



带着对大千世界的体验入戏

黄鲁哲并不是科班出身——毕业于伦敦威斯敏斯特大学企业和市场营销专业的他在2015年创立无国界眼镜品牌The Owner。他钟爱体验不同的生活,因为他的灵魂正来源于“我最好的作品便是我的生活”。

新一季主打款MOBIUS系列就很有趣,Mobius Band是一个很美很玄妙的

数学模型,由德国数学家莫比乌斯和约翰·李斯丁在150多年前发现。它来源于一根神奇的纸条:把一根纸条扭转180°后,首尾相接形成的是一个没有尽头的跨维空间。黄鲁哲以此为灵感,设计出静置时仿佛艺术装置,佩戴时又能打开新世界的眼镜。立体的设计让它在不同角度有着完全不同的造型。两条非平行的交错曲线让镜片仿佛悬浮在脸上,富有超强的未来感。



新材料展

在这个越来越短平快的年代,曾有人感慨,好看的躯壳很多,有趣的灵魂很少,而在上海时装周,这一魔咒被彻底打破。越来越好玩的SHOWROOM,越来越多元的RUNWAY,让整个城市的弄潮儿们倾巢出动,用最鲜活的时髦方式,表达最鲜明的时尚主张。

Shanghai Fashion Week Fashion

越来越好玩的 SHOWROOM

从设计先导到品质支撑,本季的上海时装周原创设计品牌“亚洲最大订货季”概念持续发力,作为上海时装周从秀场发布功能向多元化服务平台延展所迈出的重要一步,以“买手制模式”为特色的MODE上海服装服饰展、以influencer为题的Ontimeshow、作为最早创办的时堂、以TUBE Delivery为展示主题的TUBE、国内新锐之一的not Showroom……各大展会此起彼伏,粉墨登场,分布在上海各大潮流之地。对于买手们来说,不光要有足够好的眼力,还要有足够的脚力,才不负这场时尚的盛宴。

如果以为,SHOWROOM只是直来直往、枯燥乏味的订货会,那就大错特错了,这一个个商业空间的体验感在这一季得到了更多的重视与充分的发挥,在与展示、服务、商务作用的相互融合下,更为人性化的体验感与互动感亦是对传统展览场景迭代的一种探索。早已更新换代到2.0的SHOWROOM,是生意场更是社交场、艺术场、游乐场。相对于秀场可能一票难求的状况,这里更加像是以“时装”为切入的一个入口,开启充满趣味的时尚空间,打开另外一种公共潮流生活的模式。在西岸艺术中心,Ontimeshow除了展位上热火朝天的交易外,几大展览和主题区域也是可圈可点,极具特色。



马丁学院就读期间,就获得了由伦敦艺术大学校长GRAYSON系列收到了ALCANTARA的面料赞助——众所周知,这个意大利

来乍到时,对未知世界的好奇、兴奋,甚至是一丝丝的恐惧,即便现在和玛丽一起跳入街头画作中的场景。在受到这些童年时喜爱的电影的一些像我一样对未知世界怀着一颗好奇心的人们,突然发现自己开启了系列印花设计通过手工丝网印和热转印刻模技术来实现,全部来自于



个性基于背后的一些东西

W.RONG虽然是一个才成立两年的新品牌,但是它的设计师却是在时尚圈非常资深的设计师,那就是王长荣。毕业于清华大学服装设计系的她,有着长达11年的服装设计和品牌运营经验。曾担任“形上”品牌设计总监,“例外”“Marisfrolg”等国内知名女装品牌主设计师。

这次先是看了她的大秀,发现不过瘾,又来到SHOWROOM近距离观赏。

本季的灵感来源于非常经典的一首童谣《春天在哪里》,通过花朵、彩虹等自然元素唤起了大家对自然的感受,用彩虹般丰富的色彩与图案让人们重新融入自然,再现童谣中的美好回忆。虽然裁剪很大胆,解构也很前卫,但是丝毫不影响实穿性,在轮廓与细节中融入时尚活力,刚柔并济。“关于个性,不应只局限在衣服的造型、色彩,而是要基于它背后的一些东西,要给什么样状态的人群来做设计。”王长荣说。