

2024秋冬巴黎高定周落幕 设计呈现多元趋势

一袭高定衣裙 就是一件艺术品

日前,汇聚国际顶尖时装设计的2024秋冬巴黎高定周落下帷幕。记者留意到,向来偏好以奢华工艺与先锋概念为主打的高定时装,今年变得更鲜活有趣。一袭高定衣裙,就是一件艺术品。

新趋势 打破“曲高和寡”

“在全新时代潮流下,高级定制时装确实需要变革,新的增长机遇可以从改变趋势方向开始。”广州服装定制设计师高艾丽告诉记者,过往,高级定制在时装领域面向的是对设计与品质有极高要求的极少数人群,因此高定作品也代表了业界顶尖水平。

一袭高定衣裙,就是一件艺术品,这可以说是对高级定制最有诚意的称赞。“我们可以从香奈儿与Giorgio Armani当中看到致敬艺术的概念,今年设计师正不断尝试突破时装设计的边界。”广东十佳设计师诗茹认为,蕴藏戏剧张力的高定时装,总有一种穿越时空的魅力,比如在香奈儿打造的宛如歌剧院的秀场上,羽毛、流苏、半圆宝石以及刺绣花饰,柔和地融入华丽面料当中,包括漆面针织、斜纹软呢、丝质天鹅绒、梦幻珠罗纱等。“设计语言的边界感逐渐被模糊,也就是说正面看是衣服,侧面看又有点像装置艺术,每一个细节都经得起推敲。”诗茹评价道。

记者留意到,同样备受赞叹的Giorgio Armani打造的是雅致美学的意境。“既低调内敛,又奢华璀璨,设计师把光彩都隐藏在刺绣细节与装饰当中。”诗茹评价,将轻盈面料以珍珠大面积缀饰,又或者把丝绸提花织物晕染成半透明,还有融合白色、金色、黑色于一体且保持晶莹剔透感的高定作品,其设计语言已远超前于时装本身。



香奈儿高定服饰设计蕴藏戏剧张力



新科技:在惊艳视觉中表达穿戴

高级定制服饰的面料采用返璞归真的棉布,这一让人意想不到的设计出自Thom Browne高定秀场。“今年巴黎世家设计就在重新考量服装与身体的关系,玩的正是原创科技与材料创新。”定制设计师高艾丽表示,表面看来是设计师将环保元素融入高级定制服装的尝试,如碳纤维、树脂

冷冻材料、植绒羊羔皮、塑料袋融化再造而成的面料等。这些独特的设计背后,设计师探讨的其实是生态循环和服装设计之间的密切关系。

“我们在惊叹时装的美感之余,也会思考未来科技穿戴带来的可能性,例如在面料内隐藏不同功能的高科技芯片或信号发射器。”

在高艾丽看来,科技赋予时装的不仅是修饰功能,还包括未来生活方式的营造。

今年是奥运年,有品牌设计师以严谨的工艺,将标志性的体育运动概念服装(包括弓箭手、铁饼投手、举重运动员的服饰等)进行拆解与重构,打造出带有体育元素且富有生命力的高定作品。

高定珠宝:实现异材质技术突破

今年,除了时装呈现全新的表达外,高定珠宝也实现了工艺与技术的创新突破。例如,华裔高定珠宝艺术家Anna Hu展出突破异材质的创新作品。据了解,这是钛、铝金属运用以及全新“纳米陶瓷”技术突破的成果。其中经典的魔幻幽

兰系列里,耳环与双胸针作品采用了航空级钛金属,工艺难度体现在花瓣灵动活泼的卷曲造型上。

商业分析师小唐表示,从2024年开始,不难留意到,各大品牌如宝格丽、宝诗龙、戴比尔斯等推出多款融合创意设计与创新

工艺的高定珠宝新品。

“高级珠宝集佩戴与收藏价值于一身,未来将成为高定赛道中的蓝海,也是品牌与设计实现商业可能性的捷径。”小唐认为,珠宝相比起服装有更强的商业转化与变现潜力。



Giorgio Armani的高定设计既低调内敛,又奢华璀璨

观察:高定需要融合时装语境重塑价值

正如法国高级定制与时尚联合会执行主席Pascal Morand曾在采访中所说:“时尚行业不能幸免于经济和社会中发生的所有巨变,可持续发展,具有包容性,当然还有数字革命。”

高级定制作为时尚行业的金字塔顶式的存在,变革早已迫在眉睫。分析师透露,高定赛道创造的实际上是高利润产品,但在当下新时语境下,它首先需要的是设计与品牌文化的融入,然后才是核心价值的重塑。抢占新生代消费市场是一个重要转折,过往的优秀经验应该被尝试与应用在更多元的美学与商业空间中。



高级定制服饰的面料采用返璞归真的棉布

高温+高湿

皮肤科专家教你如何科学防晒

最近的天气闷热难耐,我们也不得不面对夏季的必修课——防晒。那么如何科学防晒呢?广州市第一人民医院皮肤科副主任医师莫友、主治医师思远表示,防晒的核心是抵御紫外线,在进行户外活动等紫外线较强的活动时,应该选择SPF值和PA值都较高的防晒产品,确保皮肤得到全面保护。

户外防晒 SPF值和PA值都要关注
紫外线主要分为UVA和UVB两种类型。UVA能够深入皮肤真皮层,破坏皮肤内部的胶原蛋白和弹性纤维,导致皮肤松弛、皱纹加深,并刺激黑色素细胞产生更多的黑色素,使肤色变黑、出现色斑。而UVB则主要作用于皮肤表层,短时间内即可导致皮肤晒伤,出现红肿、疼痛等症状。长期暴露于UVB下,还会增加皮肤癌的风险。

思远指出,在防晒的过程中,许多人存在一些认知误区。有些人过分追求高SPF值(防晒指数,用于衡量

防晒产品对UVB的防护能力),却忽视了PA值(表示对UVA的防护能力)的重要性。她提醒说,在进行户外活动等紫外线较强的活动时,应该选择SPF值和PA值都较高的防晒产品,确保皮肤得到全面保护。

别只关注面部防晒 每两小时应重涂一次
此外,思远还指出,只关注面部防晒是不够的,颈部、耳朵、手背等易被晒伤的部位也不能忽视。她强调,涂抹防晒霜时要确保量足且均匀,一般建议每次涂抹的量应为每平方米2毫克,相当于一元硬币大小的量。同时,由于防晒产品的持久性有限,建议每隔两小时重新涂抹,或者根据产品说明进行补涂。为了更有效地进行防晒,可以结合物理防晒措施,如戴帽子、戴太阳镜、穿长袖衣物等,这些都能为皮肤提供额外的保护。此外,她还特别提醒特殊人群,如孕妇、儿童和皮肤病患者,在选择和使用防晒产品时需要更加谨慎。
皮肤病患者

物理防晒是首选

孕妇在选择防晒产品时,应尽量选择天然成分、温和和无刺激的产品,避免使用含有化学防晒成分的产品,以减少对胎儿的潜在影响。儿童的皮肤更为娇嫩敏感,建议优先选择物理防晒,除此之外,还可以选择专为儿童设计的防晒产品,并确保涂抹量足够、均匀,以避免晒伤和皮肤问题。

对于皮肤病患者来说,物理防晒是首选。思远特别强调,皮肤病患者选用防晒产品时需仔细查看成分表,避免使用可能引发过敏或刺激的物质。涂抹时要轻柔,减少对皮肤的刺激。鉴于皮肤病患者的特殊皮肤状况,建议增加补涂次数,确保皮肤持续得到防护。如遇病情复杂或特殊情况,最好在皮肤科医师的专业指导下选择和使用防晒产品。

邂逅“诗与远方”

盛夏露营带动消费新热潮

随着气温回暖,“露营热”持续升温,正成为人们喜爱的休闲和社交方式之一。当前,由露营活动带动起“露营产业”的发展,掀起了新的消费热潮。

依托资源优势 风格特色化
继露营火爆之后,各地逐步探索其“长红”模式,在提高露营产品品质、丰富露营体验场景、优化露营经济产业链上下功夫,不断加强创新,丰富业态,以满足消费者个性化、差异化、多层次需求。

在露营地建设中,各地充分依托自身独特的自然和人文资源优势,打造出风格各异的露营地。山川湖海、草原沙漠、森林花海……每一处露营地都承载着大自然的馈赠和地域文化的底蕴。

河北石家庄赞皇县依托“百里赤壁,万丈红崖”的嶂石岩地貌和葡萄种植基地等特色资源,打造出一批精品旅游露营地。山西省大同市云州区利用火山群、桑干河湿

地等自然资源,创新性推出湖泊风、峡谷风、火山风、森林风等多样化露营体验。

“露营+”产业融合 场景差异化
随着相关产业的发展逐渐成熟,消费者对露营体验的需求也不断升级,“露营+”产业融合成为新的趋势。多地将露营地与农业、文化、体育、音乐等产业深度融合,打造出一系列差异化露营服务和场景体验。

在山东济南的九如山文艺小镇,一种融合“营地+景区”与“营地+农庄”的创新发展模式正悄然兴起,游园赏花、山泉泳池、篝火电音、星空派对等丰富场景吸引了大批游客。五一假期期间,郑州惠济区聚焦“黄河”“露营”两个支点,打造了“星光露营 夜赏黄河”系列活动,为游客带来一场文旅盛宴。

优化产业链条 服务高质量
“露营热”的蓬勃发展离不开

产业链的完善和服务质量的提升。从露营装备的研发生产到露营地的规划建设,从露营活动的组织策划到露营服务的细致周到,每一个环节都凝聚着行业的智慧和努力。

全自动折叠天幕、太阳能露营灯、便携式户外炊具等小部件、小零件、小家电等露营装备备受消费者青睐,销售增长显著。不少平台还推出“露营套餐”,方便消费者一站式体验购买。
“夏天来临,森林露营所带动的经济发展具有良好前景,相较于传统文旅消费项目,露营经济凭借个性化、低成本、高体验感,以及高度契合年轻人审美需求的优势,展现出了明显的竞争力。”中国社会经济统计研究中心研究员、西南财经大学统计学院教授黎春指出,“露营经济构成庞大的产业链,吃、住、游、购、娱等每一个消费场景都蕴藏着巨大的市场潜力和商业价值。”

青少年强则国强

青少年兴则民族兴

