

FASHION

GUCCI 登頂年度品牌



GUCCI X ADIDAS 話題聯名系列
GUCCI X HARRY STYLE 明星帶貨商機

2022 TOP BRAND 最具影響力品牌 淺析三大品牌攻頂策略

GUCCI | 聯名系列創造資本與創意的連動
BALENCIAGA | 獵奇前衛秀場及單品視覺衝擊
PRADA | 超脫品牌既有形象接軌新世代



編輯：李宥鋈 張棋富 郭婉君

GUCCI | BALENCIAGA | PARDA

營銷絕技

MARKETING STRATEGY

品牌共通策略方針

- 1 品牌定位轉型迎合年輕人視覺審美
- 2 與流行趨勢/人物深度綁定，資本效益最大化
- 3 秀場主題特色明確且突出，易引起話題性
- 4 將品牌以往較繁雜設計元素簡約化，清晰品牌識別度
- 5 朝素食主義靠攏，另闢短影音平台管道與Z世代的交流途徑



ADIDAS X GUCCI 世紀聯名

2022 最具影響力品牌 揭 GUCCI 登頂秘辛

Gucci奪首位的原因之一是由於在2022年推出多個聯乘系列，當中最出色莫過於6月由Gucci的創意總監Alessandro Michele設計的adidas x Gucci聯名系列，該系列於發布後 48 小時內互聯網搜尋量暴增了 286%！

圖片來源：ADIDAS

adidas x Gucci聯名系列男士Gazelle運動鞋

玩轉潮流 華麗復古與現代潮流奇遇

adidas x Gucci 系列最初於 Exquisite Gucci 時裝展初次登場，其後雙方推出了完整的 adidas x Gucci 聯名系列，透過重新演繹了各自的「三條紋」元素，並大膽地貫穿整個服裝系列，帶出結合 Gucci 經典紅綠相間的 Gucci Web 織帶以及 adidas 白色三條紋的運動套裝設計；又大玩其他經典元素的融合，標誌性手袋結合 adidas 的 Trefoil 三葉草標誌和 GG monogram 設計，將「三條紋」放到品牌的馬銜扣 loafers 之上，完美地將雙方基因、標誌碰撞出嶄新美學。

這次與 Adidas 的實驗最初是因為我們具有相似的符號，不過也是蠻曖昧的關係，這也是我的作品中經常出現的概念—事物之間模糊不清的關係。現今的運動服飾已經完全入侵成衣的世界，反觀在 90 年代它比較像是一種對比關係，例如借用運動的元素作為裝飾的變化，現在則是完全轉化了。球鞋終將在時尚的歷史中寫下驕傲的一頁，它完全顛覆了現代時尚的觀念。

我希望這次與 Adidas 的經驗是一場轉化運動符號的旅程。於是我將它們塑造成許多不同的物種，像是為了卡斯提里昂伯爵夫人或悲傷的寡婦量身定做的深色天鵝絨禮服；我將它們融合成浪漫的配方，一定很適合電影《懸崖上的野餐 Picnic at Hanging Rock》當中維多利亞時期的美人或女英雄；我也聯想到拿破崙三世的軍服以及上面的條紋。



GUCCI 創意總監 Alessandro Michele

更多秀場資訊→



Harry Styles X GUCCI Ha Ha Ha

圖片來源：GQ

解放虛榮心聯名系列

Gucci HA HA HA 是 Alessandro Michele 與 Harry Styles 之間的創意樞紐，系列匯聚不同元素，彰顯兩位藝術家的創作態度和特質。英式裁縫元素蛻變為浪漫點綴，透過威爾斯格紋雙襟大衣呈現男士本色。手工工藝的崇高價值躍現於外套的剪裁結構、細節或 T 恤的珍珠母貝鈕扣上。

HA HA HA 融合「Harry」和「Alessandro」兩人名字的首個字母；它也是代表「笑臉」表情符號的擬聲詞。事實上，Michele 和 Styles 多年來互傳短訊，均以「hahaha」這個詞語作為句子收結。「hahaha」標誌著兩個老朋友彼此分享的旅途見聞、生活體驗，以至沉默無語的時空。它使相互交流持續不斷，重拾友誼的真正意義——一個人向另一個人真摯坦誠地交心，當中不涉任何欺瞞和權力的展示。



圖片來源：GQ

HA HA HA Collection 粉綠 LOGO 毛呢背心



商品風格多樣性

系列除了剪裁合度的西裝、牛仔褲和用色獨特的絲絨西裝外，亦有令人意想不到的印花睡衣和保齡球衫、連帽襯裡大衣和風衣，以及飾有皮革束帶的蘇格蘭百褶裙。每一件單品均體現兩股創意的持續交流，構成 Gucci HA HA HA 系列。

圖片來源：VOGUE

2023 早春大秀

COSMOGONIE 是致力於宇宙起源研究的神話宗教學中“宇宙起源”的複數，秀場處於羅馬式切割與哥特式的塔樓框架下，宏觀上呈現出浩瀚繁星的神秘感，視覺效果整體形象相當出圈。



圖片來源：ELLE

以「星叢」爲名的浪漫

GUCCI 2023 早春的設計靈感，其實從主題“Cosmogonie”一詞中能窺知一二。Cosmogonie 有宇宙起源、天體演化之意，GUCCI 這一系列的設計發想便來自於哲學家 Walter Benjamin 論述中所提到的「星叢」。星叢代表的不是過去、也不是現在，而是現在的某一瞬間，與過去的某地連結時，兩者匯集在一起碰撞出的魔幻時刻。

在展現的 101 套造型中，Alessandro Michele 整合出大量亮片和水晶並加以妙用，在秀台上繪製著天穹的景色；又高頻展示了文藝復興時期的時尚符號，如皺領、皮草、墊肩、領片、斗篷等，同時貫徹了 GUCCI 堅持的強烈撞色，傳遞的是色彩與輪廓交織的詩意。



圖片來源：ELLE



GUCCI 的完美復古產物

無論秀場理念抑或呈現方式，都透露出一種老派的時尚作風，即抹除空間的真實特徵，讓商品與時裝秀成為一種景觀影像。更是 GUCCI 完美展示復古的產物，無論秀場理念抑或呈現方式，都透露出一種老派的時尚作風，即抹除空間的真實特徵，讓商品裝秀成為一種景觀影像。

圖片來源：新浪時尚



圖片來源：VOGUE

拒絕樂觀 2023 春夏系列警世寓言

「這場秀的佈景是我們對追尋真相、務實創作的隱喻。讓我們忠於自己，讓世界沒有戰爭，充滿愛與和平。」Demna 在大秀過後發布的公開信中如此表示。

同樣由 Balenciaga 設計師的丈夫 BFRND 操刀的樂音落下，Ye（也就是我們所熟知的 Kanye West 身穿寫有保全字樣的機能背心及皮褲，走入滿布泥濘的秀場，為 Balenciaga 2023 春夏系列揭幕。以一系列街頭服飾展開的 Balenciaga 2023 春夏系列，重新演繹了做舊連帽衫、球鞋，以及各式洋溢 Demna 風格的 oversized 單品，

而向來勇於挑戰社會框架的 Demna 這次也透過看似與高級時裝搭不上邊的泥坑秀場、汙損服裝，講述他對於環保、和平、希望等理念的思索。步入秀場中後段，身穿華服的模特兒魚貫出場，華服與跟鞋在泥濘中形成了強烈的視覺對比，更讓人不禁反思秀場。

Demna 也在這封信中表明，往後將不再解釋自己的創作。但在這宛如末日景象的秀場中，不論身穿運動衫或華服的人們，都同樣踩著堅定的步伐前行，也呼應信中 Demna 寫下的：「想要真正認同自己的身份，認識真正的自己，需要有十足的勇氣與毅力。人生的每一天，都是捍衛自我的戰場。Demna 便是最佳示範。」

但因為 Kanye 引起的爭議不斷，脫序的行為、發言引起各界注意，更是讓合作廠牌忍無可忍，接連與 Yeezy 切割關係，可謂是一夕之間跌落神壇。所以現在 Ye 已經跟 Balenciaga 沒有合作。



←更多秀場資訊



圖片來源：VOGUE

貼身橡膠向經典科技風格致敬

自 2021 年宣佈重啟高訂系列起，BALENCIAGA 迎來創意總監 Demna Gvasalia 執掌的第二個高訂系列，不僅再次選在巴黎喬治五世大道 10 號（品牌總部）上演，服裝設計上更多次致敬品牌創始人 Cristobal Balenciaga，同時展現其一貫帶有科技、創新與前衛風格的作風，例如將日本石灰石氯丁橡膠面料象徵現代版「Gazar」（創始人打造的標誌性面料），打造時裝秀上前十套緊身黑衣人們身穿的大衣、長褲、西裝外套及洋裝等。

幾乎全場 Model 配戴的「聚氨酯塗層面罩」是由梅賽德斯賓士車隊旗下的 AMG F1 應用科學部門研發製作，具備流線型外觀與極佳的防霧及透氣性，讓 Model 能在伸展台依舊活動自如。而他們手上的 Speaker Bag 是手袋，也是音響，由丹麥頂級品牌 Bang & Olufsen 共同打造，搭載藍芽音響系統，外觀則是由實心鋁經過研磨、珍珠噴砂、陽極氧化和手工拋光等工法一體成型，要價台幣約 26 萬。



圖片來源：BALENCIAGA



圖片來源：BALENCIAGA

Speaker Bag

那款奇特的包包，是 BALENCIAGA 創立於 1925 年的丹麥知名音響品牌 Bang & Olufsen 所聯合打造的 Speaker Bag（音箱包款），共有黑、白兩色，既是包款，也是藍牙音響系統，可以作為攜帶式音箱，又能作為功能性手提包，裡面是真的可以放東西的。



圖片來源：BALENCIAGA

辦公室運動風新火花

Balenciaga 巴黎世家首度前進到美國紐約舉辦 2023 spring 春季時尚大秀，從以一網美金當邀請卡就引起網路熱搜，選擇在紐約證券交易所的交易大廳舉辦大秀，呼應這次探討資本主義概念，除了一系列呈現品牌風格，而秀上模特兒們身著包裹全身充滿神秘感的乳膠連體衣，外層再套著春季 23 系列，穿梭在即時跑動的古式螢幕前走秀，先有一系列沒有任何 LOGO 的俐落服裝，取名為 Garde-Robe 系列，表現出經典衣櫥該有的必備單品，從良好剪裁的西裝外套到風衣，到華麗十足的亮片晚裝，最後另外在秀上更揭曉 adidas originals 愛迪達聯名系列，融合 Balenciaga 和 adidas 經典元素的 Balenciadidas 讓時尚迷又驚又喜，從服裝到球鞋與包款通通有！。慣看秋月春風。一壺濁酒喜相逢，浪花淘盡英雄。是非成敗轉頭空，



圖片來源：BALENCIAGA



圖片來源：BALENCIAGA

PRADA



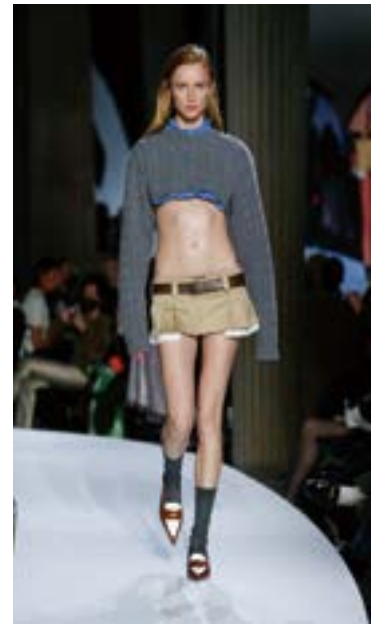
2022 上半年業績暴漲，不只包包賣翻天，連衣服都成韓星最愛！

圖片來源：VOGUE

MIU MIU 功不可沒！

2022 年 Prada 集團不負眾望的以優異的成績成為上半年的精品資優生！品牌從掀起腋下包風潮，到熱賣的厚底樂福鞋，都讓 Prada 穩住陣腳，再加上其集團旗下 Miumiu 重新帶起的低腰裙設計，更助長整體成衣線的收入！

一直以來就很懂的怎麼點燃少女心的 Miu Miu，在 2022 年春夏系列在年初登場時便掀起轟動！品牌以職場的日常穿搭為靈感，並融入當今最火紅的 Y2K 風格，剪短了上衣的長度，並且用低腰的設計打造低腰百摺裙，性感、可愛的風格，立刻讓女孩們瘋狂！春夏系列正式上架後，不只席捲各大雜誌封面，連地表最強 KOL Chiara Ferragni 的私著，到南韓爆紅女團 IVE 的打歌服全都換上 Miu Miu 的低腰露肚裝，其火熱程度亦反映在銷售上，在上半年 Prada 集團的成衣線僅次於包袋創造 27% 的營收。



圖片來源：VOGUE



圖片來源：BRAZA

PRADA 集團成精品資優生！

Prada 是目前少數歐洲精品中的“獨資”品牌，其品牌創意總監 Miuccia Prada 在找來 Raf Simons 共同掌舵 Prada 後，品牌在聲量及銷售上便一飛沖天，這一兩年除了以尼龍腋下包成功扭轉趨勢外，品牌更緊抓此風潮，推出了各種配色及款式，而延續腋下包設計所推出的 Cleo 包款，更是一上市就造成轟動，成為品牌的 New IT Bag！

以品牌極具識別度的三角包，時髦的外型更成功的男女通殺 Prada 包袋驚人的銷售成績，再加上官網電商的開通，讓集團在皮具類的營收上成功衝出 51% 的營收。



圖片來源：BALENCIAGA

2022

PRADA SPRING SUMMER

什麼樣的設計 是可以魅惑同時又展現簡約？

平行空間映射當代世界，我們以多元方式觀察、互動與交流。PRADA 2022 春夏女裝秀於米蘭 PRADA 基金 Deposito 倉庫和上海外灘 1 號雙城同步上演。互相呼應的秀場布景下，兩場時裝秀透過螢幕開啟對話，將地球兩端的人群集結於此。



圖片來源：VOGUE

何謂Prada式性感？

什麼是性感？讓 Prada 2022 春夏為妳示範最高級的詮釋版本！

「拖尾裙襬、緊身馬甲、晚禮服。這些源自歷史中美麗的東西很有趣，但我們想要擾亂它們。一件晚禮服，無論多麼美麗，都讓人感覺如此不真實。我們想讓它們變得與 21 世紀以及現代的女性相關。」

Prada 2022 春夏系列緊扣魅惑概念，卻跳脫尋常印象，刪去一切繁複裝飾，以極度簡約洗鍊的手法訴說性感語彙。象徵古典的胸罩曲線、馬甲魚骨結合 Miuccia Prada 熱愛的中產階級風格單品，成為不緊勒身軀，卻隱約展露誘惑氣息的風格提示。

禮裙設計理念與輪廓精心描摹喚醒對裙裾、束身衣骨和胸衣曲線的想象，精極，僅餘核心，主要探索服裝本源，從而換新重構。

然而 Prada 集團然而秉承在時裝秀後回收利用秀場材料的理念，將於 2022 春夏女裝秀將其米蘭、上海秀場所用材料升級改造，賦予新生。這些材料將贈予米蘭循環經濟項目 Meta 和上海公益機構蒲公英而童發展中心。





PRADA

2022

春夏男裝系列



全系列配件包款

傳達想要接觸大自然的自由思維

在大自然與藝術品交匯的空間進行。眾模特兒沿著一條蜿蜒的紅色隧道，引領我們進入既陌生又熟悉的環境。紅色擱淺物躺在佈滿花崗岩巨石的沙灘上，或漂浮於清澈的海面上，享受著原始的景觀。城市與海洋的超現實邂逅，塑造絕無僅有的海岸設施。

在這一場追隨夏日旅程的大秀後，設計師 Miuccia Prada 女士表示：「這是一種烏托邦、理想、希望和積極的感覺。人類可以接觸大自然，去海邊，一切是如此自由的。它是烏托邦式的，是一種基本需求，也是內在動機需求。」



在米蘭及義大利薩丁尼亞島拍攝

這場時裝秀以及架設的海灘環境所呈現了簡化性及人性化，並不是要否定以往的設計。前兩個系列著重於感官與觸感。我們在 PRADA 創作的系列都是關於探索人性、人類和情感的不同表達方式。而此系列則是非常簡潔實用但始終優雅。

當中很多套裝，雖然輪廓看似純粹簡單，但每件服裝都是精心剪裁的設計。簡化的服裝輪廓適用於遊走城市和海灘之間，以不同的方式融入當地。大膽展現身體曲線，這個系列要頌揚人體的美麗以及它的自由。

[更多秀場資訊→](#)

這系列演繹的主要情感是喜悅快樂。這幾乎就如同孩子般的記憶，還原孩子去海灘的單純喜悅，一種最簡單、最誠實的快樂，它是非常有意義及永恆的。

圖片來源：VOGUE