

今年秋冬， 撰写纯男人文本

文 / 本报记者 蒋曦

女人只是一种生物现象，男人才是一种进化阶段。服装和流行作文本，是男装在这个秋冬的试验原始资料。对时尚来说，男装其实是块大蛋糕，大家要懂得辨味购买，不灵光的东西牌子再大也是 OUT！于是精品男装更为耀眼。

2008 男装时尚备忘录

到了要做备忘录的时候，证明一年又到了头，至少是过了大半，关于时尚和流行又多了一圈年轮。和风起云涌的女装相比，男装似乎总是过于平静，而这种风平浪静却被解百的精品男装打破，在这个事件纷呈的 2008 年彰显出了自己的魅力，让千篇一律的男装也有了属于自己的新闻和话题，使得原本不冷不热的本地时尚圈，又多了几件 Fashion News。

解百精品男装注定要成为 2008 时尚备忘录重要一笔，而这些品牌又是纯男人文本的每一个需要画上圆点的记号。

目的是留住，并且向前。

C'N'C

发源地于意大利，设计师 Ennio Capasa 曾为日本名设计师三宅一生工作，回国后与兄弟 Carlo 合作创办以法国制服为主题的 Costume National。

1992 年开始经营男装，每一季在巴黎发表新装，几乎就要让人以为是法国品牌 Costume National，其实是个道道地地的米兰品牌，除了设计师 Ennio Capasa 来自意大利之外，甚至在经营的部分，也是由 Capasa 家族管理，带有一种非常东方的冷静气质，黑色是它的标志。



GF FERRE

是意大利一线设计师 GIANFRANCO FERRE 独立设计的品牌。Gianfranco Ferre 是一个十分多产的设计师，他所设计的服装有五六个系列，这是他最重要的正牌。GFF 则是 Gianfranco Ferre 为年轻的 X 世代男女设计的副牌，风格摩登而个性。GIANFRANCO FERRE JEANS 却是对 Gianfranco Ferre 而言，牛仔系列兼具了创意、舒适和科技。



Just Cavalli

意大利著名设计师罗伯特·卡沃利 (Roberto Cavalli) 创立，自 1960 年代创立公司以来，其狂野性感的风格成为时尚潮流的先锋，成为米兰时尚圈最“野”的品牌。

由于时尚潮流吹起了上世纪 70 年代的复古风，诞生于艺术世家的设计师 Roberto Cavalli 便受到全球时尚编辑们的青睐，该品牌也逐渐奠定了在后 Versace 时代的地位。



D&G

发源于意大利，设计师 Domenico Dolce 和 Stefano Gabbana 同时在米兰担任设计助理而结缘，因为同样对巴洛克艺术风格的喜爱，两人决定将名字结合共同开设品牌。这是 D & G 的由来。

D & G 于 1994 年推出，作为 Dolce & Gabbana 的副线，成为年轻人向往的欧洲风格的流行标志。目前，D & G 的风头已经大大超过了它的一线品牌。在设计上，大量运用了各种具有弹性的材质，加上鲜艳的颜色，使其服装时髦且容易穿着。D & G 也正是年轻人精神的体现，代表着自由、个性的年轻化风格，身上有时还带着些反叛的味道。



Galliano

1985 年，由约翰·加利亚诺 (John Galliano) 打出了自己的牌子，1988 年被评选为本年度最佳设计师。在每季度的时装展示会上，他都有新作问世。

在今天商业利益驱动的时装界，约翰·加利亚诺 (John Galliano) 是一次向艺术的回溯。一位不可救药的浪漫主义大师，他是现在少数几个首先将时装看作艺术，其次才是商业的设计师之一。

约翰·加利亚诺 (John Galliano) 的毕业设计激情四溢，使得媒体和观众一致为这位时装界的新的天才发出了惊叹。根据法国大革命得到的灵感，他设计了八件套的时装展示会，并很快引起了商家的注目。第二年，约翰·加利亚诺 (John Galliano) 第一次的天桥时装展示会，命名为“Afghanistan repudiates Western ideals”，证实了他是一位冉冉兴起的怪才。

eXT ē

eXT ē 表现出十分流畅的裁剪，加上非常勇于尝试高科技材质的研发和运用，在米兰时尚中脱颖而出，成为一个充满科技玩味的品牌。在每一季 eXT ē 的服装秀和服装目录中，也都表现了这种属于冷光、属于科技的独特感。

CANALI

来自意大利的 CANALI，自从 1934 年创建，就代表着服装的缝纫水平、品位和意大利传统，三者的融合造就了产品的质量。

Canali 成立近 70 年以来，一直保持着精密的制作技艺，采用珍贵的 Cashmere 材质，与繁复制程的 SUPER 150S wools，同时善用牛角扣与马毛内衬，来达到近乎苛求的品质水准，不仅在用料的要求上力求佳品，对于打造服装灵魂的设计、手工更为重视，譬如保留西装垫肩的修改性、将西裤的腰际嵌入纯棉的内夹层中、纯手缝的领缘与内袋等，无所不至地表现其贴心一面！



Y-3

创意总监山本耀司将其个人品牌的简洁、极具设计感的风格融入 Y-3，完美地展现一个高档时尚的运动品牌形象和时尚主义。

在以黑、白单色为主色的产品系列中，你很难找到花枝招展的色彩与款式，这能够很明显地体现出设计师一贯的设计风格。Y-3 的气质对于追求时尚、简洁风格的人来说，很具吸引力。



TOMMY HILFIGER

美国时装界一统群雄的品牌，个性而不张扬，简单却不平凡，美国好莱坞每年从 TOMMY HILFIGER 公司团购至少 400 万美金的衣服作为演员拍电影时穿，可见 TOMMY HILFIGER 的地位如此非凡，TOMMY HILFIGER 曾经一度打入欧洲皇室，是年轻贵族的酷爱品牌。

PAL ZILERI

1970 年创立于意大利，是欧洲最高档的男装成衣品牌之一，从正式的工作场合，到庄严的仪式，以至工余闲暇，Pal Zileri 的服饰都能展现恰如其分地优雅。

