

當大家感覺很多著名品牌好像悄悄地縮減分店甚至結業時，不少海外時裝品牌卻在這個時候進軍香港市場，有的更選擇香港設立首個海外專門店，並帶來其品牌特色的店舖設計，以及標誌性的人氣服飾及聯名系列，讓大家可以更容易接觸到品牌的創作特色，當中有許多品牌更特別糅合新世代潮流觸覺，在專門店中展示人氣服飾。

◆採、攝(部分)：雨文

海外潮牌進軍香港市場

帶來新世代人氣服飾



◆ Maison Margiela x Gentle Monster 2024 全新聯名眼鏡系列



◆ MM101 款式



◆ 品牌特色標誌設計如 ANGEL 天使圖案。



◆ MARK GONZALES 秋冬系列

同期加映

小眾品牌加入時裝秀

在早前的巴黎時裝周上，不少小眾新品牌加入了時裝周日程，如首次亮相的針織品牌 CFCL、Zomer、Danial Aitouganov 和 Imruh Asha，其中大部分品牌在上一季還是以時裝周場外秀的方式展出。今次，模特兒在時裝周上便展示了 Zomer 品牌 2024/2025 秋冬新品成衣，從中看到系列色彩繽紛。

◆文、圖：新華社

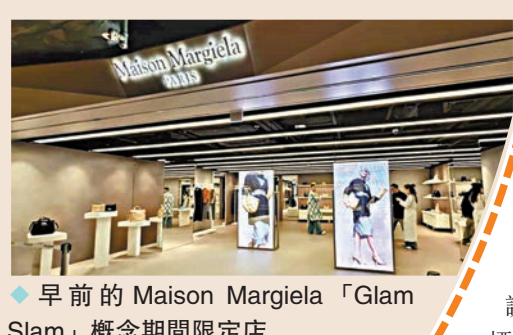
高訂時裝聯名眼鏡

去年，法國高訂時裝屋 Maison Margiela「Glam Slam」概念期間限定店全球首站亦遷址香港，其嶄新概念呈現品牌對顛覆傳統美學的不懈探索，與創意總監 John Galliano 在品牌中貫徹的精神如出一轍，秉持品牌設計語言中「Unconscious Glamour」和「Dressing in Haste」的前衛概念，激發永不妥協的創意。今個月，Maison Margiela x Gentle Monster 全新聯名眼鏡系列亦開啟嶄新篇章，以無性別風格為基調探尋時尚風貌，系列第二輯亦於月初正式發售。

聯名款太陽眼鏡及光學眼鏡由品牌創意總監 John Galliano 構思，體現了 2024 春夏男女混合系列所傳達的時間和傳承主題，並於設計中展現硬朗的工業風格。系列包含 17 款眼鏡單品，每款都以精緻且富有活力的廓形呈現，喚起了我們共同記憶中熟悉的畫面，詮釋復古未來主義和英雄主義的美學語言。

其中，作寬大設計的 MM101 輕鬆包裹眼部和鼻樑，展現出未來主義的設計語言，引發了時代與風格之間的化學反應。眼鏡設計應用了機械人工程技術，結合了橡膠框或無框結構，提供多種配色選擇，包括銀色、黑色、紅色、白色和藍色。螺絲鏡腳處點綴了品牌標誌性的四針白色縫線。整體輪廓呼應了品牌的英雄主義剪裁理念，這種實踐手法常見於品牌的成衣和配飾中如騎士般盔甲式的廓形。而 MM101 款式採用銀色襯墊眼鏡盒，其設計改編自品牌經典的 Glam Slam 手袋，並備有額外的鼻托配件。

◆ 經典 Glam Slam 手袋



◆ 早前的 Maison Margiela「Glam Slam」概念期間限定店

◆ 香港首間 MARK GONZALES 專門店



街頭品牌秋冬系列

早前，有「潮流教父」之稱的 Mark Gonzales 自創的同名美國傳奇街頭品牌「MARK GONZALES」正式進軍香港市場，成為街知巷聞的新世代人氣服飾。Mark Gonzales 自上世紀九十年代開始把無窮創意延伸至街頭時尚領域，歷年來與知名街頭品牌的無間合作，奠定他於 Street Fashion 界別的殿堂地位。品牌展現了 Mark Gonzales 個人獨到的設計視野跟日常服的實用性巧妙融合，以「Essentials」的優閒風格呈現街頭時尚玩味的另一面。

繼韓國的 Pop-Up 期間限定店之後，MARK GONZALES 選址 K11 MUSEA 開設首家專門店，以滑板場、美國街頭點綴創意時尚空間。Mark Gonzales 創作出 ANGEL 天使圖案，成為個人塗鴉作品的其中一個簽名式標記。香港首家 MARK GONZALES 專門店繼承了 Gonzales 的內裝美學，甫踏入店面就分別以立體雕塑 ANGEL 先聲奪人，同時呼應品牌的滑板理念，店面又布置以滑板場斜台為概念的展示櫃、跳台座椅以及欄杆掛衣架；襯托壁面的塗鴉藝術，玩味呈現街頭文化的設計內涵。

品牌以自由、隨心的風格開創出多個街頭滑板招式，打破常规的思維亦一直體現於個人藝術以及時裝創作之上。品牌首個於香港專門店上架的秋冬系列，特意將傳統板仔服裝以一種日常的方式重新呈現。當中，Essential Line 囊括了衛衣、格紋圖案恤衫等款式，配襯牛仔褲、工裝長褲、運動棉褲，細膩演繹九十年代的街頭時尚，同時品牌又以時下的流行角度，為服飾搭配韓國時尚、高人氣的粉紫色調，並簡約綴以 Gonzales 招牌的 ANGEL 標記，精準迎合年輕世代的潮流觸覺。



◆ Zomer 秋冬新品

着數 Guide

wwwtc mall 多重優惠活動

為迎接精彩春日，坐擁維港美景的銅鑼灣 wwwtc mall 推出多重優惠及活動，包括高回贈禮遇、「Bloom & Shop」購物禮遇、維港盛事美食賞、Afternoon Tea TEAROOM 下午茶復活節額外賞等，讓客人盡享購物樂趣，歡度和悠閒時光。

首先，春日換上新裝添新品迎接新季節，由即日起至4月30日，商場推出一連串消費獎賞，包括賺取高達15%消費回贈及\$3,000商場電子優惠券、大派逾2,000張「Bloom & Shop」購物及餐飲\$40優惠券等。當中的「Bloom & Shop」優惠券適用超過20個商戶，讓客人消費更盡興。另外，復活節期間還推出「復活節額外賞」，換領購物禮遇同時額外享Afternoon Tea TEAROOM 草莓鬆餅下午茶套餐，購物同時享受下午茶時光。

為支持多個維港沿岸盛事，由3月25日至5月31日期間，顧客只需要出示本地大型藝術展覽門票、或親身拍攝的 Art@Harbour 2024 推介之中環海港活動及維港煙火相片，即可換領商場 HK\$50 電子餐飲券1張，憑券通行場內逾15個中西特色美食，以滋味豐富你的維港藝術之旅。

◆文：雨文

wwwtc mall 春日送禮 香港文匯報 WEN WEI PO

現在，wwwtc mall 特別為香港文匯報讀者送出立陶宛 VORUTA 天然花果酒乙支（口味隨機），有興趣的讀者請填妥以下資料，並剪下此印花貼於信封背面，郵寄至香港仔田灣海旁道7號興偉中心3樓副刊時尚版收，封面請註明 wwwtc mall 春日送禮，名額共15位。截止日期：3月27日，先到先得，送完即止。



姓名：_____ 電郵：_____

◆ 香港設計師協會早前在 Sky100 舉行香港設計峰會。



◆ 最佳設計品牌大獎 2024 頒獎典禮。



設計融匯連結創意與行業

上星期，香港設計師協會（HKDA）首次舉辦香港設計峰會，這是一個具有開創性的活動。作為首個也是最大的旗艦設計商業活動，香港設計峰會 2024 旨在為設計專業人士、企業和品牌提供平台，以展示他們在設計方面的卓越成就，並促進相互連接和合作。除了香港設計峰會，HKDA 於當日亦帶來了享有盛譽的第二屆最佳設計品牌大獎（BDA），該獎項從設計師的獨特角度表彰卓越品牌，這個活動成為了設計專業人士交流、啟發創新和推動創意事業邁向新高度發展的催化劑，同時讚揚設計的轉化力量。

今次設計峰會邀請了來自各個設計領域的專業人士，包括平面、空間、產品、教育、數位媒體和時尚設計界別。同時，峰會也邀請了把設計融入其業務策略的企業和品牌。活動當日有超過1,000人出席，包括企業管理層領導者、品牌代表和政府部門官員。參加者於活動通過 HKDA 的最新倡議 DesignMatch，獲得預先安排與

潛在商業合作夥伴和客戶的 30 次會面。

峰會另一個亮點就是 2024 最佳設計品牌大獎（BDA）的盛大頒獎典禮，在現場還展示了得獎者的介紹及部分作品，以供參觀者了解。這個最佳設計品牌大獎是協會在去年啟動的新企劃，是香港唯一一個獲得專業設計師認可的品牌獎項，致力於表彰和推廣優秀和富有創意的品牌設計，並得到大型企業和組織的廣泛認可。最佳設計品牌大獎邀請了專業設計師或組織提名參賽作品，然後由專業評審團基於品牌故事、發展和成就三個方面以及用戶體驗、品牌形象、創新與技術、可持續性和市場價值五個評估標準進行評審。

當天，香港設計師協會在開幕典禮上，亦與兩家知名的中國內地企業及一家香港培訓學院簽署了合作備忘錄（MOU），這些合作旨在支持 HKDA 會員在大灣區推廣其服務和產品，同時促進中國品牌和企业在全球擴展。

◆採、攝：雨文



◆ 當日現場設有 DesignMatch，讓業界交流。

◆ 最令筆者感興趣的是這些由香港品牌設計的全新發熱針織產品。