



当美女爱上骷髅

文/本报记者 褚睿雅 摄/姚志伟

美女爱什么?

鲜花!
巧克力!
王子!
帅哥!
野兽!
.....

最瞠目结舌的回答应该是:骷髅!
是的,现在的美女爱骷髅。而这只骷髅也爱上了美女,开始戴上了粉红色的蝴蝶结,拥有了千色色的造型.....

爱骷髅,是因为它的单纯

骷髅头作为一种时尚潮流一直被个性人士所推崇,特别是年轻帅气的男孩子,只要喜欢朋克、哥特摇滚乐的,几乎没有不喜欢骷髅头的。所以,早几年,带着骷髅头满大街跑的,大多是男孩子。

不晓得是不是因为电影圈常吹海盗风的缘故,把明星和时尚人士都给吹晕了,好莱坞的美女明星们最近纷纷爱上了骷髅头围巾、骷髅头挂件、骷髅头饰品.....于是,骷髅头风散布到了美女圈,大街上最靓丽的风景线就是骷髅头很缠绵地依偎在美女身上!

Lissa 是个不折不扣的大美女,高挑的身材,姣好的五官,一头妩媚的长卷发,走在马路上回头率肯定高达 90%。对了,还要再补充一点,Lissa 还很小女人,胆子非常小,不敢听鬼故事,也不敢看恐怖电影,看了会连洗手间都不敢上。

可是,这么个胆小的大美女,最爱的不是乖乖熊、Hello Kitty, 而是一直被人们认为是阴森恐怖的骷髅图腾,QQ 签名档就很张扬地挂着:我爱骷髅!

看到印有骷髅头的东西就会冲上去,把玩到爱不释手的人,家里居然没多少骷髅头存货,这个是不是很奇怪呢? Lissa 说自己只有一条骷髅围巾、一个骷髅挂件、两件骷髅 T,一件骷髅文胸,还有几双骷髅头袜子。既然这么爱骷髅,为什么不多买一些骷髅的东西呢?“因为上班要求穿正装,平日穿骷髅装又要被老妈训话,放着压箱底,那些骷髅会很可怜,所以还是留给可以带着他们到处炫耀的人比较好。”

看来,Lissa 真的很爱骷髅!

问 Lissa 为什么喜欢骷髅,她自己也不清楚了。最早买的骷髅是一个手机挂件,

一个活动的骷髅,眼睛里还镶着水钻,不恐怖,挺可爱的,于是就买来挂在手机上了。整天对着这个骷髅,竟然生出感情来了,开始对骷髅大爱。

真要 Lissa 说出为什么狂爱骷髅,估计她博客里的一段话最能说明理由吧——虽然,那只是副骨架,但却是造物者赐予人的最基本的单纯,一旦贴上了肌、套上了皮,多出了做表情的能力,就成了复杂、虚伪的动物了。

爱上海盗,爱上骷髅

骷髅流行已经好多年了,但是,在好些年前,喜欢骷髅的大多数是男孩子,为什么现在的女孩子会爱上骷髅呢? 问过很多女孩子,有部分 MM 和 Lissa 一样,为骷髅的单纯所吸引;有不少 MM 是感觉骷髅的元素很酷,很适合自己的风格;还有 MM 觉得骷髅头像很怀旧;还有 MM 是因为受了电影《加勒比海盗》的影响,爱上了海盗,爱上了骷髅;最近爱上骷髅的 MM 是因为觉得骷髅很欠扁,居然也扎起了粉色的蝴蝶结.....

无论是什么样的理由,总之,骷髅是走进了众多 MM 的心里了。

迪斯尼品牌总监希瑟·奥斯特说:“骷髅图案现在非常时髦,很多原来对骷髅图不感兴趣的人现在都穿着海盗的衣服。这有些摇滚的味道,所以你能以一种有趣的方式让自己显出有些坏坏的味道而又不让人讨厌。”

时尚设计商业学院的历史学家凯文·琼斯也说,“当你见过印有骷髅图案的凯蒂猫,就会明白骷髅图腾的邪恶外衣已完全被剥去,只不过变成了有趣的大众符号。”

【那些不便宜的骷髅头】

MASTERMIND JAPAN

MASTERMIND JAPAN 是日本著名的 HI-END 品牌,一开始便以骷髅头作为品牌 LOGO,每件产品必有骷髅头出现。其首脑本间正章一直追求极致的高品质理念,产品发售数量少之又少,其产品的价格和奢侈品牌的价格相差无几,每出产品必会被炒至高价,是潮人们的终极追求目标。

BOUNTY HUNTER

由岩永光主理的品牌 Bounty Hunter,充满 Rock Band 味道,一直被业界人士誉为 Rock'n Brand 或 Rock'n Design,产品以

限量见称,并经常运用骷髅头图案,该品牌的糖胶公仔最为有名。

骷髅头戒指

香港著名名牌 Subcrew 不久前与法国品牌 Gami 联名推出了一款骷髅头戒指,造型别致,十分抢手。

NUMBER (N)INE

日本著名的 HI-FASHION 街头品牌 NUMBER (N)INE 由官下贵裕于 1996 年推出,品牌 LOGO 为骷髅头,设计风格基本以黑暗和摇滚音乐为主。

蕾琳是“骷髅美女”,狂爱骷髅,随便翻翻就能找出一大包骷髅来,可以从头到脚都戴骷髅。

- 1.她整身骷髅出街
- 2.她的骷髅鞋
- 3.她的骷髅裤子,扣子是骷髅头,拉链是骷髅的爪子
- 4.她很爱的红色骷髅别针
- 5.她的低调的骷髅耳环
- 6.受很多骷髅美女喜爱的骷髅内衣
- 7.最近超级流行的可爱版骷髅头