

# 男时装周在路上



2017 春夏男时装周从 6 月 10 日在伦敦启程,如今已经走过米兰,于 22 日去到了巴黎。该季男时装周从伦敦开始,就直流传着一种“淡淡的忧伤”的论调,主要是 Ermenegildo Zegna、Burberry、Bottega Veneta、Alexander McQueen、Roberto Cavalli 等备受关注的大牌纷纷因为各种原因缺席本届男时装周,不免让人有些失落。

其实在此之前就已经有这样的预兆出现,Burberry、Tom Ford 几个月前就宣布将合并男女装发布,Gucci 随后在 4 月份也紧跟步伐表示,明年他们也将如此。因而本季男时装周即成为 Gucci 男装的最后一次单独发布。如果说男女装合并发布是品牌从办秀效果、市场反响、成本等各方面综合考虑后做出的决定,而 Zegna 和 Calvin Klein 则是由于设计师更迭从而暂停了此次男时装周发布,略微有些被动。老牌时装屋 Saint Laurent 更是在 6 月 7 日才宣布品牌新任创意总监 Anthony Vaccarello 的首个系列不会在本届巴黎男时装周亮相,而是参加今年九月份的时装周。

不过时装周作为品牌集中展示的舞台,本就充满各种变数。我们也不应该只看到有品牌缺席,还应该看到新鲜血液的加入:Balenciaga 在巴黎男时装周带来品牌 99 年来第一场男装秀,这也是品牌新任设计师 Demna Gvasalia 接

替 Alexander Wang 之后的首个男装系列,引得很多圈内人关注;以皮具配饰见长的 MCM 在 2017 春夏携手英国新锐设计师 Christopher Raeburn 推出了首个联名微系列,并在伦敦男装周上举办发布秀,将服装与配饰很好地结合在一起;伦敦男装周上的 Cottweiler、Wales Bonner 以及巴黎男装周上的美国品牌 Off White、日本设计师创立的 Facetasm 以及中国设计师孙小峰的 Sean Suen 都将迎来首秀,值得期待。

因此,一些品牌的缺席并不能让我们全盘否定男装周的意义,对于专注于做男装的品牌或者年轻设计师,男时装周的重要性不言而喻。男时装周原本就比女装时装周诞生晚,且与日程满满当当、模式已然成熟的四大女装时装周相比,男时装周可谓刚刚起步,除了巴黎和米兰历史相对较长之外,伦敦男装周从 2012 年才开始,纽约男装周更是去年才加入时装周日程。

不管是男女装合并发布,还是为了控制成本将办秀改成静态展示,抑或是设计师更迭带来的系列“断档”,这些都是各大品牌在顺应市场需求基础上做出的调整,既然男装周还“在路上”,我们当然允许他们在这条路上不断探索、突破,让男装市场的审美和秩序得以延续和重建。

(吴瑞丽)

