

### 巴黎高級訂製時裝周2025春夏

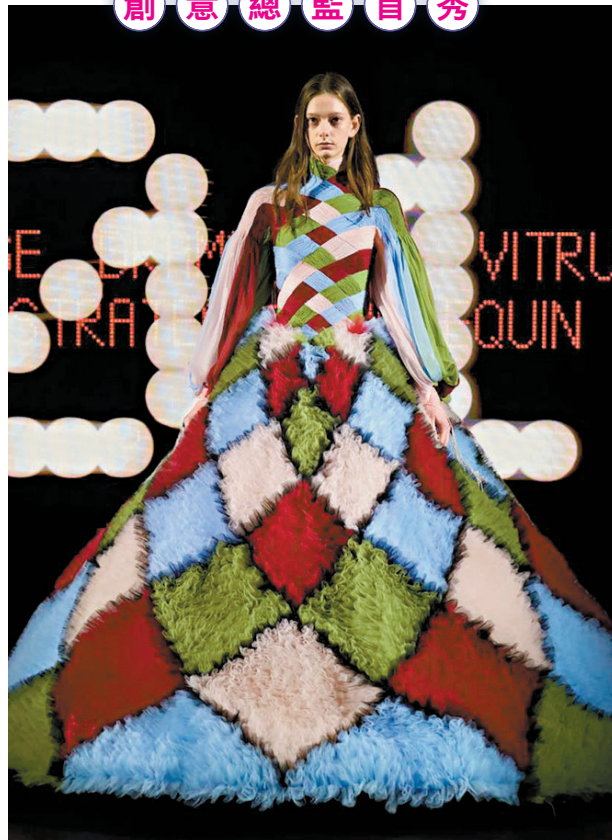
於巴黎時裝周打頭陣的「巴黎高級訂製周」早前舉行，各大品牌展示其最新春夏高訂系列，透過精湛的工藝與創新的設計，展現了高級訂製的多重可能性，當中透過自然、神話、文化融合與永續發展等主題，設計師們展現了高級訂製的多元魅力，為時尚界帶來了視覺藝術的盛宴。就今年的高訂周，香港文匯報記者請來專門做高訂服的香港著名時裝設計師何國鈺，點評及分析本年的時尚趨勢。他透露，目前高訂時裝最大市場是在中東，香港時裝行業可考慮向中東開拓市場；另外，隨著穿高訂時裝場合愈來愈少，現在香港晚裝潮流已不再是昔日着重豪華及隆重感，而趨向較為隨性及休閒風格。

●採訪：兩文 圖：新華社、受訪者提供

每年的「高級訂製時裝周」是時裝周中較為小眾的類別，記者特地訪問何國鈺，解說今年巴黎春夏高訂時裝周作品的特色重點。他透露說，因中東人特別多場合需要穿高訂服，他們消費力強、需求量大，一件高訂服可以幾十萬元不等，所以很多高訂設計師來自中東，而且在國際上都頗負盛名，但今次多數作品都是貫徹其品牌風格的設計。今季較令他印象深刻的作品是 Schiaparelli、Viktor & Rolf、Miss Sohee、Stéphane Rolland、Rahul Mishra 及 Valentino 等，他認為這些品牌設計師的春夏新品有別於一般的晚裝作品，其設計帶來驚喜，頗有新意。

何國鈺表示，作為過來人，從事了高訂晚裝設計20年，都曾遇到「樽頸位」，現在香港的高訂市場跟昔日不同，要隨着市場潮流需要尋求新意。香港需穿高訂晚裝的場合愈來愈少，現在的晚裝潮流偏向休閒風格，已不再是像以前般着重豪華及隆重感，反而趨向較為隨性。當然百貨應百客，各有捧場客，不過在當今時裝潮流上，都要有前瞻性及未來感。從今次的新作品中，看到有的不僅是對品牌歷史與工藝的致敬，有的則是對未來的探索與創新，有的亦反映了時尚界對環保和多樣性的重視。

#### 創意總監首秀



Valentino 時裝舊作創意重新演繹

在眾多品牌中，何國鈺表示，最讓人特別注視的是 Valentino，皆因品牌新任創意總監 Alessandro Michele 上任，這次是他帶來的首個高訂系列，他以「無限的清單」為靈感，融合經典浪漫主義與現代極簡主義，展現高級訂製的多樣性。何國鈺分析說，設計師將過去舊款式重新演繹，可以說是二次創作，但又有創新元素，令每一件新作品都像藝術品。加上，不少人在網絡上找來舊款式與新款式作對比，為品牌帶來新驚喜，同時亦向品牌舊作品致敬。



# 何國鈺：中東市場值得開拓 高訂服由豪華趨向隨性



Elie Saab 牛仔布禮服呈夢幻風格

巴黎嫩時裝設計師創立的 Elie Saab，其春夏高訂系列以「Lost in Translation」為主題，系列靈感來自非洲的風景，設計師通過這些元素創作出具有非洲風情的時尚作品，其設計包括繁複的刺繡和豪華的裝飾元素，如羽毛般的花瓣層疊在水晶裝飾的禮服上，增強了作品的飄逸品質，同時延續夢幻浪漫風格，首次引入牛仔布禮服，賦予平凡材質高訂優雅。

#### 中東設計品牌



Zuhair Murad 大量裝飾展示熱帶風情

同樣來自巴黎嫩時裝設計師的 Zuhair Murad，其2025春夏高訂系列以「Tropical Escape」為主題，靈感來自熱帶島嶼，設計師通過大量的裝飾元素，如手工珍珠母貝鑲嵌、麂皮和麻織品，以及色彩鮮艷的編織和編織品，展示了熱帶風情。這個系列不僅展示了設計師的創意，還反映了他對文化遺產的尊重和現代時尚的融合。

#### 網絡廣泛討論



Schiaparelli 通過豪華製作創造新時尚感

何國鈺表示，有些品牌的新系列還引起廣泛討論，如 Schiaparelli，其2025高訂系列以「未來復古」為主題，靈感來自1920年代和1930年代的繁複裝飾風格，設計師 Daniel Roseberry 從古董店中找到的繡花緞帶和色彩濃烈的織物，重新創作出現代的時尚作品。系列中的設計如巨大的蝴蝶形面紗、細膩的蕾絲緊身衣和蟒蛇紋的腰帶，展示了設計師對細節的講究，他更強調，他不再認為現代性必須與簡潔相關聯，而是希望通過豪華和詳細的製作來創造新的時尚感。

Viktor & Rolf 人工智能創作具現代感作品

Viktor & Rolf 的2025春夏高訂系列以「Couture Prompt」為主題，系列靈感來自人工智能，設計師希望通過這些元素創作出具有現代感的時尚作品，系列中的設計使用了單一面料——來自 Ruffo Coli 的絲綢紗羅，同時設計還包括多樣化的變體，如長短、日夜、皺褶、極簡和巴洛克風格等。



#### 新晉品牌亮相



Miss Sohee 傳統韓服融合現代時尚

今年，韓國品牌 Miss Sohee 的2025春夏高訂系列在巴黎高訂時裝周上首次亮相，展示了設計師朴素照的創意和藝術，她將傳統韓服工藝元素與現代美學時尚融合，透過螺絲漆器與韓服裙擺的設計，展現東西文化的碰撞，並嘗試將永續紡織材料融入高訂設計，探索環保與製程的平衡。



Stéphane Rolland 通過作品表達和平

同樣首次亮相的 Stéphane Rolland，其2025春夏高訂系列，何國鈺表示其設計很有新意，系列靈感來自美國出生的法國舞蹈家和歌手 Josephine Baker 及雕塑家 Constantin Brancusi，設計師希望通過這些藝術家的作品表達和平、團結和尊重的信息，系列中的設計包括有力的肩膀和幾何細節，並使用了黑色、象牙色、白色、棕色和銀色等色彩，展示了設計師對動態和結構的探索。

Germanier 高訂時尚與環保概念結合

堅守可持續時尚而廣為人知的 Kevin Germanier，其品牌 Germanier 的2025春夏高訂系列也是在今次時裝周上首次亮相，何國鈺提到他以色彩見稱，但他確實是一位環保先鋒，他約於十年前已獲得 Redress 大獎，今次春夏系列亦以回收再利用的創新設計為亮點，展現高訂時尚與環保概念的結合，並特別強調使用可持續性素材，展示他對環保的重視。



## 美麗密碼 穿梭美妝快閃店 情人節朝聖玩樂

作為美妝界盛事，繼上年首次舉辦「@cosme Beauty Spree!」POP-UP快閃活動受港人歡迎，為城中美妝愛好者帶來多款話題熱作和各地榜單大賞產品後，今年，品牌決定再次在香港打造集合互動、自由體驗和充滿歡樂氣氛的限定美妝空間，由即日起至2月20日在銅鑼灣希慎廣場舉行快閃店，以探索星球為主題，帶領大家啟程美妝新國度，自由穿梭於各地消費者推薦必買的產品當中。大家在朝聖玩樂的同時，亦可認識各大品牌所傳達有關「美」的情報。

今次 POP-UP 活動集合 60 多個品牌，近百件於 2024 年度在日本、台灣或香港 @cosme 美妝大賞獲獎的產品，由價格親民兼性價比高的開架好物，到奢華精緻的專櫃產品應有盡有，全部都可自由試用。當中，六個精選品牌，包括雪肌精、faciv、MilleFée、benefit、Curél 及 ORIGINS 均設有獨立的品牌展示空間，讓大家發掘寶藏級好物！

同時，現場亦設置「夾蛋機」，只需於現場領取「任務卡」，集齊印章拼湊成「Beauty Spree!」圖案並追蹤 @cosme 社交平台，即可獲夾蛋抽獎機會乙份，領取由各大品牌為大家精心準備的神秘禮物乙份。適逢今個星期五情人節，大家可以去看看有否心水禮物。 ●採、攝：兩文



快閃店展示 @cosme 美妝大賞獲獎的產品



夾蛋機 任務卡，集齊印章拼湊成「Beauty Spree!」圖案。



#### 品牌的里程碑

Giorgio Armani Privé 禮服設計融合東西方文化

Giorgio Armani Privé 慶祝成立 20 周年，以「光」為主題，融合東西方美學，展現輕盈而華麗的禮服設計。其高訂系列作品貫穿國際與文化的不同風格，演繹真實的現代女性衣櫥——她遊歷四方，將閱歷化為璀璨光輝，展現自我風格。她的旅程穿梭於中國的豐富形態與色彩之間，波利尼西亞的風景化作細膩的印花與刺繡，宛如水彩般的柔美；日本的華麗、線性優雅與北非的莊重禮儀，皆以一種輕若無物的光線筆觸得以盡顯。

