从魅力展迈向时装周

第十届台北魅力展（TIS）展现台湾创意设计

本刊记者 _ **刘嘉** 文 / 摄

第十届台北魅力展上，丰富的展出内容充分展现了台湾设计师和品牌的原创设计活力，特别值得一提的是，13 场来自不同国家和地区、风格各异的时尚发布，显示出台北魅力展迈向台北时装周的实力与潜力。

由台湾纺拓会主办的第十届台北魅力展（TIS）于 11 月 6~9 日在台北举行。本届展会汇聚 196 家国内外知名设计师和品牌，举行了 13 场主题动态展演，并邀请国际专家围绕时尚色彩趋势、商品策略、创新商业模式等议题举行了 3 场研讨会。丰富的展出内容充分展现了台湾设计师和品牌的原创设计活力，特别值得一提的是，13 场来自不同国家和地区、风格各异的时尚发布，显示出台北魅力展迈向台北时装周的实力与潜力。

在接受采访时，台湾纺拓会秘书长黄伟基表示，台北魅力展不只是专业的展览，更是融入设计美学与创意时尚的多元推广活动，目前已成为引领台湾地区的时尚风向标。本届展会获得日本、意大利、俄罗斯、波兰、韩国、新加坡、马来西亚等多个国家时尚业界的关注。

为了创造展览平台最大效益，本届展会邀请了亚洲知名百货及时尚买手到场，包括日本 PARCO 百货与三越百货、韩国现代百货、马来西亚百盛百货及印尼最大零售集团 MAP Group、中国香港永三集团、印尼老佛爷百货等采购商。

据黄伟基介绍，台湾百货公司也存在同质化和“二房东”现象，但这一现象正在发生改变，比如以新光三越为代表的一些百货公司已经开始转型，将目光转移至新锐的设计师品牌身上。因此，本届台北魅力展上，除了大型百货商家的参与，还有近几年在时尚圈影响力不断增加的精品集合店，包括中国大陆、中国香港、新加坡等地的买家也积极来台洽谈设计师品牌代理。

亮点1 13 场发布秀密集上演

本届展会特别规划了亚洲设计师世代传承、时尚香港、亚洲实力派女装品牌、魅力鞋履、原民风采、台北好时尚等不同主题动态展演共 13 场。主办方运用松山文创园区后现代工业感的建筑群特色，斥资打造国际级大型 T 台。

刚刚在中国国际时装周上摘得“金顶奖”的潘怡良，将其与台湾爱普生科技跨界合作的作品带到了台北魅力展。

台湾设计师许艳玲再度联手陈科维带来精致汇演。此外，新加坡资深设计师 Alfie Leong 也与 Angela Lim 联手举行“新·星”时装发布秀。

徐秋宣“岁月如梭，日常如常”的发布秀上，10 多位艺术家参与走秀，联手展示了传统文化与摩登时尚的结合。设计师徐秋宣以蓝染手法，表达了日常中素雅质朴的本然魅力。

以“枢·NEXT POSSIBILITY”为主题的 2014 时装设计师新人奖决赛也在本届展会期间举行，从近 500 位参赛者中选拔出的 16 位设计新秀进行了激烈角逐，周裕颖以“反时尚”为主题的作品摘得桂冠。

面对如此丰富且重磅的时尚发布，不少业界人士感叹，台北时装周的概念已不再遥远。

亮点2 静态展区品牌荟萃

相较于视觉感极强的走秀，静态展示则以沉稳质朴的原木搭配精致展具，使得所有展品透过风格抢眼的陈列呈现最佳视觉效果。

展出品牌不仅包括 CRYSTAL WANG、Dleet、OFGANS WITHOUT BODY、ANDRE KAO 等近年来征战我国香港、新加坡、东京等地时装周的设计师品牌，还有羽绒品牌 Due+、意式风格的 Modo、唯美浪漫的 Chaber、都市时尚风格的 MADAMMAY，以及台湾纺拓会自创品牌 design+ 等。

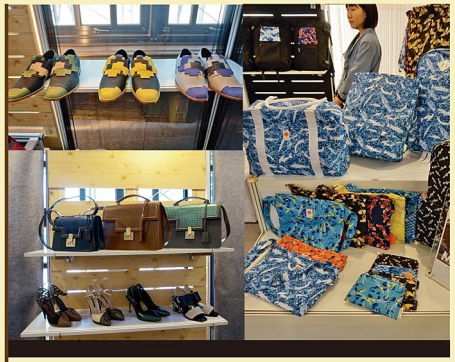
图纭国际有限公司带来了 MAGAMMAY 和 CHOPY 两大品牌，设计师徐明美表示：“刚刚跟随台北魅力展参与了在上海世贸商城举行的展示活动，收获很多。近年来，我们已经成为台北魅力展的忠实粉丝。”据悉，该公司自创办以来专注企划与设计，在通路方面则依靠已成功合作 10 余年的经销商。这种特别的运营模式，让图纭国际的团队可以集中力量做好设计，司时，为了保障能够及时得到来自零售消费方面的反馈，该公司每月都会与代理商进行深度沟通。

而极具张力与创意的设计师品牌 Daniel Wong 在本届台北魅力展上带来了首季作品。首季作品中的丝巾让人印象深刻，印花精美而具有狂野气质，丝巾四周装饰以小羊皮的设计，再度强调了这一系列强烈的风格属性。据该公司行销公关专员赵玉婷介绍，该品牌设计师 Daniel Wong 为 Versace 品牌的首席印花设计师，本季设计师主题为“探索”，灵感来自于丰洲森林。目前，该品牌在台湾已开设了多家店面，有 1 家为自营，其余几家以进驻多品牌店 Club Desinger 的形式设立。对于大陆方兴未艾的多品牌店，赵玉婷表示，目前，该品牌正在接洽一些知名买手店，希望以此开拓大陆市场。

亮点3 品牌国际化视野更开阔

台湾华东联合有限公司带来日本的 Juicy、Khaki-design 以及 cabinet de Tokyo 等品牌，品牌风格多样百变。上海世贸商城则组团带来了 Yihui 等品牌。此外，还有来自新加坡的 Ange Révolte、FFAYTH，来自韩国的 NMIYA by Cho jung mee 和 Blacklip，来自马来西亚的男正装品牌 FAIRUZ RAMDAN，以及香港贸发局所带来的 14 个设计师品牌。

在现场，香港贸发局制造业拓展部助理经理叶敏姿表示：“这次参与展示的香港品牌商品从童装到时装都有，大家都因台湾时尚的潜力和台北魅力展的成功慕名而来。”



亮点4 精致配饰装点服装

除了服装品牌，本届展会还展出了不少鞋履、包袋等配饰品牌。鞋履类品牌包括来自台湾的 Sweet Villians、WKY、ZOODY、辉特 F·KNIT，以及电商品牌 DRESS CODE 等，包袋品牌则包括 PEPPER’S、REORE、Crazip、DARTMECO 等。

据 DRESS CODE 品牌设计师陈育绮介绍，该品牌创立不久，此次参展带来的是 2015 年春季新品。目前，该品牌产品主要在韩国生产，因为品质和原料都更为高端，并且适应他们起订量小的特点。未来，希望通过台湾企业能够将生产线转移至大陆。TA