

2024 · 10

时尚雅韵

电子月刊 NO.01

主办：

中国皮革协会

联合出品：

中国流行色协会

北京服装学院

POP 趋势

导语：

由中国皮革协会主办，与中国流行色协会、北京服装学院、POP 趋势联合出品的“**时尚雅韵电子月刊**”（以下简称**时尚信息手册**）于 2024 年 10 月正式推出第一期。

时尚，是一场永不落幕的盛宴。本时尚信息手册犹如一把开启皮革行业时尚宝库的钥匙，为您定期呈现一个丰富多彩的时尚世界。在这里，您将领略到最新的国内外品牌、文化、设计、色彩等时尚动态及潮流趋势，成为引领行业潮流的风向标。

无论您是时尚行业的从业者，还是对时尚充满热爱的追求者，这本时尚信息手册都将成为您不可或缺时尚指南。让我们一起翻开这本手册，开启精彩的时尚之旅。

PART 01

摩登视角

2025 春夏关键色彩——鸢尾紫、欧碧绿

鸢尾紫

COLORO 129-72-12
PANTONE 14-4110 TPG

欧碧绿

COLORO 056-86-16
PANTONE 12-0312 TPG

鸢尾紫

浪漫 / 轻盈 / 灵动

Dior

Fashion east



紫色，往往留给人神秘而高贵的印象，鸢尾紫却提供了不同的面貌：浅淡的色调灵动而轻盈，仿佛浪漫的絮语在耳边缓慢萦绕；偏冷灰的色调又注入一丝若即若离的朦胧感，营造出梦境般的暧昧氛围。低调柔美的鸢尾紫，不仅为巴黎的奥运赛场增添了一抹清新与优雅，清凉微冷的偏好也蕴含着消去夏末暑气的魅力。鸢尾紫如同迎面而来的初秋的凉爽微风，似梦似幻，云淡风轻，赋予造型以灵气与静谧气氛。



绿色，通常关联着生意盎然的春天，有着明亮蓬勃的意味。和饱满的绿意不同，欧碧绿清浅明亮的色调褪去了原本喷涌的生命热烈之感，退减的彩度与高明度的相遇使颜色呈现清新通透的效果，颇有一番秋日的爽气，在无声中消解了余热。欧碧绿命名源自自然中少见的浅绿色牡丹，与自然休戚相关的特性，可见色彩中蕴藏着的治愈力量。柔和平静的色彩调性能够起到安抚人们情绪的作用，并象征着可持续与自在通透的生命力量。（来源：中国流行色协会趋势研究中心）

PART 02

国际风尚 · 脉动

1. On 昂跑 携手北京 SKP-S 发布全国首个快闪店

2024 年 9 月 13 日，「On 昂跑 北京 SKP-S 快闪



店」盛大开业，并将长期营业，本次开业标志着 On 昂跑 在零售体验上的又一次创新尝试。快闪店由瑞士运动品牌 On 昂跑 联手北京 SKP-S 共同打造，以运动激发灵感，采用白色为主色调，以天际交界处的维纳斯带为启发带来快闪空间的首期背景。（来源：CFW 时尚 东郭菁成）

2. 爱马仕发布 Swift 小牛皮和 Evercolor 小牛皮鸡尾酒箱

爱马仕发布鸡尾酒箱，搭配白蜡木、Swift 小牛皮和 Evercolor 小牛皮，这款鸡尾酒箱以独到现代格调新意展现爱马仕箱包制作传统，配以加固箱角、侧面提手与包底铆钉，匠心礼赞温馨欢聚时刻。此作品凝聚多种箱柜与皮革专业制作工艺，由工匠精工细制而成。栓扣设计便于优雅开合，箱内珍存整套圣路易斯水晶厂 (Cristallerie Saint-Louis)Manhattan 系列酒具，抽屉中随附其他鸡尾酒必备用具。（来源：CFW 时尚 公良萧兰）



3. 勃肯鞋开出华北首店，布局缓慢如何适应中国市场

与 UGG 和 洞洞鞋 并称为“当代三丑”的 Birkenstock 勃肯鞋来北京开店了。自 2017 年以来，



Birkenstock 在中国内地开设的门店全部关闭后，品牌于今年 4 月在上海久光百货重启线下业务，5 月还在上海张园开设了限时店。微信小程序显示，目前

Birkenstock 在中国仅有 4 家门店，分别位于北京、上海、深圳和香港。（来源：北京商报 蔺雨葳）

4. 耐克推出全新 Nike City 运动休闲鞋款

耐克近日推出全新 Nike City 运动休闲鞋款。Nike City 产品定位灵感来源于产品本身以及穿着者的精神。他们并不被网红或最新



潮流所吸引，而是从他们身边的环境、所在城市、所在的工作环境以及街头精神中汲取灵感。（来源：CFW 时尚 濮阳青）

5. 日本高端性能户外品牌 Goldwin 成都太古里门店开幕

Goldwin Inc. 自 1950 年创立起，即专注于功能性



户外领域，尤以滑雪服等专业装备著称。旗下同名原创品牌 Goldwin，继 2021 年在北京开设中国首店之后，将目光聚焦西南，于 8 月 2 日全新

启幕成都太古里门店。（来源：CFW 时尚 闻人果）

6. 「PELLIOT 伯希和」融资数亿元

日前，「PELLIOT 伯希和」完成数亿元人民币 B 轮融资，本轮融资由启明创投领投，创新工场、金沙江创投等跟投。据悉，本轮融资将用于伯希和专业及高端产品线的创新设计与研发，同时用于公司线下渠道布局及全球供应链体系的完善。（来源：赢商网 王菀）

7. 巴菲特投资的美国百年跑鞋 Brooks 重回中国市场抢占跑鞋生意

百年品牌，被巴菲特买下。Brooks 创立于 1914 年，总部位于美国西雅图，与 ASICS、Saucony、New Balance 齐名，被称为“全球四大跑鞋品牌之一”，该品牌业务遍及全球 50 多个国家及地区。日前于上海浦东嘉里城开出其中国大陆首店。（来源：赢商网 AriaChoi）

8. 蔻驰母公司中国市场销售额下降，轻奢品牌失宠？

蔻驰 (Coach) 母公司泰佩思琦集团 (Tapestry) 发布截至 6 月 29 日的 2024 财年第四财季业绩报告。该集团净销售额为 15.9 亿美元，上年同期为 16.2 亿美元；营业利润为 2.35 亿美元，营业利润率为 14.8%；净利润为 1.59 亿美元，摊薄后每股净收益为 0.68 美元。核心品牌蔻驰销售额约为 13 亿美元，同比持平；凯特·丝蓓 (Kate Spade) 下跌 6% 至 2.9 亿美元；思缇韦曼 (Stuart Weitzman) 销售额大跌 19% 至 5060 万美元。（来源：北京商报 陈晴）

PART 03

中国故事 · 速递

1. 大理洱海绽放，爱华仕箱包掀起时尚出行风潮

作为中国箱包头部品牌，爱华仕箱包携带年度新品在大理洱湖畔开启一场别开生面的时尚走秀，展现了时尚与



自然的和谐交融，吸引了行业内外的目光。（来源：CFW 时尚 夹谷博）

2. 2024 年度中国皮革行业杰出设计师和十佳设计师名单揭晓

9月28日，由中国皮革协会主办的2024年度中国皮革行业设计大师、杰出设计师和十佳设计师推荐活动落幕，经审核专家组严格审核，中国皮革协会批准，向社会隆重推荐杰出设计师3名，十佳设计师10名。十佳设计师中包含鞋类设计师4名，箱包皮具设计师3名，皮衣裘装设计师3名。

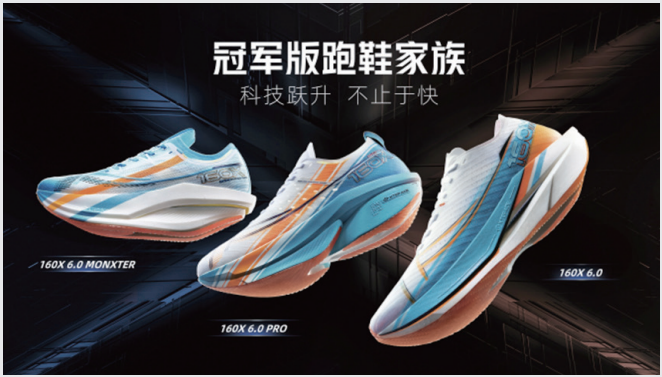
杰出设计师：卢薪羽、卢春、蒋熙。

十佳设计师：浙江尚谷传祺服饰设计有限公司创始人卢薪羽，上海欧基亚贸易有限公司创始人卢春，广州市熙上品牌策划有限公司创始人蒋熙，浙江如月服装设计有限公司创始人周如月，海宁怡语原创服装设计有限公司设计总监鄢飞，浙江奥康鞋业股份有限公司设计研发总监蒋伍虎，广州履朴信息科技有限公司创始人曹中华，设计师品牌 RAY SHENG 创始人盛锐，VIELINE（薇菱）CEO 兼首席创意总监督诚，设计师品牌“木子力工坊”创始人李力。



3. 特步新一代冠军版跑鞋发布

近日，领跑“黄金时代”特步新一代冠军版跑鞋发布会在厦门开启，并于当晚全量发售。新一代冠军版跑鞋 160X 系列重磅发布，不仅有 160X 6.0、160X 6.0 PRO，还推出了 160X 6.0 MONXTER。值得一提的是，160X 6.0 MONXTER 的名字由马拉松冠军吴向东所取，全球限量发行 2000 双。（来源：联商网 李瑟）



4. 中国运动品牌运动品牌走上“竞技场”

今年的巴黎奥运会，安踏、阿迪、耐克、FILA、



孙颖莎、王楚钦混双摘金，
图源：Paris 2024 Olympics 官网

lululemon、李宁、匹克等品牌纷纷下场，或抢当开幕式运动员礼服“设计师”，给品牌争一个“开门红”；或一举包揽国家队领奖服的设计，让品牌出现在国旗升起的地方。也有品牌押注各项赛事金牌得主，提前签约代言人；更有的直接拿下单项国家队的赞助权，为全队运动员们提供比赛服装和装备。

从开幕式至今，各个体育项目如火如荼地进行，多个单项的冠、亚、季军相继诞生；发生在知名运动员们身上的话题不断更新，其背后押宝成功的运动品牌们也忙得不亦乐乎。（文字来源：连线 Insihgt 窦文雪）

5. 回力 1927 巴黎时装周大放异彩 东方风尚闪耀国际舞台

2024 年 9 月 28 日，在全球时尚界的瞩目下，回力旗下子品牌回力 1927 携手 Red runway 项目，于巴黎时装周上成功举办了其海外首秀，以“Timing 无界之时”为主题，向世界展示了东方美学的独特魅力与无限可能。（来源：中华新闻）



6. 儿童运动市场持续增速，361°破圈领跑“四巨头”之首

361°公布 2024 年上半年业绩，财报数据显示，今年上半年 361°儿童业务的收益增加了 24.2%，达到 11.3 亿元人民币，而电子商务业务的收益也增长了 16.1%，达到 12.5 亿元人民币。（来源：CFW 时尚 公冶靓分享）

7. 迪桑特三年内做到 100 亿

2023 年，迪桑特在中国地区实现了年入 50 亿元的惊人业绩，并计划在未来 3 年内成长为一个“百亿品牌”。（来源：Vogue Business）

PART 04

明星与名品

1. Rimowa 宣布奥运冠军樊振东为品牌挚友，携手推出“热爱当红”全新广告大片

Rimowa（日默瓦）宣布世界知名乒乓球运动

员樊振东成为其品牌挚友，携手共赴全新旅程。在品牌全新释出的 Essential 系列红色行李箱广告大片中，樊振东与 Rimowa Essential 系列红色行李箱一同亮相。（来源：CFW 时尚）



2. 路易威登正式宣布 Jude Bellingham 出任品牌挚友

路易威登欣然宣布英国足球运动员 Jude Bellingham 出任品牌挚友，彰显时尚风范与体育精神的结合。（来源：CFW 时尚胥豪佩）

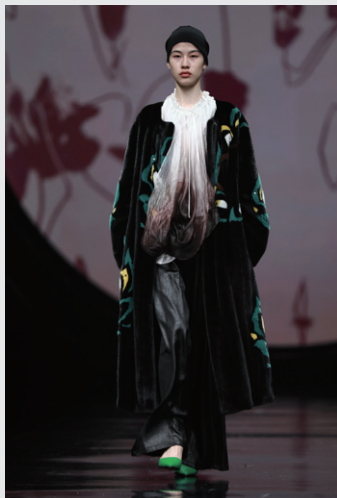


PART 05

东方独韵

1. “璀璨”余姚·哥本哈根皮草流行趋势发布会

2024 中国（余姚）国际裘皮时装博览会举办了以“璀璨”为主题的余姚·哥本哈根皮草流行趋势发布会。



2. 山野为景，稻田为台，衣迪阿诺 2024 田野时装大秀焕发彝绣千年技艺

以山野为景，以稻田为台，由中国非物质文化遗产彝族服饰代表性传承人阿牛阿呷联手越西彝绣代表品牌衣迪阿诺共同打造的 2024 时装大秀在广袤无垠的越西普雄田野拉开帷幕。



3. 2024 广东时装周 - 秋季引领时尚潮流

2024 广东时装周 - 秋季(第 34 届)超过 500+ 企业、100+ 时尚品牌、200+ 设计师以及来自全国各地 20+ 产业集群参与其中，吸引了超过 40500 名专业观众亲临时时装周现场，线上在央视频、华数 TV、YY 直播、广州广播电视台南国都市频道等 19 个平台累计超过 1.26 亿人次收看直播，为链接时尚消费与本土文化搭建了创新与传承的桥梁。



PART 06 设计师说

资深皮草时装设计师、皮草时装设计实践教学专家刁梅



刁梅

40 年融入生命的热爱与执着

1 服装设计行业不仅有瞬间 T 台秀上的鲜花和掌声，更多的是：

因热爱而努力、因热爱而面对繁杂琐碎、日复一日的艰辛、因热爱而付出的智力 + 体力的劳作 这份看似光彩耀人的职业，不仅需要专业设计师与生俱来的天赋加持，更需要持之以恒、耐心细致、顽强执着、以及超凡的敏锐与共情。

对于产品创作，设计师不仅要具备艺术家的灵魂，更要有科学家的态度：即要冠于产品精准的群体性定位，又要表现群体性定位中个体独特的穿衣需求。

2 创意绘图，是服装设计师明确传达意念创思的具体表现，也是让他人了解、领悟新设计的风格特征、廓形呈现、结构形式、细节修饰等一系列的表现手段。

从技术层面上讲，服装设计师把控服装各部位的比例、尺寸亦是敏锐眼光的一种表现，这里强调的是：无论是平面绘图还是立体剪裁，技术是可以通过学习所得到的，但眼光和品味（美感修养）仅凭一两次老师的传授是远远不可能得到的，提升自身的眼光美感和修养是长期不懈的努力才能够获得。

服装设计师在技术层面的专业美感体现：

通过二维设计图向三维立体服装剪裁进行转变，比例与尺寸感是不可或缺的：

(1) 服装设计图与实际人体之间的尺寸差距，归类认知类群体的体型尺寸与特征；

(2) 用专业的比例、尺寸法，来优化服装的设计效果。

(3) 用于形象的头版与市场的生产版之尺寸，各部位是有很大的区别与不同的；

3 服装设计师的专业审美表现：

(1) 设计师造型美感表现——大廓形的整体表现与各部位局部的造型比例表现；

(2) 设计师色彩美感表现——各类色彩表现出

的独立个性与着装者的气质表现；

(3) 设计师材质美感表现——单一面料地纯粹表现与混搭肌理材质的不同表现；

(4) 设计师图案美感表现——图案纹样丰富的故事叙述品牌风格的塑造；

(5) 设计师修饰美感表现——服装细节的修饰与穿搭是最终的艺术表现。

4 服装作品的时尚感表现，反映的是服装设计师对服装风格的把控与设计要素的专业运用，以及对流行、大事件与热点的敏锐独到的表现力

(1) 对目标定位人群特性的熟知（通过服务所获得）；

(2) 对特定服装类别融入流行热点的表现；

(3) 具体款式、色彩、纹样、材质以及细节修饰等综合内容的灵活应用。

从业 40 年来的感悟颇深，要说的话也很多很多，希望我的感悟对新一代的设计师们有所帮助。

PART 07

奢侈档案 · Valextra

在时尚的轮回中，有些品牌如同恒星般永恒，Valextra 便是其中之一。这个被誉为“意大利爱马仕”的品牌，以其极简的设计和卓越的手工艺，成为了品味与低调奢华的代名词。

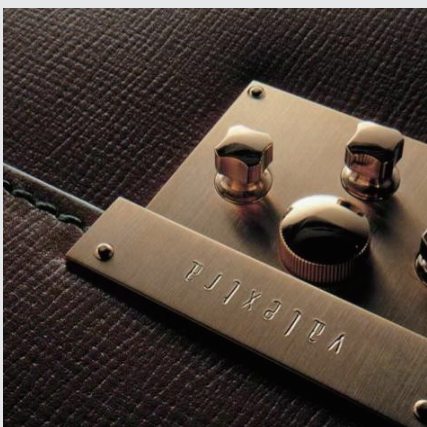
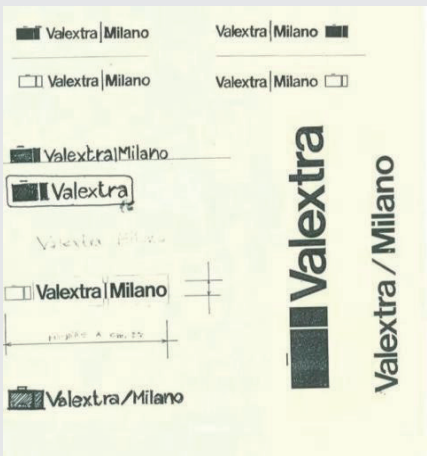
起源与传承

Valextra 的故事始于 1937 年，由 Giovanni Fontana 在米兰创立。这个名字，源自意大利语中

的“Valigeria”（旅行箱）与“Extra”（非凡），预示着品牌对非凡工艺的追求。Fontana的设计理念深受建筑美学的影响，这使得 Valextra 的皮具在形态与功能上都展现出了独特的几何美学。



20 世纪中期，该品牌敏锐地观察人们不断变化的需求和欲望，发明出具有全新精致美感的皮具。



“Vale-extra”这个名字指的是工作室出品的每一件物品的额外价值，这种价值超越了工艺、材料和形式的标准。最早的雏形是一款带有“额外”功能的 valigia 行李箱。这两个词放在一起，组成了一个新的词：Valextra。这款行李箱本身就很好地诠释了这个名字。这款行李箱诞生于 1954 年，专为商务旅行过夜而设计，其一侧是用于放置换洗衣服的隔层，另一侧是用于放置文件的可拆卸公文包，可满足这种需求。这种整洁的分隔让用户能够减少翻找的时间，而将更多的时间用于完成工作。这是一个体贴、出乎意料且极具特色的“额外”功能，体现了对美感和实用性的热爱。

设计与创新

Valextra 的产品设计从不追求浮夸的装饰，而是以简洁的线条和实用的功能著称。它的每一款手袋，都是对材质、色彩和形状的精心考量。从经典的 Iside 手袋到创新的 Passepartout 魔方包，Valextra 不断以新颖的设计语言诠释着品牌对美学与实用的理解。



Iside



passepartout 魔方包

文化与艺术

Valextra 不仅仅是一个皮具品牌，它更像是一个文化符号，代表着米兰这座城市的时尚精神。它的旗舰店不仅是商品的展示空间，更是艺术与设计的展览馆。每年，Valextra 都会邀请不同的设计师为其店铺打造独特的空间体验，这使得每家店铺都成为了城市的文化地标。2024 年，Valextra 与坎图设计实验室 unPIZZO 的最新合作，将他们对传统编织艺术和保持纺织传统的热情与 Valextra 对保护和创新的追求结合在一起。在这里，其创始人 Agnese Selva 和 Bettina Colombo 解释了他们第一次接触家乡古老



艺术的过程、他们创造新颖有趣产品的灵感，以及我们的 Sportami Via 手提包是如何诞生的。

市场与影响

尽管 Valextra 一直保持着小众的定位，但它的



影响力却不容小觑。从摩纳哥王妃 Grace Kelly 到好莱坞明星，无数名流都是 Valextra 的忠实拥趸。在中国市场，Valextra 虽然进入较晚，但其独特的品牌魅力和高品质的产品迅速赢得了消费者的青睐。从 20 世纪 40 年代到 70 年代，Valextra 手袋和行李箱经常被名人和富豪购买。其中

包括詹尼·阿涅利、格蕾丝·凯利、亚里士多德和杰奎琳·奥纳西斯、玛丽亚·卡拉斯。

未来展望

随着消费者对个性化和品质的追求日益增长，Valextra 的设计理念和产品哲学更显珍贵。品牌将继续以其独有的方式，探索设计与生活的无限可能，为追求卓越生活的人们提供更多非凡的选择。

Valextra，一个将设计与生活完美融合的品牌，它的前世今生，是时尚界的一部传奇，它的潮流演变，是对美学和工艺的不懈追求。在未来的时尚舞台上，Valextra 将继续以其独特的魅力，演绎着低调奢华的永恒故事。（来源：北京服装学院 周晓童）

PART 08

时尚 DNA

飞行员皮夹克：时尚天空中的永恒飞翔者

飞行员皮夹克在 2024 年秋冬季度的时尚圈中表现出色，它不仅作为复古又时髦的常青单品之一，而且在本季度设计师们的创新演绎下，展现出了前所未有的时尚姿态。从经典的 MA-1 款式到各种新颖的设计，飞行员皮夹克在秀场上抢尽风头，成为时尚达人们衣橱中的必备单品。

在设计上，本季度飞行员皮夹克保持了其标志性的元素，如拉链前开、多个口袋以及针织袖口和腰带，同时融入了更多的时尚元素，如金属色、刺绣图案、拼接设计等。这些设计不仅保留了夹克的经典魅力，还融入了现代时尚感，使其更加多样化和个性化。比如巴黎世家的飞行员皮夹克可能会采用品牌标志性的剪裁和结构设计，如不对称的拉链、夸张的领口或袖口设计，以及可能的品牌 logo 图案。这些设



巴黎世家 2024 秋冬



Prada 夹棉皮革飞行员夹克
2024 秋冬

计细节赋予了夹克一种前卫且具有辨识度的外观。

材质方面 除了传统的皮革，还有品牌采用了高科技面料、羊毛、羊绒等多样化材质，为飞行员皮夹克带来了新的质感和保暖性。比如 Tods2024 秋冬这款飞行员夹克采用附带透气贴膜的防水弹性面料制作，手感舒适，衬里则以羊毛针织面料制作。这些材质的运用，不仅提升了夹克的舒适度，也使其更加适合秋冬季节的穿着需求。



Prada 羊皮毛和针织飞行员夹克 2024 秋冬



Tods 科技织物飞行员外套 2024 秋冬

在时尚轮回方面 飞行员皮夹克一直以其独特的历史背景和文化意义，成为时尚界的经典。皮革夹克的历史可以追溯到 20 世纪初，最初为飞行员在高空提供保暖而设计。它的设计简洁而实用，通常采用重型皮革材质，具有标志性的毛领、拉链前开、多个口袋以及针织袖口和腰带。到了 50 年代，它成为了摩托车文化和摇滚青年的标志。70 年代，设计师如伊夫·圣罗兰将其带入高级时装领域，成为时尚界的常青树。到了 80 年代，随着好莱坞电影如《壮志凌云》的推动，它真正成为时尚的焦点。电影中汤姆·克鲁斯的角色身着 MA-1 飞行员夹克，这一形象深入人心，使得飞行员皮夹克的销量大增，成为时尚潮流的一部

分。后来飞行员皮夹克的设计不断演变，从最初的 A-1、A-2 型号到后来的 B-15 和 MA-1 等轻型夹克，每一次轮回都伴随着新的时尚元素和技术创新，皮革夹克几乎每隔十年就会在时尚界迎来一次复兴。90 年代的 Grunge 风格和 21 世纪初的复古潮流都曾让皮革夹克成为时尚的焦点。皮革夹克的复古密码在于其经典的剪裁和设计，如拉链、翻领和腰带等元素，这些都是其复古魅力的重要组成部分。从最初的飞行员夹克到现代的时尚单品，皮革夹克在设计上不断演变，出现了更多的款式和颜色，如短款、长款、拼接设计等，以适应不同的审美和时尚趋势。

总的来说，从 20 世纪初的军事用途到现代时尚的宠儿，飞行员皮夹克经历了多次时尚轮回，每次都能以新的面貌回归时尚前沿。飞行员皮夹克之所以在时尚界经久不衰，不仅因为它的实用性和舒适性，更因为它所代表的自由精神和反叛态度，这与时尚界追求个性和创新的理念不谋而合。如今，飞行员皮夹克已经成为了全球时尚爱好者衣橱中的必备单品，它的传奇仍在继续。（来源：北京服装学院 周晓童）

PART

09

E- 时尚

商指针皮革行业线上零售榜

（来源：北京欧特欧国际咨询有限公司）

1. 九月鞋类前十排行榜

男鞋	女鞋
1. 回力 /WARRIOR	1. 达芙妮 /DAPHNE
2. 海澜之家 /HLA	2. 百丽 /BELLE
3. 卡帝乐鳄鱼 /CARTELO	3. 回力 /WARRIOR
4. 马克华菲 /FAIRWHALE	4. SKECHERS
5. 百丽 /BELLE	5. 思加图 /STACCATO
6. 红蜻蜓 /REDDRAGONFLY	6. 他她 /TATA
7. 骆驼 /CAMEL	7. 卓诗尼 /JOSINY
8. 吉普 /JEEP	8. 骆驼 /CAMEL
9. 奥康 /AOKANG	9. 百思图 /BASTO
10. 森马 /SEMIR	10. 千百 /C.BANNER
篮球鞋	跑步鞋
1. 耐克 /NIKE	1. 安踏 /ANTA
2. 李宁 /LI-NING	2. 李宁 /LI-NING
3. 安踏 /ANTA	3. 耐克 /NIKE
4. 乔丹	4. 特步 /XTEP
5. 阿迪达斯 /ADIDAS	5. 亚瑟士 /ASICS
6. 361°	6. 361°
7. 匹克 /PEAK	7. 阿迪达斯 /ADIDAS
8. 安德玛 /UNDER ARMOUR	8. 鸿星尔克 /ERKE
9. 斐乐 /FILA	9. 乔丹
10. 特步 /XTEP	10. 斐乐 /FILA

2. 九月箱包前十排行榜

男包	女包	拉杆箱
1. 七匹狼 / SEPTWOLVES	1. 蔻驰 /COACH	1. 地平线 8 号
2. 回力 / WARRIOR	2. CHARLES & KEITH	2. 新秀丽 / SAMSONITE
3. 金利来 / GOLDLION	3. SONGMONT	3. 不莱玫 / BROMEN BAGS
4. 蔻驰 /COACH	4. 迈克科尔斯 / MICHAEL KORS	4. CECE
5. 高尔夫 /GOLF	5. UR	5. 米家 /MIJIA
6. 温尼啦 / VENERA	6. MCM	6. 外交官 / DIPLOMAT
7. 光影行星 / GYXX	7. VINEY	7. 汉客 /HANKE
8. WILLIAMPOLO	8. 裘真	8. SGG
9. 探迹者 / TAJEZZO	9. CINVAIKROSE	9. 大嘴猴 / PAUL FRANK
10. 途明 /TUMI	10. 珑骧 / LONGCHAMP	10. 美旅 / AMERICAN TOURISTER

PART 10

设计赏析

第二十七届“真皮标志杯” 中国国际皮革裘皮时装设计大赛金奖作品



作品解析

金奖魏佳欣：

将传统文化与现代时尚融合

第二十七届（2024）“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛的成功举办，不仅是创意与匠心交融的璀璨展现，更涌现了一大批优秀的设计人才，大赛圆满落幕的背后离不开学校老师的宝贵指导和各合作企业的鼎力相助，让众多优秀设计作品被更多人看到。

“你为什么要登山？因为山就在那里”，这是清华大学研究生魏佳欣很喜欢的一句话。山作为自然界中的存在，它静静地矗立在那里，对人们来说

是一种自然的吸引和挑战。徒步登山，感受户外给予的奇妙治愈能力，勇敢追求自然与自由，魏佳欣由此获得灵感，创作的《IT IS THERE》在第二十七届（2024）“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛中荣获金奖及视频传播奖。

《IT IS THERE》的设计理念将原始“游牧文化”和现代“徒步时尚”进行融合，原始“游牧文化”代表了人类最早的探险精神和自由生活的方式，徒步作为连接元素，不仅代表着旅行和探险，更象征着一个人在生活中的不断前行和发展。“游牧和徒步是我喜欢的两个风格，我想做一次尝试把两者融合，希望传达出一种融合传统和现代时尚态度，强调追求自由、探索未知及个性表达的重要性。”魏佳欣表示。为契合大赛主题“智融”，魏佳欣将传统文化与现代时尚融于作品之中，一方面选择游牧文化和徒步中的大地色作为主要色彩来源，用以表现山川、风沙及原野色系，提取饱和度高的亮橙色作为点缀，匹配“城市边缘”的色彩方向；另一方面用皮革、皮草、毛毡、纱等多种材料拼接，进行廓形提取，营造游牧民族服装风格，呼应西北地区特色。

