

# 今年冬季， 解百撰写纯男人文本



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,是男装在这个冬季的试验原始资料。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。

## 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, 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、纯手缝的领缘与内袋等, 无所不至地表现其贴心一面!



## 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。



## 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。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。



## C'N'C

发源于意大利, 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, 其实是个道地地道的米兰品牌, 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。



## Galliano

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。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。



## 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, 就是米兰时尚圈最“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。



## 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。



## 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。