科技創新，以原創的面料、貼心的設計和精湛的工藝，匠心製作舒適自然的高品質服裝，經過七十年的專業積累，為消費者奉獻的不僅僅是高品質穿着體驗，更是崇尚「自然、健康、快樂」的生活方式。

同樣地在北京時裝周亦上演了「永定、和系列服裝發布會」，模特兒在發布會上展示京工集團推出的時裝，融入西山永定河文化帶的文化元素但保持時尚現代化風格。其「宮溢」品牌產品，傳承中華民族藝術精髓，將京繡元素運用於服裝、服飾之中，繡工精巧，圖案華美，寓意深遠，展現京韻文化。



◆◆同場加映◆◆



曼谷時裝周 學生呈現創意

2022年曼谷國際時裝周早前在泰國曼谷暹羅百麗宮開幕，來自世界各地的設計師和泰國本地的15個頂級設計品牌參加了時裝周活動。其間，多個著名品牌時裝秀輪番登場，並將舉行了多場時裝類論壇和時裝設計大賽等活動。今屆時裝周還推出名為「願景舞台」的活動，為全泰10多所大專院校的時裝設計專業學生提供展示機會，呈現其新興創意。



◆模特兒在曼谷時裝周上展示服飾

美麗密碼

◆採、攝：雨文

一站式美妝健康生活



◆入口設限定店中店



◆藝術數碼花園



◆潮流專區 TOKYO Street



◆數碼體驗專區



◆美容護理專區

日前，日本人氣連鎖藥妝專門店「Matsumoto Kiyoshi 松本清」第四家新店「松本清香港—銅鑼灣旗艦店」正式開幕，以 TOKYO CHAOS 概念為店鋪外觀注入斑斕色彩，運用多元化視覺設計，結合店鋪外牆大螢幕動畫和象徵新松本清的標誌性 Logo「マ」，呈現東京時尚潮流風格，為香港顧客帶來日本優質生活體驗，讓大家更能充分了解當地文化和氛圍。

旗艦店將日本引人入勝的文化互相交織，打造特色購物空間，新店兩層共分為十大專區。首先，G/F 設有沉浸式藝術數碼花園「NAKED FLOWERS FOR YOU BLOOMING GARDEN」，讓顧客在購物的同時體驗數碼藝術帶來的視覺享受，而潮流專區 TOKYO Street 則分為表東京區及裏東京區，主打 THE RETINOTIME、AR-GELAN 及 SKIO 等人氣及獨家

發售的日本最新美容產品，以及日本潮流動畫產品等。

而 1/F 則設有由 AI 分析並提供妝容建議的數碼體驗專區「KATE—TOKYO TWO FACES」，透過東京先進技術，分析用家的面部特徵和衣着配搭，推薦兩款東京時尚妝容，並且可以即場購買心儀的推薦商品，另設有美妝專區、營養補充品專區及設置電子皮膚診斷服務的美容護理專區，不論男女都能享受美容和健康生活。

而且，為慶祝新店開幕，品牌還聯同流動通訊服務供應商 1010 及 csL 舉辦獎品總值超過港幣 37 萬元的大抽獎活動，顧客只需於即日起至 11 月 20 日期間下載 csL 5G Lens 應用程式即可參加大抽獎活動，每人每天皆可抽獎一次，有機會贏取最新指定旗艦機王及現金券等，同時於店前打開 5G Lens App 舉起手機亦即可捕捉港幣 \$5 購物現金券。

消閒 Guide

◆文、攝（部分）：雨文

主題雪糕車遊走九龍



◆主題雪糕車

早前，東南亞跨渠道銷售女裝品牌 Love, Bonito 九龍區首間期間限定店正式登陸旺角朗豪坊，為慶祝開幕，品牌主題雪糕車由即日起至 11 月 9 日期間遊走九龍不同地區，如天星碼頭、尖沙咀海防道、柏麗廣場、加連威老道、旺角弼街、水渠道、花園街、山東街、廟街、深水埗福華街、長沙灣至深水埗之青山道一帶，並於 11 月 5 日下午 3 時至 5 時，停泊在朗豪坊門外，現有會員或即時登記成為 LBCo+ 新會員，即可免費獲贈限定軟雪糕一杯及朗豪坊限定店 9 折優惠券，詳情可參考 <https://bit.ly/3yfWqZD>。



◆期間限定店

打喪屍名作推追加內容

Capcom 人氣生存恐怖系列《生化危機》第8集，最近推出下載追加內容「溫特斯擴充包」，不單容許玩家改用恐怖程度稍調低、但遊戲性更高的第三人視點模式，還備有使用主角伊森的漂亮女兒蘿絲的特別篇章「蘿絲之影」，當中她雖沒有父親或系列長年主角克里斯的力量，卻能藉異能抵抗敵人狙擊，玩起來更具有潛入及回避要素。另廠商在網上發布活動落實《生化4》重製版將於明年3月24日應市，其中最弱武器求生刀將增設改造功能，以力拚電鋸人施襲。

Square Enix 年尾跨平台大作《最終幻想7：核心危機》重製版，日前在代理商的閉門活動展示體驗版供傳媒试玩，無論畫質、流暢度以至操作手感都較當年 PSP 版有着明顯強化，想了解《最終幻想7》前傳故事的朋友絕不能錯過。Xbox 方面，2D 橫向動作遊戲《廖添丁——稀代兇賊之最期》和科幻平面冒險遊戲《Ghost Song》剛發售即登陸 Game Pass，兩者均支援繁中顯示。EA 剛宣布與美漫巨人漫威進行「複數作品」合作，跨平台推出採用原創故事的全新動作冒險遊戲。

◆文：FUKUDA



◆《生化危機8》DLC可用蘿絲對抗惡靈。



◆《核心危機》重製版全方位升級。