



# 是時候 逛逛時裝市集

## FASHION PMQ

...

Text by Alice Leung · 迦南 Photo courtesy of HKDC and interviewees

行內人都話，香港以前一代人靠時裝行業搵食，現在做時裝是追夢。

目前全球經濟下行，各地消費信心減弱，買家的採購態度都變得保守，對奢侈品尤其是時裝行業來說無疑是一大挑戰。另一邊廂，本地時裝從業者也要面對各種困難：歐美大品牌速食時裝浪潮，本地產業轉型，生產鏈北移，參展入場成本及租金高昂等等。所以，要實現一個時裝夢，必先要有破釜沉舟的勇氣。

而事實上，香港時裝界人才輩出，不少新晉時裝設計師的作品都非常亮眼，由度身訂造到READY-TO-WEAR都不乏上好之作。然而單憑設計師一顆熾熱的決心是不夠的，一個系列、一個品牌可以輕易在FASHION SHOW一閃而逝，如何後續，除了品牌本身的魅力之外，也要有健康的業界發展，配合適切的政策支援，方能成事。

近年政府大力支持本地時裝界發展，香港設計中心也率先響應，於9月7日至19日舉辦「FASHION PMQ」活動，藉著時裝市集等一連串活動，讓大家認識本地時裝品牌，以及自己城市的文創軟實力，明白FASHION 4 EVERYONE、FASHION @ EVERYONE的精神。

「FASHION PMQ」是首個於PMQ舉行的大型時裝市集及CROSSOVER活動，焦點項目是為期三天的「FASHION MART」，讓大家一次過瀏覽當前最出色的本地時裝及配飾品牌，見證新一代的設計力量，在親切、熱鬧的市集氣氛下，近距離與設計者交流，聽聽DESIGNER BRANDS背後的故事。

今期《DESIGN POST》率先為大家介紹幾個參與「FASHION MART」的品牌，分別是MEIKING NG、LOOM LOOP、FROM HEART TO // COLLAR & TIE、PLAYBACK CONCEPT、以及LISA & SARA，從時裝到飾品，不單止精緻，設計具個性及高辨識度，可謂是屬於這個時代的設計。

本地時裝設計師最希望聽到的，不是「FASHION 嘅嘢，我識條鐵咩？」，而是「你的衣裳今天我在穿」。給他們實際的支持和意見，對設計師來說就是最大的鼓舞。

## 如女人般多變 MEIKING NG

...



MEIKING NG

MEIKING NG 於 2011 年 離 開 比 利 時 安 特 衛 普 皇 家 藝 術 學 院 時 裝 設 計 系， 及 後 在 法 國 品 牌 GUY LAROCHE 任 職 高 級 設 計 師， 並 於 2015 年 創 立 同 名 女 裝 品 牌， 著 意 為 現 代 優 雅、 精 緻 柔 美 的 女 性 尋 找 新 的 定 義。 她 的 設 計 靈 感 來 自 立 體 主 義 及 現 代 藝 術 中 的 線 條、 幾 何 和 建 築 元 素， 希 望 透 過 浪 漫 溫 柔 的 觸 感 演 繹 都 市 女 性 任 性 自 我 的 一 面。 正 反 雙 面 穿， 一 式 兩 款 的 多 元 設 計， 配 合 豐 富 的 層 次 和 纖 細 柔 滑 真 絲 面 料， 形 成 品 牌 獨 有 特 色 和 風 格。

以 MEIKING NG 的 觀 察， 香 港 女 性 對 於 服 裝 會 考 慮 各 種 因 素， 除 了 款 式， 亦 會 考 慮 多 種 場 合 的 可 穿 性 和 實 用 性， 對 品 質、 細 節 和 價 格 各 方 面 都 十 分 精 明 和 謹 慎 比 較。 MEIKING NG 首 創 的 雙 面 真 絲 連 衣 裙 最 受 香 港 女 性 歡 迎， 她 推 斷 背 後 的 原 因：「 香 港 居 住 空 間 有 限， 衣 櫃 雖 然 逼 爆， 仍 會 覺 款 式 選 擇 不 多， 正 反 雙 面 穿 的 設 計 正 好 滿 足 她 們 多 變 的 需 求， 同 時 節 省 存 放 空 間。」

雖 然 市 場 有 很 多 不 同 的 風 格 和 款 式 選 擇， 但 她 相 信 品 牌 的 吸 引 力 不 只 再 局 限 於 外 在 形 象 和 款 式， 更 重 要 的 是 「 內 涵 」 和 「 服 務 」， 不 但 有 單 款 多 變 的 設 計， 亦 提 供 度 身 訂 製 服 務， 按 客 戶 身 型 尺 寸 和 要 求 作 出 調 整， 變 成 客 戶 獨 有 款 式。 透 過 「 FASHION PMQ 」 活 動， MEIKING NG 希 望 更 多 香 港 人 支 持 和 認 識 本 地 時 裝 設 計 品 牌， 提 高 香 港 人 對 本 地 時 裝 的 認 受 性 和 支 持 度。



## 涼紗綢記憶 LOOM LOOP

...



POLLY

注 重 布 料 的 手 感。 涼 紗 綢 是 LOOM LOOP 每 一 季 都 很 常 用 的 布 料， 可 以 說 是 品 牌 的 靈 魂， 但 其 實 物 料 本 身 已 有 300 年 的 歷 史。「 不 少 客 人 進 來 摸 到 這 個 布 料， 都 會 說 她 們 記 得 自 己 母 親 有 這 個 布 料 造 的 衣 服。」 一 份 親 切 感 和 回 憶 所 帶 來 的 共 鳴， 使 涼 紗 綢 成 為 LOOM LOOP 最 受 本 地 人 歡 迎 的 布 料。

LOOM LOOP 在 兩 年 前 創 立， 之 所 以 選 擇 這 個 名 字， 其 實 源 於 「 設 計 從 基 礎 開 始 」 的 理 念。 LOOM 是 梭 織， LOOP 是 針 織， 都 象 徵 回 到 時 裝 的 基 本 步。 至 於 中 文 名 「 碌 碌 」， 可 以 是 英 文 名 的 譯 音 之 餘， 也 分 別 代 表 平 凡 和 高 貴， 意 思 是 利 用 普 通、 平 凡 的 東 西 創 造 出 高 貴 的 時 尚。 LOOM LOOP 以 女 裝 及 飾 品 為 主， 雖 然 男 裝 較 少， 但 也 會 為 男 士 提 供 TAILORMADE 的 服 務。 LOOM LOOP 每 一 季 都 有 不 同 的 設 計 靈 感， 有 的 來 自 電 影， 有 的 來 自 生 活， 也 有 的 來 自 民 間 故 事， 剛 剛 參 加 過 的 紐 約 時 裝 周， 秋 冬 季 系 列 靈 感 便 是 《 梁 祝 》， 利 用 中 西 文 化 交 融 的 創 作 方 向， 透 過 顏 色 搭 配 結 合 紗 綢 和 印 花， 另 一 邊 廂 印 花 圖 案 也 可 以 做 成 飾 物。

透 過 創 辦 人 POLLY 的 觀 察， 香 港 的 顧 客 不 單 只 追 求 款 式 的 外 觀， 更

「 香 港 人 很 懂 得 搭 配， 不 會 著 到 成 身 名 牌， 會 買 些 貴 的， 也 買 些 便 宜 的 去 MIX AND MATCH。 在 飾 品 選 擇 方 面， 大 家 偏 好 選 擇 特 別 的 產 品， 不 喜 歡 和 別 人 撞。 我 最 開 心 大 家 會 耐 心 聆 聽 設 計 背 後 的 靈 感 和 故 事， 衷 心 支 持 我 們。」 飾 物 在 時 尚 界 絕 非 單 單 是 個 陪 襯， 而 是 有 重 大 的 意 義。「 一 個 人 會 買 很 多 衫， 過 了 季 的 衣 服 留 在 衣 櫥 裡， 卻 又 怕 重 複 穿 著 會 帶 給 人 乏 味 的 感 覺。 其 實 只 要 搭 配 一 個 不 同 的 飾 品， 已 是 煥 然 一 新 的 造 型， 由 此 可 見 飾 品 雖 小， 力 量 卻 不 凡。 現 在 很 多 香 港 人 都 普 遍 愛 穿 比 較 PLAIN 的 衣 服， 若 搭 配 一 些 比 較 誇 張、 有 STATEMENT 的 飾 品， 在 造 型 上 有 畫 龍 點 睛 之 效。」

## 全新「呔」度 FROM HEART TO // COLLAR & TIE

...



趙展庭

趙展庭從小留意父親的領呔，觀摩的同時也一直對領呔的演變歷史感興趣。原來領呔最早是貴族用來抹嘴的日用品，後來演變成裝飾，再成為今時今日象徵禮儀的正式服飾。因此趙展庭開始思考呔可以有什麼更大的變化。眼觀現今世代性

別變得多元，很多歐洲女模特兒都喜歡用領呔作裝飾，因此勾起他的一個念頭，就是設計更多變和中性的領呔。

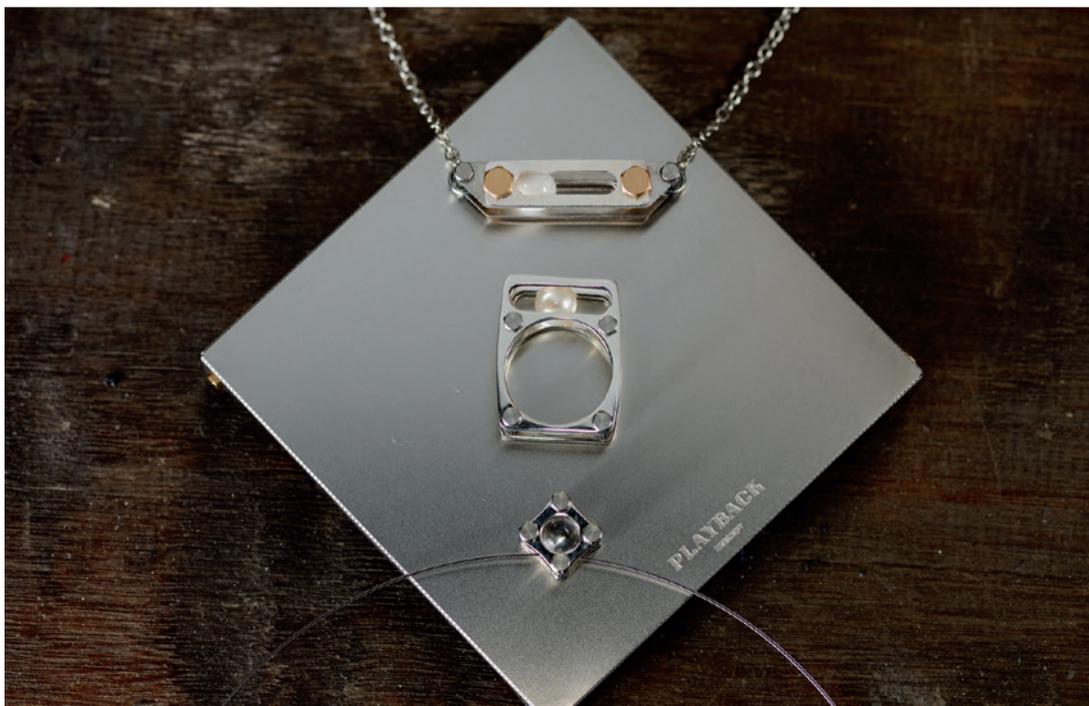
趙展庭所創立的品牌FROM HEART TO // COLLAR & TIE專門售賣領呔或不同頸飾，跳出上班一族的顧客群框架，讓更多不同工作種類的人親近領呔。第一個領呔系列名為「自有我在」，重點在於具個人風格的設計，每款都獨一無二，其中最為突出的是打破常規的箭嘴型領呔，可將內層反到外面，趙展庭希望將此設計送到各個售賣領呔的售賣點，展示領呔的可能性與革命性。另外，「她她與他他」系列在這個中

性的年代，正好迎合中性打扮的愛好者。至於「反傳統效果」系列，便是利用不同物料做呔，例如繩子、吊帶。最後的「創開天地界」系列，是用一些用家的舊衣物或不同服飾部份做成呔或其他頸飾，其中一個有趣的設計便是用牛仔褲的拉鍊位做成領帶。FROM HEART TO // COLLAR & TIE更提供TAILORMADE服務，根據客人的西裝或不同造型度身訂造一條完美搭配的領呔。



## 工藝 X 設計 PLAYBACK CONCEPT

...



「首飾藝術家會視首飾創作為個人情感、價值觀的延伸，如果創作者能在物料、工藝、概念上更為認真，首飾絕對可以成為傳世的产品，歷久不衰。」對首飾如此有信心的是PLAYBACK CONCEPT的創辦人陳寶鋒，他認為獨特的飾物設計品可以令時裝所顯示的風格更為突出，因為穿戴者想投射的想法、個性，除了時裝衣物，還可以從細節上所選用的飾物展示出來。

最初在藝術學院畢業的他，也沒有想過開自己的公司，因為「創業」這個詞當時也沒有現在流行，只是跟很多藝術學生一樣，畢業後沒有第一時間找工作，而是花了很長時間尋找合適自己發展的路。偶然之下畢業一年後得到作品展覽及寄售機會，及後逐漸開了公司，建立了工作室。「自己一向喜歡動手做作品，對技術及機械有很深的研究興趣，以小型金屬作為創作媒介如今看來對我都是很合適的，偶然都會設計不同的金屬產品，但首飾是品牌跟觀眾溝通的重要渠道，我希望我的首飾不是純粹的消費文化符號，或消極的自我沉醉從現實中逃逸，而是透過重新建構文化歷史的脈絡，尋找個人跟社群間的關係，從中探索香港的本位意識。」

除了他自己是首飾藝術家，PLAYBACK CONCEPT的團隊中還有不同工藝的創作者，共通點是他們都有熟練的工藝技術又很喜歡落手「造」，於是經常日夜在石硤尾

的工作室著手研究首飾不同的可能性。「香港不乏好的首飾設計師，但礙於學院受訓時喜歡區分工藝、設計、藝術令創作者思維受限。正因為我們團隊的多元性，我們可以追求概念、款式、工藝的一致性。」PLAYBACK CONCEPT的首飾還有一獨特之處，便是講求工藝跟新技術的結合：從電腦繪圖、立體打印到金工桌上親自打樣，更會跟本地的其他工藝師合作，產品由搜集玉石原料至切割打磨、鑲嵌組裝，都是工藝與設計合作的成果。

產品方面，有主要三類：銅飾、銀飾與及具功能性的LIFESTYLE產品，其中以玩味較重的鋼珠系列和LIFESTYLE系列中的金屬卡片盒，最吸引香港人的注意。「其實香港人對於飾物的接受程度很高，無論是誇張或簡約的款式都會有其客路，很多香港人都願意支持本地獨立設計師的設計，只要是設計上的款式和概念有其獨特性，觀眾其實都能夠分辨出來。」



陳寶鋒

## 「香」港製造 LISA & SARA

...



LISA LAM

香港或亞洲地區通常都是以消費歐美品牌的香味產品為主，甚少香港或亞洲牌子製造以香港人或亞洲人口味為主的香味，但這次「FASHION PMQ」的其中一個參與品牌便是在香港很少見的本地香水品牌。

LISA & SARA 由幾位香味專家創辦，其中一位是回流美籍香港人調香師LISA LAM。以B.S. CHEMICAL ENGINEERING 畢業於美國一所著名公立學府 UNIVERSITY OF CALIFORNIA, SAN DIEGO 的LISA，曾任職於國際大型FRAGRANCE HOUSE 從事R&D 的CHEMIST。對香味調配，香味應用擁有相當豐富的TECHNICAL

BACKGROUND。而且LISA 也有室內設計及時裝設計的背景，所以在產品設計和店舖設計方面也特別具有其品味及時尚觸覺的投射。市面上有不少大品牌香水，但不是每一個味道都適合香港人口味，尤其天氣，皮膚也會令香味有不同的效果和變化。LISA & SARA 的特別之處就是清楚了解香港人喜歡什麼，香味用於不同地方會有什麼效果，而且她們採用JUST IN TIME SYSTEM 製造產品，新香味可以翌日出爐，可以輕易CUSTOM MADE 香味。

自從2015年便開始研發，由最初的本地小工場製作5支香薰開始和擺不同市集售賣令大眾認識，到一年後的今日，LISA & SARA 已經有兩間門市，另有幾個零售商，成功研製並銷售20款香薰、2款SIGNATURE 香水、14款單一味香水、幾款NICHE 香水和CUSTOM MADE 香水、12款香薰蠟燭、10款香味精油，數款護膚皂等等。未來她們會把獨特香味用於生產潤

膚霜、潤膚露等等。「當客人見到 PRODUCTS 係『MADE IN HONG KONG』，而且仲有大品牌質素，都會好驚訝、好開心。」最受香港人歡迎的香味是偏向果甜味的，例如會想起小時候食的糖果的莓味、荔枝芒果水蜜桃味、還有花店的味道。」香水一向都是時尚和時裝一部份，只是我們經常只把眼球放落在服裝上，忽略香味的重要性。「在外國的文化裡，『YOU WEAR PERFUME NOT SPRAY PERFUME』，因為香水是穿上身的，而且每一天都用，不同的香味可用來襯托不同的衣服。例如莓味襯托可愛的粉色裙，雪松木襯托西裝，牡丹加白麝香襯托晚裝，荔枝芒果水蜜桃味用於第一次約會；一個名媛走出來，滿身華麗，這時需要高貴的鈴蘭、IRIS GARDENIA、玫瑰味的襯托。這些都需要研究和配搭。見工、約會、行山，不同場合都需要穿著的配搭。」因此她們希望香港人也能學會香水是「WEAR / 穿著的」，緊貼衣服時尚的一部份，透過在

「FASHION PMQ」展示自家品牌香水，讓大家直接明白香味怎樣將10分的衣著變成11分。



### 「FASHION MART」時裝市集

日期：2016年9月9-11日  
地點：中環鴨巴甸街35號  
元創方 QUBE  
時間：下午1時至晚上10時  
(9月9-10日)  
下午1時至晚上9時 (9月11日)

### FASHION CROSSOVER POP-UPS

日期：2016年9月7-19日  
地點：中環鴨巴甸街35號  
元創方二樓

## 不一樣的時裝市集

...

要繼續發現時裝界的每個經常被忽略的微小部份，你我都是時候逛逛時裝市集。

為期三天的「FASHION MART」時裝市集可算是整個「FASHION PMQ」的焦點，場內的多用途會堂QUBE 將會在9月9日至11日首次化身成為時裝市場，歡迎公眾免費入場，在這個齊集40個本地設計的時裝

及配飾品牌的市場中走走，除了欣賞品牌所展示的設計外，同場更會有音樂表演、攝影及生活品味展覽。攝影展其實是與本地的時裝雜誌合作在一個香港的佈景版前展示本地最新的時裝設計，以呈現「POWER OF HK」。至於生活品味展覽則會展出不同機構獲獎的設計成品，例如香港理工大學紡織及製衣學系、香

港高等科技教育學院、香港知專設計學院及明愛白英奇專業學校。除此以外，大會更邀請了化妝及形象達人擔任工作坊導師，向各位參加者分享潮流心得，傳授專業的技巧和知識。這個市集從來都不是單純一個市集，可以說是一個展覽、一個學堂，更可以說是一個集體工作室，因為

從9月7日開始至19日，香港設計中心邀得不同範疇的設計師把PMQ 內的多個工作室變成FASHION CROSSOVER POP-UPS，限時展出他們的設計，在這個珍貴的平台上交換創意。一連串活動會與同期舉行的「CENTRESTAGE」互相呼應，同時為今年11月由「時裝業發展措施諮詢小組」督導下舉辦的

另一時裝矚目活動FASHION ASIA HONG KONG 打響頭炮。最後不得不提的還有「FASHMOBILE」，想像時裝也可以像流動美食車那樣，穿梭於城市的大街小巷，走遍香港六個最熱鬧的區域，讓香港充斥著時裝所散發的氣味。