

◆總部內長廊變身時裝作品展區。

網上圖片

從深圳製造

到深圳創造

◆為了拼出預想的馬賽克和特殊圖形效果，施工人員將砸碎的瓷片按照編碼進行重新組合拼接，先完成小樣，經設計師確認才落實應用。香港文匯報深圳傳真

◆坐落於深圳龍華大浪時尚小鎮的瑪絲菲爾總部大廈，在鱗次櫛比的廠房與寫字樓的環境中格外引人注目。香港文匯報深圳傳真

深圳速度創造者

匠心詮釋新內涵

◆瑪絲菲爾去年在總部舉行30周年時裝秀，大玩數字藝術與建築藝術空間結合。網上圖片

環保理念無國界

天馬行空變現實

瑪絲菲爾塑造品牌的決心和江蘇華建的智慧，讓來自新西蘭的Fred和Damien van Brandenburg父子得以將天馬行空的想像「照進現實」。

模擬葉片的屋頂、形似貝殼的裙樓、波浪般的磚塊排列形式……整座建築在自然中汲取大量靈感。在Damien看來，遵循自然環保的設計理念不僅為建築帶來更多的生命力，甚至創造了一種奇特的文化交流形式。

廢棄陶瓷建新樓 歷史文化連起來

瑪絲菲爾總部大廈高達90%外立面都是由回收材料製成，從遠處看去，大廈的外觀彷彿被覆蓋上了一層精緻的「馬賽克」。整面牆壁上，陶瓷碎片一層疊着一層，宛如一片片閃爍着光芒的「羽毛」。走近觀察，就發現這些「馬賽克」實際上是由天然石材、回收磚塊、廢棄陶瓷和瓷磚等可回收物料經過處理後，手工拼貼而形成的紋理和圖案。

「從景德鎮這個擁有1,700年陶瓷工藝歷史的城市收集了廢棄的陶瓷，並從拆遷現場回收了舊磚瓦。這些材料被巧妙地融入到建築的內外結構中，用舊材料創造出新的結構，並與中國的歷史和傳統文化建立了聯繫。」Damien對香港文匯報記者這樣描述自己的作品。

父子檔熱情投入 不僅是一份工作

這個項目是公司接到的最大項目，也令年輕的Damien實現了個人職業生涯的重要成長。「我有幸與父親一起工作，同時我的妻子也參與了進來，作為一位才華橫溢的產品設計師，設計了項目的外立面。我們投入了大量的創意和努力，這不僅僅是一份工作，更是我們的熱情所在。」

對於長達10多年的設計建造過程，Damien充滿感慨，「非常感謝品牌方給予了我們堅定的鼓勵和信任，沒有他們對藝術的開放心態和執着追求，這個項目是不可能實現的。」

特稿

深圳是中國女裝的發源地和搖籃，業內也一直有着「中國女裝看深圳」的說法。據統計，深圳有2,500多家服裝企業，近10家上市企業，30萬從業人員，2萬名服裝設計師。瑪絲菲爾所在的大浪時尚小鎮，已有700餘家時尚企業入駐。

深圳時尚的「種子」早在30多年前種下，瑪絲菲爾也是第一批在深圳落地生根的女裝品牌。

1993年，朱崇輝用一把剪刀、一把尺、一台縫紉機及一塊布料，在位於羅湖的南洋批發城嘗試最初的批發代理業務，正式邁入女裝行業。

早期深圳的服裝品牌都是來料加工起家，依靠國外的訂單生存。隨着競爭日益激烈，只有做品牌開發市場才有出路，瑪絲菲爾選擇了時尚高端路線，主打國內市場，希望成為一個真正屬於中國女性的本土服裝品牌；一個可持續、長期主義的、符合屬於自己社會特徵的品牌。

培養本土設計師 以創意「點布成金」

瑪絲菲爾培養本土設計師，花費大量時間研究亞洲女性的體型特徵和審美要求，根據合適的比例和線條設計衣服。如今，瑪絲菲爾的設計在業內有口皆碑，他們深信，精良的設計、融合國際服飾時尚的獨特創意，能夠「點布成金」。



江蘇華建能夠將「天馬行空」的圖紙變為大地上的建築，依託於扎根深圳40多年打下的堅實基礎。

深圳特區成立之初，開荒建設熱火朝天，「深圳速度」響徹神州。而根據深圳市檔案館的存檔內容，「深圳速度」，正是由江蘇華建承建毗鄰國貿大廈的湖心花園創造的。連續三層均保持了6天一層的建築速度，超過了香港7天一層的速度，1984年在深圳視察的鄧小平來到國際商業大廈22層的頂樓天台，眺望初具規模的羅湖新城區。陪同視察的深圳市委書記梁湖、副書記周鼎指着建設中的國貿大廈旁邊的湖心花園大廈向小平同志匯報。小平同志高興地說：「這就叫『深圳速度』！」

技術創新挑戰大 追加預算延工期

然而，正是這家締造「深圳速度」的建築企業，如今卻用另一種方式詮釋了「深圳速度」的新內涵。

一個初期投資10億元、建築面積11萬平方米的項目，江蘇華建正常情況下一年就可以幹完。瑪絲菲爾總部大廈從2009年開工建設，持續長達10多年，預算一再追加，工期一再延長，既要不斷挑戰技術創新，還有慢工出細活的「工匠」操作。

►建築物結構柱也非直線型，讓人感受到一種天然「流動」感。香港文匯報記者李望賢 攝

也是創意十足。

辦公空間的室內設計，旋轉樓梯

瑪絲菲爾、華絲、馬天奴等一批知名品牌的橫空出世，極大地鼓舞了深圳服裝行業，帶動了一大批新生品牌的創立，自主品牌產品價值由上世紀九十年年代初的不足5%上升到目前的90%以上。

以中文命名品牌 時尚話語權提升

近年來，中國設計的領先進一步帶動了中國品牌實力的提升，中國傳統文化元素在現代服裝設計應用也日益受到市場認可。朱崇輝早於2013年成立了以自己名字命名的獨立設計師品牌ZHUCHONGYUN，凝聚她對於東方美學和國際化審美的思考。這成為率先進入國際陣營的中國設計師品牌。2014年瑪絲菲爾收購意大利知名奢侈品牌KRIZIA，更成為中國女裝品牌走向國際的重要嘗試。

據媒體報道，過往內地高端女裝曾長期被國際品牌佔領，而瑪絲菲爾在2015年攻下了市佔率第一的寶座。截至目前，瑪絲菲爾時尚集團旗下擁有9個時尚品牌和MDC設計集合平台，試衣到家新零售平台。在國內外106個城市開設了700餘家直營門店，海內外員工5,000餘人。

在業界看來，過去時尚界的話語權一直在歐美，早期中國企業大多以英文作為品牌，而現在越來越多人對富有民族文化氣息的品牌有認同感。今年深圳多個女裝品牌紛紛亮相2024秋冬來蘭时装周和巴黎时装周，為國際秀場注入了新鮮的東方風情、深圳魅力。

◆建築物外形魔幻感十足。

香港文匯報記者李望賢 攝



手工拼貼要求高 造就巧匠譽同行

在瑪絲菲爾總部大廈，外牆上看似不經意的瓷片拼貼，都要經歷「不厭其煩」的手工操作。為了拼出預想的馬賽克和特殊圖形效果，施工人員將砸碎的瓷片按照編碼進行重新組合拼接，先完成小樣，經設計師確認再應用。有的還需拼出由深到淺的漸變效果，不符合要求就一遍遍打掉重來，直到滿意為止。每一種材質的拼貼排列都是由人工進行定位，經過設計師確認效果，極其費人工。

項目木工班班長張長雨完成工程上百種模板的排裝與製作，成了深圳同行裏的傳奇人物。大量複雜工藝的應用成就了一批像張長雨這樣的「能工巧匠」。如今，坊間流傳一種說法：「工人們在瑪絲菲爾哪兒幹過一天半天，再出去找活幹都有了不一般的資本。」

►瑪絲菲爾是第一批在深圳落地、生根的女裝品牌。

香港文匯報記者李望賢 攝

辦公空間的室內設計，旋轉樓梯

一棟魔幻總部背後的深圳故事

◆瑪絲菲爾總部大廈的造型猶如雄鷹展翅。

香港文匯報深圳傳真

15年25億「拼貼」大型仿生藝術建築群

內地女裝品牌創意園成灣區新地標

掃碼睇片

位於深圳龍華區的大浪時尚小鎮，在鱗次櫛比的廠房與寫字樓的環境中，一個猶如雄鷹展翅的建築群格外引人注目：陶片拼貼而成的大片藤蔓肆意生長，紅磚、青瓦有規律地組成流動的線條，讓人恍如進入童話世界；隨處可見的巨型拋物線與螺旋線條，帶有濃郁的西班牙建築師的風格；大量用於拼貼的陶片、紅磚、灰瓦等，都是出自中國手工藝人的回收物料——它們本已完使命，但經過循環利用後在此煥發新生。

這座佔地約5萬平方米的建築群，是知名女裝品牌瑪絲菲爾(Mafel)的總部，也是集辦公、酒店、商業及亞洲最大秀場的多功能創意園。自2009年奠基，歷經兩代設計師，設計複雜，工程難度巨大，目前耗資超過25億元人民幣，

曾創下「三天一層樓」奇跡的深圳，竟然有人願意花15年時間建企業總部，只為在深圳留下一座讓世界記住的建築。難怪有人說，瑪絲菲爾總部大廈是品牌方、承建方和設計師三個「瘋子」的作品，也是深圳從追求「速度」到「質量」的絕佳註解。

◆香港文匯報記者熊君慧、李望賢 深圳報道

張開強勁的雙翼，搏擊浩瀚長空。構件造型都按拋物線、螺旋線等幾何規律設計，所有建築元素都源自於自然，如植物的根莖、葉片、鳥的羽毛等等，整個建築如宏偉而精美的雕塑。

作為深圳天際線的「書寫者」之一，江蘇華建參與了這個項目競標。看過圖紙後，吳碧橋對於這個完全不符合常規結構的建築產生了濃厚的興趣。「挑戰肯定很大，但是我們願意嘗試花時間去迎接這樣的挑戰，在建築史上留下一筆。」江蘇華建甚至為此按照1：1的比例先做了一個局部模型，成功競標了這個項目。

「三個瘋子」一拍即合，開始了一場中國城市建築史上前所未有的探索。

高地建築以大量規則曲面取代直線設計，奇異瑰麗造型聞名於世。瑪絲菲爾總部大廈汲取了高迪的設計靈感，沒有直線型結構柱，隨處可見拋物線、螺旋線，空間內沒有明顯棱角，很多窗戶是曲面或有槽的，讓人感受到一種天然「流動」感。

大量複雜的曲線異形結構的建造，挑戰巨大。深圳瑪絲菲爾時裝股份有限公司總工程師呂亞九全程參與了該項目的建設過程。「每個環節的複雜程度，都遠超想像。」他舉例，「完全沒有可遵循先例的結構模型，找100個結構設計團隊都未必有一個能把這個建築的計算模型建構出來，為此我們召開了至少三個全國性的結構專家會議進行研討。」

作為承建方，江蘇華建承擔了技術創新的責任。吳碧橋說，大量複雜的曲線結構在空間中的定位，需要靠數字模擬來實現，這個項目在全國建築工程中最先應用BIM技術（一種基於數字化技術的建築設計、施工與管理辦法）。項目中最大的一個曲面，長達100多米，為了保證穩定性，江蘇華建專門進行了風洞試驗，僅這一個曲面從設計到完成前後至少用了3年。「但是甲方從來沒有催過我們的工期。」吳碧橋說。

榮獲國際設計獎 料成時裝主秀場

2014年，瑪絲菲爾項目在第14屆威尼斯建築雙年展上便引發了國際建築界的關注，近年來更獲2024年國際設計獎(IDA)年度商業建築金獎、2023年全球未來設計獎—金獎等。而在國內建築界，這個項目也引起了中國工程院院士專家們的關注，服裝界則把它定位成「未來國內時裝秀的主會場」。

瑪絲菲爾總部大廈在坊間一度引起爭議，有人認為其投入巨大、造型奇異，但建成之後參觀者如雲，許多人將其視為大灣區文化時尚地標，甚至因此改變了對服裝行業的認識，「以前認為服裝產業是勞動密集型行業，現在覺得是集設計、藝術、思想、高科技一體的產業。」有參觀者說。

上世紀九十年代，香港「三來一補」企業北上深圳，開啟了改革開放的大幕。只爭朝夕的特區建設浪潮中，女裝行業高速發展。1993年，朱崇輝從杭州南下深圳打拚，開啟時尚夢想，親歷中國女裝行業的騰飛。

兩年後，剛剛從揚州大學建工學院畢業的吳碧橋，進入江蘇華建深圳分公司從事技術工作，投身深圳特區的建設。而遠在新西蘭的設計師Fred van Brandenburg，彼時專注於度假村設計，未曾想過有一天會遠赴大洋彼岸，開展一個耗時逾10年的品牌總部大廈設計項目。

南地北「三瘋子」 深圳探索新可能

「三個瘋子」相建於二十一世紀之初。

彼時，深圳湧現出一批具有創意和自主設計的女裝品牌，朱崇輝創辦的「瑪絲菲爾」正是其中的典型之一。2002年門店突破100家，2003年銷售額首次破1億元大關，前景一片明朗。

與此同時，吳碧橋在江蘇華建不滿足於將項目快速完結，而投身到行業的技術創新：深圳會展中心採用126米全國最大跨度的鋼屋蓋開全國首例，攻克深圳榮超國際商會中心地下室澆築8米的超厚混凝土難題……他和團隊一次次「書寫」深圳天際線的同時，期待有機會為深圳留下一個讓全世界記住的作品。

2005年，朱崇輝在新西蘭旅行時偶遇設計師Fred van Brandenburg，受其風格吸引，向他提出邀約。

2007年，瑪絲菲爾總部定址於大浪時尚小鎮。這個總佔地190,000平方米的園區幾乎是新西蘭國家博物館Te Papa的六倍，是這位新西蘭建築師當時接到的最大設計項目之一。

翱翔雄鷹作靈感 挑戰「高迪式曲線」

Damien van Brandenburg子承父業，與父親一起完成了瑪絲菲爾總部的設計。他對香港文匯報記者表示，這是父子二人最「自由」的一次創作，因為朱崇輝告訴他們不用擔心預算和成本——「我不知道預算是多少，也不知道成本是多少」。他們交出了一張如水彩畫一般的設計圖——採用現代仿生學設計理念，大廈主體靈感來源於瑪絲菲爾2006年秋冬大秀視頻中的海鳥，自空中俯視，彷彿一隻展翅翱翔的雄鷹。

◆在瑪絲菲爾總部大廈，外牆上看似不經意的陶片拼貼，都要經歷「不厭其煩」的手工拼成。

香港文匯報深圳傳真