



意大利工匠们的手工艺,成为另一种意义上的“奢侈品”

有一种时尚标签叫: Made in Italy

在时尚界,“Made in Italy (意大利制造)”代表的含义和分量不言而喻,除了血统高贵,更代表着时尚设计及精细做工。“Made in Italy”这个词可能在你脑海里关联着这么一幅画面:意大利工匠们弓着身子在工作台上缝着皮鞋或者手提包,他们所掌握的某些手工艺,或已成为另一种意义上的“奢侈品”。

若没有强大的纺织工业做坚实后盾,意大利成衣如何能在1970年代起飞?正因意大利纺织业长期以来钻研的是奢华面料,当意大利决心发展高档成衣时,设计师的想法才有可能化作现实。对此俄罗斯裔设计大师Alexandre Plokhov深有体会,他曾说过:“我最喜欢意大利的一点,就是这里的面料供应商几乎随叫随到,愿意为你做一切尝试。”

作为全球第二大经济体,由于快速增长的经济总量和巨大的消费潜力,中国已经成为国际社会举足轻重的角色。中国对许多意大利纺织企业而言都是一个极其重要的市场,因为中国已经成为继德国之后的第二大意大利纺织品出口市场。在意大利对外贸易委员会的合作组织下,上月末,第二届中国MILANO UNICA意大利纺织面料展于上海新国际展览中心举行。在四天时间里,来自意大利所有纺织地区的124位意大利参展商,在净展出面积达2115平方米的展厅中,展示了他们2013-2014年的秋冬系列产品。

致力于创建意大利最佳时尚品牌大家庭的意大利联合企业,本月则在上海世贸商城成立了中国陈列室。精心布置的陈列室中,展示了来自意大利的高端产品,包括针织品、童装、内衣和珠宝。陈列室的成立,也体现出联合企业对于中国市场的重视。

同样把全球战略目标定位中国的还有米兰国际鞋展。意大利国家鞋履制造商协会服务公司,联合米兰展览公司与汉诺威米兰展览会(上海)有限公司,共同创办的第一届TheMICAMShanghai,作为米兰国际鞋展在海外首次举办的子展,将于2013年4月在上海展览中心举行。

意大利国家鞋履制造商协会副主席吉米·巴尔迪尼指出:“鞋履行业出口至国外的产品在我们的生产中占了相当大的比重。因此,参与这些超越国界的展会活动意义重大,尤其是像中国这样的市场,在接下来的几年将呈指数增长。在2012-2015年之间,零售市场预计会以每年20%的速度增长。”

叶子

美容大奖首办艺术展

有美容时尚行业“风向标”之称的《时尚COSMO》第九届年度美容大奖颁奖盛典日前在上海文化广场举办。本届美容大奖再次携手韩国版、中国香港版《COSMOPOLITAN》杂志,合力呈现“亚洲美容盛典”。刘亦菲、Angelababy、李宇春、孙俪、宋承宪、金喜善、倪妮等明星盛装出席,并与大家分享了他们各自的“美容秘笈”。

值得一提的是,美容大奖系列活动“Beauty in Art 艺术展”也于上海梅陇镇广场和恒隆广场举办。通过摄影、绘画、装置与多媒体艺术,邀请艺术家、明星、时尚品牌跨界合作,延续“色彩”、“女性”、“美”的理念,让艺术与现代生活方式做到全新交融,诠释出美在不同领域中体现出的独特内涵与表现方式,从而让艺术升华,使枯燥重复的生活迸发出新的色彩。

跨界,早已成为各个领域合作的一种常态方式,它常常是在两种完全不同的世界观下通过媒介的连接,找到最佳契合点,加以深化合作,彼此借鉴学习,使各自的灵感重新萌发。同时,跨界也早已不再是表象上简单的喷绘合作,而是成为了许多有识之士的生活方式和自我表达思想的自由通路。《时尚COSMO》正是在此基础之上,让艺术家、美容品牌和明星们彼此转换被公众所熟知的身份,在全新状态下,创作出不同以往的艺术作品。从而呈现出一场视觉、听觉、味觉、触觉融合的盛宴,让人们们对艺术完成一次全新而惊艳的独特感知。

金金



小链接:来自意大利的时尚风潮



纯正意大利高级定制手工鞋Santoni的上海首家精品店,落户于上海益丰·外滩源。有意思的是,作为品牌的忠实粉丝,美国殿堂级唱将Michael Bolton日前也亲临精品店,并在店中兴致勃勃地试起鞋子来。

高品质、热衷细节、纯意大利传统制作,这些是Santoni区分其他品牌的鲜明特色。找到你专属的款式,专属的型号,专属的皮质,专属的色泽,这就是品牌对于“高级手工定制”的诠释。



意大利著名休闲包品牌MANDARINA DUCK日前在上海恒隆港汇广场开设了中国首家专卖店。该品牌诞生于1977年,在皮革市场几乎被传统色系笼罩的时代里,它坚持创新色彩以及突破常规的设计风格,奠定了树脂材料产品的文化发展概念。另外值得一提的是,该品牌以“inside out”的精彩设计而著名,产品的色彩搭配不仅体现在表面,在内部也同样精彩,崭新的风格独树一帜。