

SOLO CELEB&HTDG, 秀场变运动场

古巨基直接把秀场变成了运动场。以往年奥运会镜头与音乐做成的短片为开头,为整场秀奠定了意气风发的基调,并且以他标志性的全场观众随着音乐一起High,作为欢快的结尾。古巨基与其创作团队率两大品牌SOLO CELEB和HTDG,以运动时尚为主题,带来2018年秋冬最新设计。

SOLO CELEB的设计概念为“*We are the Champions*”。运动竞技最让人动容的,除了运动员为追逐冠军梦付出的泪水与汗水,还有那份并肩作战彼此互信的团队精神。“*We are the Champions*”不是“*I am*”,是“*We are*”,要赢就一起赢!运动时尚风大行其道,秋冬运动加时尚继续一起赢!

HTDG则以“*To be the WORLD CLASS*”为主题。何谓世界级?是获奖无数还是技压群雄?也许在体育精神的角度,尊重公平竞技和为梦想奋斗的初心,更是赢得世人掌声的WORLD CLASS!HTDG认为运动时尚风,穿上的不只是一种装束,也是一种精神!

服装是一种表达,音乐是一种表达,道具是一种表达,场景是一种表达……所有的一切在时装周上汇合成秀,以时尚的视角,展示出设计师们对过去(怀旧)、当下(潮流)、未来(先锋)的表达。



F/FFFFFF X FEGESS, 绿色花园

一般秀场的地面都是白色的,为了防止地面被踩脏,两旁的工作人员要赶在开场、结束的第一时间,以最快的速度打开、合上铺设在上面的灰色地毯,所以显得异常忙碌。然而,进入FEGESS的秀场,却没有这个问题——为了营造与系列相匹配的充满自然气息的气场,秀场地上直接铺设了厚厚的翠绿色的仿真草地地毯。

本季,FEGESS以浪漫主义为基调的衍生品,透露出宜人的忧郁和感性的流浪气息。设计师所打造的这个有着不羁的内心的男子形象,向往的是“自由、平等、博爱”,展现出一种随性而不随世俗的美与别致。设计师说:“多种社交软件,让人和人之间越来越缺乏接触。我们拥抱了科技的同时,舍弃了感官的触碰。本季通过对此现象的分析,呼唤人与人之间多一份触碰,这份触碰不仅是身体,还有眼神和言语的互动,以此来打破沉闷。”设计师选用含羞草作为表达的媒介,以此传达一种通过触碰而产生无法言说的生理反应来戏说与这个世界交流的过程。

F/FFFFFF X Joporan, 错位空间

现场的布置通过与美国3D艺术家Skene Mline联合创作,结合声光电和数字媒体技术,来表现错位空间与人和人之间的关系。比起秀场,这里更像是一个当代艺术的展厅,秀台围绕着空间的塑造而成为了蜿蜒曲折的道路,让观众可以近距离地欣赏到诸多细节。

本季Joporan通过错位空间与人性以及现实生活的透析,对传统运动风格的服饰做了廓形上的突破,在保持其可穿着性的功能基础上,更加赋予了服装本身的艺术语言。设计师采用非常规的条纹及数码图案,用极端的对比为传统运动服装塑造出新的造型。

