



內地時裝品牌已在國際市場露鋒芒

潘明：見證中國時裝業比肩歐洲

近年，中國時裝設計愈來愈成熟，誕生了不少著名時裝品牌，輝煌盛放，引領中國時尚產業躍升。自1997年，內地亦開始舉辦「中國國際時裝周」，足以媲美巴黎、倫敦、米蘭及紐約等歐美時裝周，今年更吸引了近200多個海內外企業到北京參展及走秀。而且，在各大城市中亦舉辦大大小小不同的時裝周，如北京時裝周、上海時裝周、深圳時裝周、廣東時裝周、大連時裝周及香港的CENTRESTAGE等。同時，隨着大灣區的蓬勃發展，香港作為時尚與設計產業的核心城市，作為國家對接國際的橋樑，可使內地時裝設計產業深度了解國際時裝趨勢。深圳市服裝行業協會會長潘明接受訪問時表示，內地五湖四海的時裝設計師特地來到深圳設立品牌，形成「深派」服裝陣容，帶動中國時裝業走向海外市場，並在國際市場上嶄露鋒芒。

●採、攝(部分)：雨文



●由中國服裝設計師協會主辦的2025春夏中國國際時裝周早前在北京舉行。 中新社



●9月初在香港舉行的香港國際時尚匯展。



●每年的深圳時裝周都吸引海內外知名時尚品牌和設計師參與。 資料圖片

現在，內地多個城市都會舉辦不同主題的時裝周，以我們鄰近的深圳來說，每半年都會舉行一次深圳時裝周。潘明表示，深港時尚產業的交流與合作，已成為發展時裝品牌的必然因素，如在今年舉行的深圳時裝周，便有超過了80家海內外知名時尚品牌和設計師亮相，其中亦邀請了香港十多位新銳設計師參加動態和靜態發布，攜全新設計理念交流對話，推動兩地產業融合發展，並向高端時尚圈不斷推進，繼而拓展海外市場。而今年剛剛在北京舉行的中國國際時裝周，除了中國內地，亦吸引了俄羅斯、奧地利、美國、澳洲、越南等國家近200多個品牌、400多位設計師參與，共帶來160多場時裝大秀，極受海內外業界人士注目。

從現在各地的服裝行業來看，談到中國在時尚方面的優勢，潘明表示：「首先，在粵港澳大灣區中，深圳是中國高端女裝最集中，設計師品牌最發達的時尚之都，現已擁有2,500家企業，如瑪絲菲爾、歌力思、影兒、贏家等內地一線知名企業都集中在深圳，而且中國十大高端女裝品牌有四家在福田，南油原創設計師集群、龍華大浪時尚小鎮各具特色蓬勃發展；同時廣州的商業品牌發展勢頭強勁，流花服裝批發市場、白馬服裝市場等傳統服裝市場穩定發展，吸引眾多海外買家到此採購。」

還有，香港設計師品牌在國際市場上也頗負盛名，近來有許多年輕設計師嶄露頭角。潘明續說：「我們能夠看到江浙滬片區，杭州女裝在年輕消費者中佔有率愈發高漲，寧波、海寧等地各具特點的服裝產業集群創新求變，還有以江西婺源為例的後起新秀，運用新社交媒體傳承非遺文化，也值得關注。」

中國時裝設計受西方買手青睞

近幾年來，愈來愈多的內地品牌成功走出去，在國際市場上初露鋒芒，尤其是設計中帶有中國傳統文化與東方元素的作品，更受西方買手青睞。去年，全球知名的Who's Next時裝貿易展在法國巴黎開幕，在這場於歐洲時尚之都舉辦的服裝服飾展會上，中國服裝服飾博覽會(CHIC)匠心打造的CHIC Paris in Who's Next特別展區，以「時尚中國 Fashion China」為主題，憑借獨特風格意境的中國品牌、中國產品贏



●中國服裝服飾博覽會打造的CHIC Paris in Who's Next特別展區，以「時尚中國 Fashion China」為主題。 網上圖片



●潘明表示，內地不少時裝設計師到深圳建立品牌，形成「深派」服裝，陣容鼎盛，享譽海外。



●廣州白馬服裝市場，這裏的服裝銷往全球各地。 網上圖片



●南油原創設計師集群，吸引眾多海外買家到此採購。 網上圖片

得全場讚嘆。同時，五個南油設計師品牌亦組團赴巴黎參加這個國際服裝服飾貿易展，其中上善品牌在展會的銷售額更是突破2,000萬元人民幣，上善同樣在中東市場受到高度關注，訂單量激增。

談及時裝設計出海，潘明分享道，現在不少設計師的設計都緊扣「國潮」，以服裝為載體，做中國設計，講中國故事，傳承中國傳統文化，順應消費者對國貨的新期待，培育新消費發展動能，同時傳承非遺文化。現在深圳設計師品牌之中不乏非遺傳承人，譬如深圳知名設計品牌德靈見菽，將香雲紗這一傳統技藝與現代服裝設計相結合，打造出更加適應時代的新國風服飾，這些設計都是外國買手特別喜愛的。

另外，潘明也表示，歸國人才逐漸增多，與從前不同的是，如今愈來愈多的設計人才信任內地市場，信任深圳的發展環境與人才政策，選擇學成歸國，運用海外知名院校的學習成果或海外知名品牌的工作經驗，在深圳這片沃土扎根。而且，不少內地其他省份的時裝設計師，也特地到深圳建立時裝品牌，帶動內地時裝業不斷向外發展。



●在深圳時裝周上，「青年毛織設計師大賽」進行入圍時裝秀。

深港建立戰略合作拓海外市場

其實，現時深港時裝密切合作，有助多方面的發展，當中尤其是「產業合作共贏」，潘明分享說：「運用大灣區得天獨厚的地理位置優勢，充分發揮香港的國際貿易優勢與深圳的產業及供應鏈優勢，共同出海，拓展海外貿易與國際化發展。」多年來，深圳服裝行業協會與香港紡織業聯合會、香港毛織創新及設計協會、香港零售科技協會、香港環保組織Redress多個香港時尚行業組織和機構建立戰略合作，共同推動兩地在人才培養、產業發展、商貿對接等多方面開展深度合作，實現趨勢互通、產業互聯及人員互動，所以「香港時尚行業作為中國時尚行業的重要組成部分，與深圳互相影響及扶持，共同推動着中國時尚行業向外發展。」

而且，在近幾年，深港人才交流日漸頻繁，如在深圳時裝周上，香港設計師的身影愈來愈多。「今年，我們還與香港的毛織創新及設計協會合作舉辦青年毛織設計師大賽2024，曾在A/W2024深圳時裝周上進行了入圍時裝秀，首度展出九位入圍設計師的參賽作品，充分促進了深港兩地的人才交流，而今後，這樣的機會還會有更多。」

未來時尚可趨高消費市場發展

毛織創新及設計協會主席、香港毛織出口廠商會會長許彼得表示，香港作為國家對接國際的橋樑，可使內地時裝設計產業深度了解國際時裝趨勢，內地品牌亦可以利用香港作為跳板，揚帆出海。然而，基於消費市場龐大，內地的時裝行業一日千里，在設計方面可從以前模仿西方設計改變為自主設計研發，亦可於可持續發展方面，投放更大量資源。他認為，在未來時尚發展上，可開拓高消費市場，避免長期打價格戰，造成惡性競爭，有利於拓展對外時尚市場。



●許彼得表示，香港作為國家對接國際的橋樑，可使內地時裝設計產業深度了解國際時裝趨勢，有利於拓展對外時尚市場。

何國鈺：帶領新一代設計師進軍國際

踏入時裝行業至今已30年的香港知名時裝設計師何國鈺(Dorian Ho)，其旗下品牌早在香港及沙特阿拉伯的著名百貨店Harvey Nichols、日本的Barneys New York及美國Saks Fifth Avenue均有銷售，於2001年已開始他的創作和國際巡迴，參加各類國際盛事，如澳洲悉尼Mercedes時裝周和紐約Seventh on Sixth時裝周。

談到Dorian當年入行的經歷時，他分享道，他的家族是世界級品牌Donna Karan和Calvin Klein的毛衣製造商，他沒有繼承家業而選擇到澳洲著名時裝牌子Country Road工作，並在1993年回流香港開創了專門針對中國職業女性市場的首個時裝品牌Doriano，10年後他出售此品牌來聚集並提升資本，同時轉投到晚禮服的設計製作中，並於澳洲和美國紐約推出了「Dorian Ho Collection」高級成衣品牌，在2005年11月Dorian推出了他的婚紗系列，亦同時開設他首家婚禮概念店「Dorian Ho Wedding」，成為他設計生涯中一個重要的里程碑。他更說：「我開創了晚禮服的先河，

因為過去是歐洲控制這個市場，但是現在亞洲同樣有成功的例子，擁有了令人眼睛為之一亮的迷人晚裝。」

在時裝設計路上，他在「亞洲時裝設計師雲裳獻禮2006」中成為被表揚的五名設計師之一，2007年他於泰國曼谷所舉行之Bangkok International Fashion Week 2007上獲泰國皇室頒授國際傑出時裝設計師，藉此表揚他在時裝界的卓越成就。而且，他不斷求變，近年更涉足不同的跨界設計，與各大品牌推出聯乘系列，當中包括手錶、珠寶、家電、手袋等，他展現出靈活多變的創作風格，將設計美學糅合不同領域，碰撞出創意火花，與品牌攜手打造跨界作品。

一直以來，Dorian致力貢獻香港時裝設計行業，積極參與社區及團體活動，推動本地時裝設計發展，與新一代分享成功經驗，他有感「創意產業多年來一直佔據着香港及內地非常重要的位置，香港及內地相關人才極具競爭力，可惜卻常常因為過於集中設計工作一環，而略為忽視了品牌的行銷整合。」於是，他去年成立亞洲新一代創意設計協會(CDA-Asia)，旨在打造一個支援各大創意人才的核心平台，努力促進新舊世代的接軌，縮短大家之間的距離，成為連接上一代與新一代的溝通橋樑，帶領及協助香港和內地新一代設計師進軍國際。

Dorian分享最近協會的動向：「透過分

享自身的豐富經驗及在行銷領域的專業知識，身體力行提高業界的整體素質，推動兩地的創意產業發展，這裏可以認識到兩地的生產商、廠家、設計師團隊，進行創意發想與資源結合，從設計、推廣到銷售，幫助業界公司認清市場需求，擺脫以往較被動的工作模式，由此開始自己主導品牌拓展經營潛力，逐步走向國際市場。」今年，由CDA-Asia、深水埗區青年發展及公民教育委員會合辦的第四屆別出「深」裁時裝設計比賽2024亦將於11月29日在Fashion Summit上舉行。

作為創業過來人，Dorian由衷地說：「不同階段的創業家在不同層面必然面臨各種意想不到的挑戰和困難，如固有品牌要追求年輕化，放下時代包袱突破瓶頸，而新世代則需要擴闊眼光力爭上游，努力為新興品牌打響名堂。」因此，我希望幫助他們把知識融入旗下品牌去經營，組建有規模的生產線，結合兩代優勢實現跨代融和，把業內人士導向全面發展的正確路線，作為堅強後盾幫助他們走過每一個艱難時刻。」

●採、攝(部分)：雨文



●亞洲新一代創意設計協會於去年成立，冀打造一個支援各大創意人才的核心平台。



●何國鈺於2008年韓國時裝周上展示其「Dorian Ho Collection」。



●圖為第三屆別出「深」裁時裝設計比賽，今年第四屆將會在Fashion Summit上舉行。