



全新时尚之旅、新款才拍完最新款又要开始了……翻看Larry的朋友圈,瞬息万变的时尚触手可及。9月底,SFUNCHIC(三方七合)上海南昌路的线下体验店开业,这仅是Larry全新时尚之路的开始。

担任多个节目及媒体的造型师或造型总监,Larry更看重“新锐设计师”的头衔,SFUNCHIC工作室的主理人兼品牌的独立设计师,以“讲故事的时装品牌”为理念,配以丰富有趣的主题故事和最紧跟国际时事话题的潮流预报,SFUNCHIC意在打造一个与三方精神高度契合的互动服装体验平台。本期商业消费采访到了新锐独立设计师Larry Pan,和他一起谈谈时尚。

新锐独立设计师Larry Pan

与时尚谈场不分手的恋爱



现代快报:是什么原因促使您创立独立品牌SFUNCHIC?

Larry:创立“三方七合”品牌源于梦想,源于对设计的热爱,更源于国内市场服装品牌对国际大牌一味的模仿,乃至毫无新意,是以“讲故事的时装品牌”为理念创立了自己的独立设计师品牌“三方七合”。创立至今,各行业的朋友热情支持,无条件地帮忙,让这个品牌顽强而艰难地生存至今,幸今况渐好,且受众渐广,爱者渐众。

我很荣幸创立“三方七合”,并一路坚持,且会一直坚持。

现代快报:SFUNCHIC或者说是“三方七合”有什么含义?能否简单地介绍一下

SFUNCHIC的基本特色?

Larry:我赋予“三方七合”这个品牌的精神是——“Such Fun And Chic”,意味着时髦精致有趣味的服装,以“三方”为主体,以“七合”取自“契合”谐音,想将SFUNCHIC打造成能与三方精神高度契合的互通载体。

SFUNCHIC的顾客群体年龄层在25到35岁之间,这个年龄层的顾客对时尚、设计及品位有着自己的见解和追求。这个名字即概括品牌的内涵与精神,又体现出品牌与顾客之间的契合。三方七合品牌服装特色在于风格简单,廓型简洁,用色大胆而创新,在创作的手法上不拘小节。

现代快报:您怎么理解时尚?这些理念

是怎么融入到您的品牌设计中的?

Larry:时尚的定义于不同的人有着不同的见解,不同的生活形态,不同的精神追求,对于时尚的理解是不一样的。我赋予“三方七合”的时尚感不是要迎合所有的人群,我希望迎合的是对生活品质有着精致、舒适的追求,漠视繁华,不张不扬,恬然自我的人们。

我们对于面料挑选、廓型的设计、颜色使用和不拘小节结构设计融入到我们的设计中,让顾客感受的是一种随性的自由生活的享受。

现代快报:目前SFUNCHIC的线下体验店已经开业了,线下店的特色是什么?为什么想到开线下体验店?

Larry:品牌线下体验店的特色就是随性购物体验,开设SFUNCHIC体验店是为了更好地与顾客交互沟通,让受众消费群体能更好地体验“三方七合”精致舒适的穿着感,感受到更多选择搭配的趣味性。

现代快报:您的职业生涯中,对您影响较大的设计师是谁,带给您什么样的影响?

Larry:个人比较推崇英国著名服装设计师,有着英国时尚教父之称的Alexander McQueen,他是时尚界鬼才顽童,他的作品和风格我都很喜欢。尤其是经典的骷髅头,还有超低腰牛仔裤和驴蹄鞋早已成为时尚界的传奇,这些对我都有很深的影响。

现代快报记者 刘德杰



金鹰全生活中心Pour La Victoire

南京时尚 Icon



ROUND ROUND、Preziouz……南京的设计师品牌集合店越来越多;当然,百货店也走在时尚革新的前沿,金鹰全生活中心Pour La Victoire、Rovimoss等在内的三大买手品牌的入驻,零距离接触时尚变得如此简单。游走在时尚潮流中心的买手们成为这个城市当之无愧的时尚Icon,代言时尚的同时,时尚达人们也在穿出属于自己的style,让这个城市的时尚指数逐日飙升。

现代快报记者 刘德杰



位于南京中华路上的买手店Preziouz

SKINMINT大中华区总经理 洪若蕙 将轻奢之风带入南京

5月,金鹰商贸集团宣布收购美国品牌经销商SKINMINT60%的股权,并与其强强联手将美国知名设计师品牌Pour La Victoire及其姊妹品牌Kelsi Dagger Brooklyn、ROVIMOSS引入金鹰全生活中心。SKINMINT大中华区总经理洪若蕙表示,作为与金鹰全生活中心合作的开始,SKINMINT将与金鹰合作买手制经营,将高性价比、高品质、高时尚的轻奢品牌引入南京。

记者了解到,SKINMINT是美国一家品牌经销商,多年来一直与当代时装品牌建立值得信赖的合作关系,帮助他们拓展国际市场,同时也为知名零售商物色合适的时尚品牌。今年5月份,Pour La Victoire、Kelsi

Dagger Brooklyn、ROVIMOSS三大轻奢品牌进驻金鹰全生活中心,成为南京百货店试水买手品牌的开始。洪若蕙告诉记者,Pour La Victoire已进驻Saks Fifth Avenue、Neiman Marcus等纽约知名百货店,更是大咖明星钟爱的单品,此次进驻金鹰全生活中心也意在将全美最流行的轻奢风向标带入南京。

“SKINMINT每年都会邀请国际知名造型师来到金鹰全生活中心,为VIP顾客传授穿衣搭配之道,其实这些VIP中有很多时尚人士。”洪若蕙介绍,Pour La Victoire等品牌也将不定期利用微博、微信等方式组织专场活动,向顾客传递品牌最潮流的信息。目前,SKINMINT将利用买手运作及品牌代理优势,将欧美最潮流的品牌引进金鹰全生活中心,带给消费者轻奢体验感。

除了前期进入金鹰全生活中心的三大欧美品牌,洪若蕙告诉记者,SKINMINT与金鹰全方位合作已经提上日程,今后也将通过买手制、代理制等机制引进品牌,这些品牌将独家或者优先进入金鹰,为中国零售市场带来一系列高性价比的轻奢品牌及高端品牌。

Preziouz设计师品牌集合店店长 穆穆 穿出自己的style

复古的店面装修、设计感极强的华服、舒缓的音乐再加上时尚范十足的店长……走进中华路上的Preziouz设计师品牌集合店,店长穆穆和记者娓娓道来她的“时尚经”。

记者了解到,设计师品牌集合店在南京还处于“开疆扩土”之际,依托国内独立设计师品牌为主的结合店居多。Preziouz店主穆穆却抢先一步将目光转向了国际设计师品牌的成衣和配饰。在她看来,在南京逛街买不到既合适又具有时尚度的衣服,而国外设计师品牌的结合店少之又少。崇尚穿衣要穿出自己style的穆穆开出了自己的设计师品牌集合店。

穆穆自嘲地说,开这家店首先是满足了自己的时尚欲望。目前店里主营澳洲的Alice mcall、英国的Self-portrait、韩国Flea-madonna等小众设计师品牌的成衣和配饰。“客人会觉得这些服装像礼服,担心穿不出去,其实,关键是看搭配。”穆穆钟爱于Self-portrait,设计师是个原因,更是因为衣服带给自己与众不同的时尚感。