

巡展首進蓉城展開深度對話

設計跨越山海 共譜創意火花

聚焦 粵港澳大灣區 時尚匯演 成都

早前「粵港澳大灣區時尚匯演 2025」（成都站）於成都天府設計產業園（101紅倉）舉行，來自粵港澳大灣區充滿活力的四組新銳設計師及院校新秀，空降「2025深圳原創时装周·成都巡展」。這場跨越山海的時尚之旅，象徵着大灣區創意設計力量與西部時尚市場之間的首次深度對話。由香港特別行政區政府文創產業發展處贊助，由Fashion Farm Foundation策劃及主辦的「大灣區：時尚融合2025」，已先後在廣州、珠海、深圳舉行，此次於成都亮相，標誌着這項品牌活動首次走出大灣區，開拓更廣闊的時尚交流平台。 ●文、攝：香港文匯報記者 李兵 成都報道

燈光逐漸暗淡，激昂的音樂響起。在舞台噴霧籠罩中，模特們身着以黑白為主基調的時裝閃亮登場。T台兩側的報警警燈與破碎蕾絲組合，具象化為一個個暴力創口。雪白的燈光聚焦模特殷紅的嘴唇和眼角猩紅的淚珠，荊棘刺破蕾絲裙綻開千朵血玫瑰，現場觀眾揪心的神情躍然臉上；「受害者」不斷覺醒，旁觀者不再沉默，他們勇敢地站起來反抗……現場爆發出一陣熱烈的掌聲。



●2025深圳原創时装周成都巡展啟動儀式。

以時尚為吶喊 展現設計師個性

深圳時裝設計師品牌祺飛 QIFEI 帶來的這場開幕大秀《The Scream 吶喊》，聚焦於霸凌、性別歧視以及旁觀者的冷漠，並以無性別設計傳遞出自由與平等的理念。作品結合東西方人文氣質與精緻工藝，以強烈的色彩對比與流動剪裁，展現了玫瑰的脆弱與堅韌，凸顯了「至簡如一」的設計語言。當模特們穿上這些富有情感與力量的作品，T台成為一場對抗偏見的宣言，呼應了歌曲《玫瑰少年》背後的故事。

接續登場的是香港知專設計學院，梁穎康的作品《無家可歸》、洪莞彤的作品《愛是無界限》、陳嘉欣的作品《動漫情感》、林曉鋼的作品《超越宇宙的織錦》、劉奇的作品《荒誕的儀式》、董珏廷的作品《小確幸》、何愷恩的作品《生命之淚》，構思巧妙、色彩豐富，充分展現出了現代時尚的多樣美。

《吶喊》系列聚焦青少年心理健康，通過服裝語言引發公眾關注；深圳設計師孫貴填、那乙麟、歪神、周舟集結在「甲乙丙丁」番號下，以布料為戰鼓、剪裁作利刃，唱響《龍鱗覺醒》……「這看是一場時裝秀，更像一場有思想、靈魂的舞台劇。」智奧鵬城（深圳）展覽有限公司董事總經理、深圳市服裝供應鏈協會執行會長張祥全表示，這標誌着中國創意時尚正由淺入深，逐步形成了獨特的「東方美學」表達方式。



●香港知專設計學院設計師新作亮相。

星啟計劃：設計師與產業鏈的「雙向路由器」

在「2025深圳原創时装周·成都巡展」期間，「星啟計劃」正式上「星」，匯聚了大灣區80餘家具有多元基因的原創品牌。所謂「星啟計劃」，即以「設計師與產業鏈雙向賦能」為核心，打造全球化協作平台，成了設計師與產業鏈的「雙向路由器」。一是通過零門檻准入機制與產業研深度聯動，挖掘具有文化包容性與卓越商業潛力的設計新銳；二是提供覆蓋創意驗證、供應鏈精準匹配直至國際渠道落地的全生命周期支持；三是為優秀品牌搭建躍升通道，直通Première Vision Paris、TRANOÏ等全球頂級展會，並鏈接創投資本與跨界聯名等重磅資源，全方位助力中國設計力量融入全球時尚產業價值鏈。

秀場外是服裝展，不僅有EU、THECHAOS、

WHY、XU'S、WREADY等港澳品牌，還有砥礪、玉雲裳、梓晞等內地時尚品牌。在祺飛QIFEI展台，記者看到了剛剛在秀場上亮相的時裝，不少走出秀場的客商正在諮詢。一些時尚達人通過深度探展、秀場直擊、直播互動等形式，在抖音、小紅書等主流社交媒體平台上進行推介。

「是次活動集結了3,000+專業買家，不乏成都遠洋大古里、IFS、萬象城、大悅城等主力商圈買手，以及西南地區代表性渠道商、知名集合店創始人等。」張祥全表示，通過成都輻射西南市場，將構建起「港澳創意—深圳智造—內地市場」的完整產業鏈，有力促進大灣區與內地的產業協同。



●深圳時裝品牌祺飛 QIFEI 開幕大秀《The Scream 吶喊》。

復古融匯當代 呈現剛強與溫柔



●深圳職業技術大學創新設計學院學生作品

●香港時裝品牌 DEMO 走秀。

「你看我，我看看你，你看我幾時我有這麼高興過；你看我，我看看你，你看我幾時我有這麼得意過……」一首懷舊的香港老歌《野玫瑰之戀》樂曲響起，模特身著復古的時裝上場，讓觀眾感覺穿越到了上世紀七八十年代。

香港時裝品牌 DEMO 帶來的作品《The Continuum（延續）》，將七八十年代香港的復古剪影與當代簡約語彙結合，用輕盈的布料和柔和的配色，勾勒出夏日的安靜流動感。設計師陳進傑 Derek Chan 從哲學詩篇中提取「剛強與溫柔的平衡」，粗花呢撕裂重組如思想掙扎，呈現出剛強與溫柔交織的美學。這一系列靈感來自時間與記憶的流動，以期探索性別流動與個人表達的可能性。

值得一提的是，DEMO 與鞋履設計師品牌 NIUKVER LEB 合作，鞋履以 AI 算法進行個性化定製，當模特們穿着如詩般的設計緩步前行，觀眾無不沉浸於這場關於回憶與未來的對話之中。

是次，深圳職業技術大學創新設計學院學生丁唯的作品《逢生者》、李培軍的作品《眾燦蒼穹》、吳薇薇的作品《深海的回想》等登上T台，更像是對未來的暢想和關注。深圳品牌 NONHUMAN 色譜取自成都方志館《巴蜀傳統色譜》，港澳設計師將嶺南文化、葡式美學與巴蜀元素結合……這不僅是一場視覺盛宴，更是一場重新審視日常生活與時間連結的旅程。

「近年來，內地成功帶起了『國潮』『新中式』『民族服裝』等具有中式元素的時裝美學概念。」Fashion Farm Foundation 項目總監楊錦淮表示，中國時尚已到一個新高度。

共同孕育 全新設計語言

「大灣區：時尚融合2025」走出灣區，為何首選成都呢？這次活動舉辦地成都天府設計產業園（101紅倉），是承載國際設計展覽、呈現全球設計趨勢的專業場所，「用設計與世界對話」的理念無疑與「大灣區：時尚融合2025」的理念不謀而合。

去年，成都榮膺《2024新一線城市魅力排行榜》榜首，展現出了「成姆斯特丹」的獨特魅力，國際時尚基因與市井煙火文化在此交融。成都匯聚了97家國際一線奢侈品牌，入駐率高達96.8%，位居全國第三；本土設計力量崛起，服裝產業年營收突破850億元，設計師品牌佔內地市場13.5%，「蓉潮」軍團登陸米蘭、巴黎時裝周的頻次同比暴增150%；Z世代以52%的國潮貢獻率重塑消費格局，疊加奢侈品牌線上銷售27%的西部最高增速，呈現出了傳統高端與青年文化共振的「雙極驅動」消費生態等。

從廣府文化到巴蜀圖騰，從都市極簡主義到山野自然靈感……華南先鋒設計師的數字化剪裁巧妙銜接西南深厚的民俗美學，兩地創意設計界共同孕育出了全新的設計語言。「我們一直想把大灣區這些活動推廣到內地不同城市，成都是西南地區時尚氛圍極好的一個城市，因此今年增加了成都這一站。」楊錦淮表示，灣區時尚文化創意走向內地城市，力求讓全中國都能看到香港及灣區的時尚產業優勢及創意之光。

●觀眾、客商逛展會。



東薈城名店倉「Dive into Summer」



由即日起至8月31日期間，東薈城名店倉獨家聯乘韓國超人氣國民玩偶 BELLYGOM，攜手打造全港首個「Dive into Summer」夏日主題活動，六大水上主題打卡位，包括5米高Bellygom坐鎮的Belly Dive巨型波波泳池、Belly Fun池畔派對及2.5米高的「熊抱沙寶堡」等，場內更設全港首間「Bellygom快閃店」，讓你一站式入手逾250款官方精品。

此外，成為 CLUB CG 會員，即可參加場內兩大刺激好玩的水系數碼互動遊戲——「Belly Bubble 泡泡救兵」及「Belly Cool 衝浪挑戰」，讓大家盡情感受快樂滿FUN的夏日！ ●文：雨文



▲Belly Splash 動感噴泉
▲Bear-adise 粉「熊」海岸

東薈城名店倉 夏日送禮



掃碼下載 文匯App

現在，東薈城名店倉特別為香港文匯報讀者送出東薈城名店倉 x BELLYGOM 「Dive into Summer」限定禮品（Belly Chic 可摺疊輕便旅行袋及Belly Chill特大沙灘毛巾），有興趣的讀者請掃描左邊二維碼，下載文匯App並註冊登錄，進入首頁，在「意見反饋」欄目下留言，先註明東薈城名店倉夏日送禮，並寫出你喜歡Bellygom的原因，及留下姓名及電郵以作聯絡。

截止日期：8月4日，名額共10位，先到先得，送完即止。

溫馨提示：留言後保持App消息通知開啓，逾期未領獎視為放棄。



塔羅星座

文：BENNY WONG

世間萬事離不開因果循環，人生總有喜樂悲愁。縱然辛勞，但苦樂過後，依然能迎來晴天。

虎落平陽遭犬欺，龍游淺水被蝦戲。不要因一時失意而放棄理想，艱難的日子終將過去。

你擁有力量、愛與創意。切莫因一時情緒而焦急，相信自己的內在光芒。

投資的朋友要信任自己的直覺。它能實現你的夢想，財富將隨之而來。

心高氣傲可能導致財務失衡。如不希望年底生活陷入拮据，就必須正視眼前問題。

當你需要時，朋友們定會伴你左右，共渡難關。

凡事似乎盡在掌握之中，然而古語有云：「人算不如天算」，總有難以預料的時候。

一朝吐氣揚眉，皆源自台上一分鐘、台下十年功。辛勤努力終將有所回報。

每件事都會以當下最適合的方式呈現。看穿幻象，方能洞察背後真正的秩序。

所有爭執與衝突正在逐步化解，相關人等的心扉也將一一打開。

正在學習氣功的你，不妨多做幾次深呼吸，緩慢吐氣，喚醒身體能量，有效釋放負面情緒。

保持開放的心態，學習嶄新觀點，並將所學分享給他人。