

“发财”印在鞋上 “福”字满大街跑

# 玩中国风 大牌还得补上文化课

“中国元素”似乎在如今的时尚圈成了曝光率最高的词之一，八杆子打不着的老外们都挤破脑袋往里钻，以此来表达自己对中国市场的“忠心”，但“讨好”这种态度从来都是有风险的，一不小心玩走火了，不仅生意难做，还会落得万千嘲弄，不过，如果你觉得被“批”也是另一种博得眼球的方式，那么这就另当别论了。

“福”和“发财”满天飞  
 不是山寨，胜似山寨

很多人应该记得沛纳海曾经出过的一块福表吧，这个福字曾经让不少钟表面露难色。“不知道该如何形容看到这块表的感受，虽然在设计上他们也是用心的。但总觉得有点怪怪，浑身不舒服。”一表评人坦言。“福”字是中国文化的一个很容易被认出的象征，也自然成了老外们灵感的来源。这不，Burberry最近也火了一把，原因是他们推出的春节限量围巾，在传统的格子羊绒围巾的末端绣了一个红色的“福”字，且不说这个福字让围巾价格比寻常款贵了850元，更重要的是，网友们坐不住了。“福字不好看，字体应该好好设计一下。中国的福字是倒写的，没掌握中华文化精髓啊。”这还是比较理性的网友点评。另有苛刻者则直接炮轰：“不是山寨，胜似山寨。”

记忆中，在“福”字上做文章的

老外都倒下了，生意如何且不说，至少收获的基本都是网友轰炸。

更有话题性的，则是最近曝出图片的一双运动鞋。“发财 Air Jordan 1”的出现引起了轩然大波，鞋子本身是红色的，还有中国结，更吸引眼球的则是汉字“恭喜发财”（发财还是繁体）印在鞋体上。在一阵热闹后，有人澄清这双与 Air Jordan 1 神似的鞋款并不是 Jordan Brand 官方打造，而是由定制品牌 THEREMADE 私人制作的。据说这个鞋子一共8双，分别在中国和美国发售4双，赶在中国农历新年期间推出。

可怕的还在后头呢。某运动鞋上还印着莲花，鞋体内写上了“年年有余”。一知名时尚圈人士说：“凡人踩着莲花不就是要去东边天的对边吗？太逗了。”

青花瓷、牡丹红就是中国元素？  
 中国文化课，老外还得补补

“想抱中国消费者大腿，也还是有技巧的。这可是消费了全球1/3奢侈品的人群。”一网友感叹。曾几何时，青花瓷、龙凤黄、牡丹红这中国风的“吉祥三宝”基本成为了老外们对中国的全部想象——有品牌做过青花瓷的礼服，比如 Roberto Cavalli 和 On Aura Tout Vu，整条裙子看起来像一只瓷瓶，牡丹红就不用提了，绣上牡丹花的都不在少数。龙年时品牌们最忙碌，各种与龙相关的产品浮现，关于龙的造型也成为了话题——龙在中国和西方的形象不同，意义也不一样，这也导致一些品牌销售惨淡。

为什么一些在西方文化中很普遍的设计方式一旦加入所谓的中国元素就变味了呢？比如英文 T 我们见多了，但 T 恤上印个中国字多半是让人摇头的，尤其到了不懂中国文化的老外手中，笑料就多了。其实本土设计师做过类似的设计，比如上官喆(Sankuanz)做过以街头流行风为主的系列，白色服装上被绘制上了大量的图案，其中中国文字也被列入其中，如“厉害”印在 T 恤上，也算有趣。但前提是他走的是街头风，同时“厉害”这个字体做过设计，看起来有一种不羁的感觉，而这恰恰是老外们缺少的文化基础。“字体语境完全不懂就来玩中文，这是引火上身。”有网友评价，“能不出笑话吗？”

爱马仕为中国客人定制的铂金包这事一度让人吐槽，但他们也有非常聪明的举措——“上下”这个由爱马仕投资的品牌交由中国团队掌舵，挖掘的就是中国传统工艺，算是老外做中国品牌中成功的一例。

“由于奢侈品品牌的商品本身已形成相对固定的风格，如果将中国符号生硬加入，效果往往适

得其反。相比之下，珠宝、手表等更注重工艺的商品，在与中国元素结合时会比较讨巧些。”财富品质研究院院长周婷说。宝珀的中华年历表就是一个特例，它是将中国的传统历法结合到手表功能中，比起雕龙绣凤效果好多了。



## 2015 圈里流行的“奇葩”风

在人们日常的概念中，保暖和时尚这两个词，总是相距十万八千里，然而2015年，时尚圈的流行风却把这两者给捏在了一起。刚刚结束的米兰时装周，Versace 和 Emporio Armani 相继在秀场中推出了毛裤系列，让看客们大跌眼镜。

### 毛裤登场

当地时间1月20日，意大利米兰2015男装周完美谢幕。在短短4天的时间里，70余个品牌五花八门的大秀挑逗着人们的视觉神经，轮番展示了2015—2016秋冬男装的最新潮流。在这个充满文艺情调的国度里，浸染过的时装也透出低调而奢华的看点：有蕾丝抢了胸肌风头，有男人蝴蝶结的怪诞，连毛裤也频繁登场……

在今年的米兰秀场中，为了迎合秋冬的寒冷，反季节的时尚元素并没有喧宾夺主，像漆皮、鹿皮、针织和皮革等应季的材质随处可见，看来时尚圈也意识到了保暖的重要性。随着 Versace 和 Emporio Armani 毛裤单品的闪亮登场，有人调侃，妈妈再也不用担心自己的孩子不穿毛裤了。

在本届的男装周中，2015 国际流行

色“玛莎拉蒂酒红”，在男装基本色黑、白、灰之余成为了调节沉稳和情趣的主色调。除此之外，其他的亮色也多次出现，点缀了寒冷的秋冬季节。亮黄、橘色、淡粉、军绿、钴蓝、橄榄绿都是打破男装沉闷的时尚元素。

### 恶搞面纱

实际上，怪诞、超现实的另类时尚在往年的时装周中也不少见，有时甚至会掀起一阵风暴。曾经的面纱另类装扮就曾风靡时尚圈。

面纱作为英国贵族淑女的最爱装饰，曾经风靡一时。隐隐约约躲藏在面纱后面的脸，神秘又具风情，令多少绅士为之动容。而多年后的今天，面纱已经被追求简洁、讨厌繁复的现代人抛弃。但在 T 台上，面纱无疑是造型师们打造另类造型的好帮手。只不过，这些面纱抛弃了淑女温情，变换出更多别样的感觉：颓废、火辣、神秘，甚至古怪。虽然不实用，但不妨碍它们变得有趣。



## 这个情人节 把爱装在盒子里

### MENG FLORA+ 理性之爱

简约、刚直、都市感强烈的 MENG FLORA+，区别于市面主主打浪漫、清新的花艺产品，以 B to B 商务用花为主，兼顾 B to C 的传统鲜花礼品配送。

Q: 较之传统花束，花盆在艺术性、时尚性方面的优势在哪里？

A: 花盆的盒体本身就像传统花束的包装纸，但其延展性和装饰效果来得更有力。而且围绕花盆产品的制作和包装，我们用到的附件小元素达到13到15件之多，它的整体表现力比花束更强。此外，从送礼的便捷性、实用角度来看，花盆显然携带、保存起来都更方便。

Q: 春节即将来临，什么花材是装点生活的首选？

A: 首选大花蕙兰吧，对于中国新年来说，兰花类的花材是首选。此外，春天快到了，君子兰也会开了。

### Roseonly 一生只送一人

Roseonly 用户在购买鲜花时，必须同时注册自己女友的信息，之后收花人的资料不能更改。花材方面，选用全球顶级玫瑰。平日有 mini cooper 帅哥送花，重大节日会请当时最红的男神作为特使为粉丝送花。

### 野兽派花店 像野兽一样去爱

野兽派花店关注人的情感和不为潮流左右的品位，赋予一花一物自由自尊的灵魂，产品涵盖花艺、家居、艺术品和个性配饰。

“野兽派追求美而有趣的东西，这里不只有花，还有生活方式类的东西。我们不想定位成花店、咖啡店或是杂货店，我们想把所有东西放在一起，将店铺打造成小镇的感觉。”

术品’的品牌公司，roseonly 的目标是做品牌，做鲜花行业内的奢侈品。我们售卖的不是玫瑰，而是承诺。这个最珍贵也是别人无法抄袭的。”

——蒲易，roseonly 母公司创始人

——Amber，野兽派花店创始人

