

U
MAGAZINE
you

ISSUE188 / 一書二冊 / 逢星期五出版 / 3.7.09 / \$12

LIFE



Feature

香港時裝 生力軍

HONG KONG
FASHION

ISSN 207-5382



4 893167 000091

寄賣高級時裝百貨

人人都知道，在香港做生意，最辛苦是「捱貴租」，時裝設計師也不例外，所以很多人都情願「閉門造車」，租個單位做工作室，然後把產品放在大型百貨公司如 Lane Crawford 或 Harvey Nichols 寄賣，當然，「無番咁上下」質素，是不會「有幸」成為這些百貨公司的「架上客」的。

Harvey Nichols 架上大部份都是外國品牌，香港品牌叫座力，依然不夠，不過本地皮革品牌《hoiming》就於上年殺入 Harvey Nichols，擔大旗的設計師裴秉宏 (Baldwin) 贏過香港和新加坡的獎項，他卻是設計針織「起家」的，遇上皮革，是因為一次去英國交流。贏了第一屆《香港

Baldwin 畢業後參加過大大小小的國際比賽，被 Harvey Nichols 看中，在過去的兩年，他和伙伴設計的皮革手袋叫好叫座。

青年設計才俊大獎》，拿着獎金，懷着興奮的心情，飛到英國，在《Preen》工作過，見識到英倫文化，「英國設計剪裁很強，你見英國男仔穿很 punk 的貼身褲，用色大膽，他們受 band (樂隊) 文化影響很深，而且不介意着舊衫，令我喜歡上陳舊的東西和皮革，回來就開始做。」

Baldwin 是行動派，非常積極，經常拿着作品到世界各地去「擺trade show (貿易展覽)」，「要出名就要這樣！」他笑言時裝設計應該放眼世界，設計要獨特，巴黎 trade show 已去過兩次，他希望下一次就可以「簽到單」。他的「策略」，就是不停參加 trade show，不停參加各地時裝比賽，「我很快就飛了，去意大利參加比賽，入了 final (決賽) 呢。」得不得獎，不太重要，重要的是爭取曝光率，認識世界各地的設計師，人脈，永遠不會嫌少。



獎項：香港青年時裝設計家創作表演賽 2002 - 香港時裝設計師協會大獎
新加坡亞洲青年時裝設計師比賽 2002 - 全場總冠軍
香港青年設計才俊大獎 2005 - 鵬程青年設計才俊大獎

品牌：hoiming

銷售點：Harvey Nichols, Cocktail (Lee Garden, Elements, LCX), DNM, Design Gallery, Voulez Vous, Limited Addiction

Baldwin Pui

品牌北上

要出名要成名，就要爭取國際大賽經驗，如果想要賺錢，北上發展，應該是香港人的「必然選擇」了，初入行跟過 Walter Ma 工作，黃梓維 (Harrison) 今天已成功進軍國內時裝市場，每天深圳香港兩邊跑。九十年代入行，當時香港時裝開始息微，他認為是因為很多外國牌子引入香港，競爭大了，香港設計，愈來愈難做。

「贏了日本的 Grand Prix Contest 後，就自己建立了品牌，現在的設計都是針對國內市場的。」Harrison 說近年國內的時裝潮流開始「無咁娘咁土」，不過，一個香港設計師隻身跑上大陸做生意，風險絕對是有的，「最難搞是『關係』，要在百貨公司上架，就要『識人』，有關係會做得快一點，容易一點，開始時是『零關係』，你知喇，設計師不太懂搞關係，都是閉門造車的，最好有個做市場策劃的伙伴。」

他的品牌現在廣州和大连都可以賣到，做了3年，他說依然是起步階段，他卻分析出不同地區的市場需要，會影響設計，「南北會有不同，北方女士喜歡『淑女裝』，有點像我們的 OL 款式，設計要以保暖為大前提，不能像外國的裏面穿雪紡外面穿件皮褸就可以。」Harrison 又舉例廣州人喜歡簡單的設計，大连就喜歡很「女人」的設計，但自己的風格也很重要，不能只被市場牽着走，才能吸引到客人。