

Beilid

cittá

儂儂

APRIL 2025



柯佳嬿
is 子
的
人



2025.04 定價198 售價168

Beleza

cittá

儂儂

APRIL 2025

柯

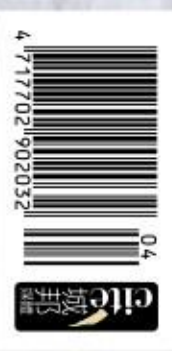
佳

嫻

Handwritten notes in yellow ink:
→
子
的
人



2025.04 定價198 特價168



cittá

Belid

città

儂儂

APRIL 2025

柯
佳
嫻

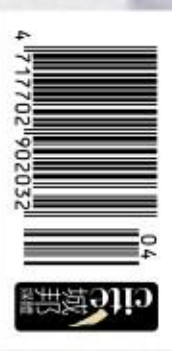
Handwritten signature in yellow ink.

Handwritten signature in yellow ink.

Handwritten signature in yellow ink.

Handwritten signature in yellow ink.

2025.04 定價198 特價168



BB

cittá

BB

儂儂

Limited

Journal by j-mop

牧
森

林
奕
嵐

2025.04 原價198 特價168



4 717702 288211

00168



BB

cittá

III

ai

Limited

儂儂

牧

森

Handwritten signature



00168

4 917702 288211

2025.04 原價198 特價168

cittá

cittá

儂儂

B

e

I

oi

Limited

Don't buy it

林奕嵐

2025.04 原價198 特價168



CHANEL
THE CHANEL 25 HANDBAG



CHANEL
THE CHANEL 25 HANDBAG



Hermès, 繪線無限



HERMÈS
PARIS







HAPPY DIAMONDS

Chopard

台北101購物中心3F (02) 8101-7685 遠東SOGO敦化館1F (02) 8771-7534 台中大遠百1F (04) 2251-5393

www.chopard.com





遠東SOGO忠孝館 (02)2731-5698 - 新光三越信義A9館 (02)2723-5312 - 麗晶精品 (02)2562-3184 - 微風廣場 (02)8772-3235
板橋大遠百 (02)2950-6128 - 台中大遠百 (04)2252-0418 - 新光三越台南新天地 (06)303-1858 - 高雄漢神百貨 (07)241-5463

TOD'S

TODS.COM

Bella

cittá 儂儂

Contenty

April
2025



服裝 · Bottega Veneta ·



腕錶 · Bvlgari ·



高跟鞋 · Saint Laurent ·

P.63

不論是從我們作為媒體的觀點，或者從業界實際碰到的角度，都一致認為 2025 年是很辛苦的一年！然而，時尚本來的其中一個目的就是要為穿著者帶來愉悅感，跟著《Bella》，預先了解今年秋冬的時尚重點分析。

P.36

瞬間，柯佳嬿已經從周杰倫《楓》MV 中的小女孩變成小女人，螢幕前的 20 年間，歲月並未在容顏留下痕跡，反而是刻劃出她更沉穩的性格。拍攝這一天，柯佳嬿跳脫演員身份，用作家身份跟我們暢談過去的這一年。

P.112

Chanel 2025/26 秋冬大秀日前於巴黎大皇宮圓滿落幕。在新任藝術總監 Matthieu Blazy 上任之前，本季由品牌創意團隊操刀，從秀場到 71 套時裝，靈感從一條蝴蝶結緞帶展開，為整個系列訂下迷人的優雅基調。



Lucky Spring
長項鍊

Spring is Blooming
Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906



Bella

cittá 儂儂

Contenty

April
2025



服裝 · Coach ·



腕錶 · MOONSWATCH 1965 ·



Loro Piana 快閃書報攤 ·

P.163

「創作是探索，不斷的搜尋；找出自己的立足點，再重新出發展開新的奇幻旅程。」迪奧珠寶創意總監 Victoire de Castellane 將這層心境全揮灑於「Rose des Vents」系列之中，同時也是她獻給每位配戴者的幸運祝福。

P.132

金鐘最佳新人的林奕嵐，今年以《命中註定那頭鵝》扛起大銀幕女主角的重任，而苦熬多年的牧森也以熱門影集《影后》展現即將起飛的態勢。2025 年開始的台灣影視圈，因為這些優秀年輕演員的加入，變得讓人更加期待。

P.144

她的歌聲，陪伴很多人走過年輕歲月，從〈Lemon Tree〉、〈鴨子〉、〈傻瓜〉到〈失戀萬歲〉，這些旋律，從未因為時間的推進而消失不見，蘇慧倫告訴我們：「作為一位歌手，我希望觀眾喜歡我的音樂勝過外表。」

SERPENT BOHÈME COLLECTION

BOUCHERON

PARIS SINCE 1858

台北101購物中心3F | 台北微風廣場1F | 台北晶華酒店B1 | 台中大遠百1F
02 8101 8185 02 8772 7781 02 2511 3123 04 2255 1603

EDITO



很久沒看書了，不至於覺得自己面目可憎，但腦袋空泛卻是真的，可能看完這些字你也會同意，要我去多看點書吧。

其實不是不想看書，如果能找到一本喜歡的書，花一整個下午閱讀，尤其在今年特別冷的天氣，窩在家裡，安靜讀字，再愜意不過；偏偏，對我來說，選一本自己喜歡的書，真的很難。

首先書名是否有趣，封面是否漂亮，能引起注意，進而翻閱，是第一點；

再來，書本的題材是否對胃口，也是十分重要的一點，但說了這些，我覺得都是胡言亂語，因為我最在意的一點，其實是，這位作者是誰？為什麼我需要閱讀、了解、吸收他的想法。

隨著年紀大一點，看過太多名聲響亮、人設完美的人，私下令人幻滅的一面，所以早就沒有偶像，也早就不覺得，有什麼人我會崇拜到必須拜讀他腦子裡分泌出的內容。

因為如此，我總在書店徘徊，翻翻新上架的書，但永遠空手而歸。我懷念小一點的時候，沒有想太多，自在閱讀的日子。

– Creative Director | Toby Hsu

CHAUMET

PARIS



Bee de Chaumet

Bella cittá 儂儂

Publisher 發行人

吳麗萍 Lisa Wu

Chief Executive Officer 執行長

葉君超 Alex Yeh

Managing Director 社長

黃維崇 David Huang

Editorial 新媒體

Deputy Editor in Chief & Creative Director 副總編輯暨創意總監

許正挺 Toby Hsu

Department Editor 執行主編

郭適華 Stanley Kuo

Fashion & Artist Relations Editor 時尚採訪與藝人關係編輯

葉庭愷 Eli Yeh

Fashion Editor 時尚編輯

趙家均 Chun Chao

Fashion Editor 時尚編輯

鄒翊 Rhea Zou

Fashion Editor 時尚編輯

莊子億 Yee Chuang

Video Content Deputy Managing Editor 影音副主編

賴維志 John Lai

Senior Feature Editor 資深採訪編輯

潘渝霏 Yui Pan

Senior Feature Editor 資深採訪編輯

黃晴漢 Haremi Huang

Feature Editor 採訪編輯

魏學豪 Billy Wei

Lifestyle Editor 生活編輯

張圓圓 Naomi Chang

Beauty Editor 美容編輯

吳孟軒 Maureen Wu

Video Producer 數位影音編輯

葉乃中 Nai Zhong Ye

Video Producer 數位影音編輯

李亞閑 Lia Lee

Designer 美術設計

黃章豪 Chang Hao

Marketing & Advertising 廣告整合行銷

Advertising Director 廣告總監

陳薇羽 Winnie Chen

Senior Advertising Manager 資深廣告經理

黃瑋基 Wegi Huang

Senior Advertising Manager 資深廣告經理

佟玉琳 Coco Tung

Senior Advertising Manager 資深廣告經理

吳憲宗 Ryan Wu

Senior Advertising Manager 資深廣告經理

何浩誠 Perry Ho

Project Marketing Assistant Manager 專案行銷企劃副理

鄭又豪 Alen Cheng

Project Marketing Planner 專案行銷企劃

高鈺婷 Celeste Kao

Marketing & Publication Specialist 行銷發行專員

邱皓 Howard Chiu

廣告專線 TEL : (02) 25058989 ext 7081

服務信箱 : bella_service@nongnong.com.tw

H O G A N

台北 101 精品店 2F (02) 8101-7618 • 台北 SOGO 復興店 4F (02) 8772-4077
台北微風信義 2F (02) 2723-6598 • 台北遠百信義 A13 1F (02) 2720-0197
台中店 (04) 2251-1615

Bella cittá 儂儂

家庭傳媒暨儂儂國際媒體集團

首席執行長 何飛鵬

財務會計副總經理 黃朝淳

財務會計經理 陳怡珊

財務會計 楊淑女

人力資源部經理 林佳慧

電話行銷部副組長 梁美香

TOM 集團有限公司台灣營運中心

營運長 李淑韻

財會部 張書璋 (總監)

法務部 邱大山 (總監)

催收部 李盈慧 (副理)

人力資源部 葉建昌 (總監) / 林金玫 (資深經理)

行政部 陳玉芬 (資深經理)

技術中心 吳秉瞬 (總監) / 張瑋哲 (副總監) / 王喬平 (經理)

創新書報股份有限公司
新北市新店區寶橋路235巷6弄6 TEL: 02-29178022

製版、印刷 | 科樂印刷股份有限公司
裝訂 | 台興裝訂股份有限公司

法律顧問 林慶苗律師

本刊圖文，本公司依法享有著作權，未經同意
請勿擅自轉載、翻印或公開播送以免違反著作權法，觸犯刑章

儂儂雜誌社股份有限公司 NONG NONG MAGAZINE CO., LTD.
115 台北市南港區昆陽街16號8樓
8F, No.16, Kunyang Street., Nangang Dist., Taipei City, Taiwan
TEL: (02) 2505-8989 FAX: (02) 2500-1986

中華民國七十三年六月創刊
登記證/局版臺誌第844號·中華郵政台字第3417號·執照登記為新聞紙類(雜誌)
如有缺頁、破損請寄回更換

Digital 數位發展

Digital Marketing Assistant Manager 數位行銷副理
陸悅寧 Melody Lu

Senior Digital Marketing Planner 資深數位行銷企劃
黃平 Eason Huang

Digital Marketing Planner 數位行銷企劃
徐珮茹 Judy Hsu

B Club Management 會員俱樂部

Director 總監

蘇臣洋 Nick Su

Administration 行政部

Administration Executive 行政專員

陳慈儀 Rene Chen

Specialist 輸出中心專員

邱文傑 Jay Chiu

Citta Bella International
Malaysia

Editor in Chief Elsa Dang

從台北、紐約、巴黎到東京，從時尚、娛樂到經濟動態，掌握全球各地重要頭條。

撰文 | David Huang、John Lai 圖片提供 | 各品牌



野心勃勃

這兩年受到國際的衝擊以及人們消費習慣的改變，各大精品業皆面臨了前所未有的寒冬，不過來自義大利的 Prada 就像活在平行時空一樣絲毫不受影響，日前集團公布 2024 全年財報，整體營收增長 17% 達到 54 億歐元（約新台幣 1,888 億元），已經連續四年「雙位數」增長，值得注意的是，旗下品牌 Miu Miu 表現也非常強勁，年營收飆漲 93% 至 12 億歐元（約新台幣 420 億元），增幅相當可觀。消息一出，給予市場信心，公司股價隨之大漲，母公司最新市值已達到 1,659 億港幣（約新台幣 7,002 億元）。

有了強勁的業績撐腰，關於集團有意收購另一個義大利奢侈品牌 Versace 的傳聞也甚囂塵上，根據《彭博社》報導，Prada 集團已取得 Versace 的財務數據，並與母公司 Capri Holdings 達成協議並且同意交易金額，報導指出 Prada 將以 15 億歐元（約新台幣 526 億元）收購 Versace。根據了解，Versace 在 2024 年營收達到 10.3 億美元（約新台幣 336 億元），無疑是看好後續增值的潛力。

此外，Prada 集團在 2024 的營收增長速度，已經超越許多同業，更被形容是具有抗壓性的奢侈品集團。不單單只是暴漲的 Miu Miu，Prada 品牌本身也持續穩定地長。如今，收購同樣來自義大利的品牌，無疑是希望能聯手拓展義大利時裝帝國版圖，集團內同時擁有 Prada 的極簡與 Versace 的極繁，或許也是另一種穩定營收的解法，並持續拓寬經營道路。

直奔北歐門戶

以往台灣人如果想要前往丹麥、瑞典、挪威、芬蘭等北歐國家，都必須經過一次以上的轉機，以芬蘭為例，最快航程就需要 17 小時以上的時間，不過，這情況有可能出現改變！

台灣與芬蘭日前正式簽署「航空服務協議」，根據協議內容，台灣與芬蘭雙方可指定多家航空公司，中途行經任何中間點至芬蘭的客、貨運航班，光是每週就可達到 14 班次。芬蘭素有「北歐門戶」之稱，地理位置優越，對於想要進軍北歐市場的台灣航空公司來說，無疑是一大契機。

目前華航、長榮、星宇等業者已開始與芬蘭航空公司展開交流，未來不排除依市場需求開闢台灣與芬蘭直飛航線，將大幅縮小台灣旅客飛往北歐國家的航程。而不僅在台芬直飛有更進一步的計劃，在這次簽訂的協議之中，台灣也將享有與芬蘭「中間點第五航權」的權益，換句話說，航空公司在航程的中途站擁有載客或卸貨的權利，讓航班能在非母國之間運營，舉例來說，新加坡航空的「新加坡—台北—洛杉磯」航線，如果能在台北載客飛往洛杉磯，這就是典型的中間點第五航權，好處包括提升載客率、增加貨運收入、拓展航線選擇，甚至能帶動中間點的轉機旅遊經濟，這也意味著台灣遊客將有更多航線與票價彈性可選擇。

飼主福音

根據美國多家新聞媒體近日報導，美國 FDA（食品與藥物管理局）旗下的獸醫藥物中心（Center for Veterinary Medicine）已確認，由生物技術公司 Loyal 提交的數據顯示，兩款名為「LOY-001」與「LOY-002」藥劑，在延長犬類壽命方面具有合理有效性預期（RXE），這對於所有飼主來說都是個大好消息。

一般來說，小型犬的壽命為 14 到 16 歲左右，而大型犬則是 7 到 11 歲之間。在狗狗老化的過程中，代謝功能是否運作良好，扮演著絕對關鍵的原因，Loyal 率先研發的施打藥劑 LOY-001 目前已取得美國食品暨藥物管理局（FDA）初步認可，最快將於 2026 年推出，狗狗只需要每 3 至 6 個月施打一次，透過限制類胰島素生長因子「IGF-1」等促成發育的相關物質，來減緩老化。

而近年正高速研發的新藥「LOY-002」，則是另一款針對各種體型的高齡犬的口服調味錠，功能同樣是改善老化相關的代謝功能衰退，LOY-002 目前已在進行臨床測試，預計在 2025 年率先上市，等到 FDA 認證批准後，飼主可透過獸醫開立處方直接購買，且預計每個月的費用只需數十美元。



穿西裝很重要？

2 月 28 號，美國總統川普與烏克蘭總統澤倫斯基在白宮 9 分鐘對媒體的記者會，爆發了嚴重的口角。除了一來一往的針鋒相對，會議中一位來自《Real America's Voice 真實美國之聲》的首席白宮記者 Bryan Glenn 針對澤倫斯基沒穿西裝出席會議的作法感到不認同，他認為「這對美方是不尊重的」，發言一出，在美國境內與國際間都引起大眾與媒體的熱烈討論。

從三年前俄烏戰爭發生至今，每一次出現在公眾場合的澤倫斯基幾乎都是以深色 T 恤與休閒褲露面，這幾乎變成了他的註冊商標，公眾普遍也理解這種「穿著方式」，因為這是個正處於戰爭的國家。白宮記者會的這一段針對「沒穿西裝」的插曲，在烏克蘭、美國境內與全球都引起排山倒海的負面發酵，幾天之後，負責打理澤倫斯基穿著的烏克蘭時裝設計師 Elvira Gasanova 在接受英國《金融時報》記者視訊採訪時，針對這個問題就很直接地表示，大家把重點放錯了，她說：「在戰爭時期，政治人物不需要穿西裝！」

的確，當戰爭來臨時，對於任何一個領導者來講，如何確保土地的完整以及所有人民的安全，重要性絕對遠大於一場記者會上他是否有穿上一套得體的西裝。除了設計師力挺，由烏克蘭政府贊助的 United24 平台，在近日為戰爭進行的募款活動中，也宣布將推出 100 件 T 恤抽獎，而 T 恤上更印有澤倫斯基標語的「I'll wear the costume when this war is over.」（當戰爭結束時，我會穿上西裝），以行動力挺總挺。



說再見的時間到了

來自瑞典的 Niklas Zennström 與來自丹麥的 Janus Friis，原先受僱於瑞典電信公司 Tele2，曾經打造過 P2P 的檔案共享軟體 KaZaA，公司希望將類似的技術運用在網路電話服務，最終兩人組建的團隊在 2003 年打造出通訊軟體 Skype，因為不依賴傳統的電話公司，加上語音品質優於當時市面上競爭對手，因此在上線第一天就吸引超過一百萬人下載。

到了 2005 年，eBay 以 26 億美元收購 Skype，但整合效果不佳，後來在 2009 年出售其 65% 股份，到了 2011 年，微軟又再以 85 億美元的價格，將 Skype 公司合併為微軟的一個部門。

根據官方統計在 2013 年時 Skype 在全球擁有超過 3 億的用戶，可惜之後 Line、Facebook、Instagram 等軟體都陸續釋出免費通話與視訊功能後，Skype 的影響力已大不如前，接著微軟在 2016 年推出了 Microsoft Teams，以爆炸性成長快速取代 Skype，加速了這個品牌的式微。最終，微軟在日前宣佈將於 2025 年 5 月正式關閉 Skype，未來也會將 Skype 用戶轉移到旗下使用介面更簡單、更好操控的 Microsoft Teams。



2024 代表歌曲

如果要選一首 2024 年最愛的單曲你會選哪一首？國際唱片業協會 (IFPI) 日前以付費訂閱串流媒體、廣告支援平台和單曲下載量綜合評比，公佈 2024 全球最暢銷單曲排行榜，冠軍由來自美國的創作才子 Benson Boone 所唱作的〈Beautiful Things〉拿下！Benson 於 2021 年在《美國偶像》展露頭角，收放自如的嗓音加上高超的創作才能讓他一參賽就引起各界關注，儘管沒多久又自願退出，卻持續在 TikTok 上展示他的音樂魔力，之後也被搖滾天團 Imagine Dragons 的主唱 Dan Reynolds 相中簽約，最終在去年發行了首張專輯《Fireworks & Rollerblades》，張力十足的主打歌〈Beautiful Things〉更透過各大社群平台爆紅，最終以超過 21 億的銷售量成為榜單中的冠軍。

2024 年全球單曲銷量排行榜第二名則是去年紅翻天的美國小天后 Sabrina Carpenter 所唱作的洗腦神曲〈Espresso〉拿下，這位留著一頭金髮、有著甜美嗓音的 25 歲女孩，從 10 歲開始就在 YouTube 上傳翻唱作品展現對音樂的熱愛，2014 年出演迪士尼影集《當當看世界》後引起關注，一路上也發行五張專輯，直到去年發行的第六張專輯《Short n' Sweet》，卻以主打歌〈Espresso〉強勢攻佔美國告示榜冠軍，成為全球眾所皆知的甜嗓小天后，也讓人更加期待她未來的發展。榜單第三到第十名則依序為 Teddy Swims 的〈Lose Control〉、Billie Eilish 的〈Birds of A Feather〉的、Shaboozey 的〈A Bar

Song (Topsy)〉、赫齊爾 (Hozier) 的〈Too Sweet〉、Post Malone 的〈I Had Some Help〉、Kendrick Lamar 的〈Not Like Us〉、Taylor Swift 的〈Cruel Summer〉，以及 Noah Kahan 的〈Stick Season〉。值得一提的是，泰勒絲的〈Cruel Summer〉是收錄在她 2019 年發行專輯《Lover》中的單曲，卻從 2023 年開始經由他的時代巡迴演唱會重新翻紅，也被不少粉絲譽為最被低估的歌曲。

最新的大風吹

Loewe 新任創意總監出爐！Proenza Schouler 創辦人 Jack McCollough 與 Lazaro Hernandez 確定接任，自 4 月 7 日起全面負責品牌的女裝、男裝、皮革製品及配件設計。這一決定標誌著西班牙百年品牌將迎來全新篇章，而二人的首個系列可能將於 2025 年 9 月登場巴黎時裝週。

作為來自紐約的設計雙人組合，McCollough 與 Hernandez 擅長將精緻工藝與現代感巧妙融合，過去在 Proenza Schouler 打造的都會摩登風格，會與 Loewe 的手工藝傳統產生何種化學反應，令人期待。LVMH 時裝部門執行長 Sidney Toledano 強調，二人的「多元創意與對工藝的執著，使他們成為品牌下一章的最佳選擇」。

Jonathan Anderson 在任 11 年後上週宣布離任，他成功將 Loewe 打造為兼具文化深度與現代審美的品牌，年營收更是嚇嚇叫地突破 15 億美元，奠定無可取代的地位。McCollough 與 Hernandez 是否能在這一基礎上帶來全新視角，重新詮釋西班牙奢華與紐約設計語彙的融合，將成為 2025 年時尚界最值得關注的焦點之一。





終生成就

蘇格蘭演員 Tilda Swinton，以其獨特的氣質、非凡的演技聞名。在就讀劍橋大學期間，她便開始踏上舞台表演而逐漸累積興趣，到了 1984 年，Tilda 加入皇家莎士比亞劇團並演出了莎士比亞戲劇《一報還一報》而踏入戲劇圈，之後一路出演多部獨立電影與戲劇，包括《納尼亞傳奇》系列、《奇異博士》、奉俊昊的《末日列車》及盧卡·瓜達尼諾的《浴血黑幫》等多部風格鮮明的作品，除了憑藉《以愛之名：旁觀者的肖像》獲得奧斯卡最佳女配角獎，2020 年《紐約時報》更評價她為 21 世紀最偉大的女演員之一。

今年已經 64 歲的 Tilda，在繼 2020 年拿下威尼斯影展的「終生成就獎」後，近日再次拿下第 75 屆柏林影展代表終身成就獎的「榮譽金熊獎」，她也利用 15 分鐘的演說，再次引起全球關注，除了提到了世界各地正發生的衝突和醜聞，以譴責多國政府的不人道行為，同時也感謝電影提供了一個無國界的領域，並且呼籲觀眾能多多支持，受到串流平台興起而逐漸式微的電影院產業，演說結束現場也響起了如雷的掌聲。而在典禮後的記者會上，她也拋出震撼彈，說自己

會準備休息，並且執行許多一直想完成的計劃，至於休息時間則沒有明確的答案，消息一出也讓許多影迷感到不捨。

塑身衣是門好生意

Nike 去年十月緊急迎來全新執行長 Elliott Hill 後，因充分對品牌的認識與工作經驗，隨即給予市場信心，帶動股價大漲。除了發布全新經營策略，品牌也在日前宣布將與「全球第一名媛」金·卡戴珊（Kim Kardashian）創立的塑身品牌 SKIMS，推出聯名系列 NikeSKIMS，看準的正是全球塑身衣的市場潛力。

由金·卡戴珊於 2019 年成立的內衣及塑身衣品牌 SKIMS，致力於打造新一代的內衣、家居服和塑身衣，滿足不同身型的女性的穿衣需求，推出後獲得全球消費者的喜愛，短短五年公司市值已達 40 億美元（約新台幣 1,316 億元）。運動品牌龍頭 Nike 宣布將與 SKIMS 合作，將改寫全球健身和運動服飾產業。這也意味著：接下來 Nike 將有機會推出一系列 SKIMS 的經典塑身衣系列，透過兩個品牌的合作方式，打破既有的框架，拓寬品牌營收渠道，刺激更多消費者買單。





不丹開啟國門

位在喜馬拉雅山脈中的不丹，因為四周被高山圍繞，完全形成與世隔絕的局面，也讓不丹成為全世界最神祕的國家之一，當局政府甚至到 1974 年才開放外地遊客旅遊，且為了不影響當地的環境與居民，要求旅客一天需要支付 200 - 250 美金的費用，儘管對外界來說不丹就像隔了一層面紗一樣，不過當地優美的自然景觀加上豐饒的物資，也讓不丹多次被旅遊相關雜誌評選為「世界上最快樂的國家」，許多人對不丹的初步認識，更是源自於影帝梁朝偉與影后劉嘉玲在 2008 年於不丹舉行婚禮。

不過近年來也明顯感受到不丹逐漸對外開放旅遊的趨勢，不只在 2020 年開始調降 SDF 的費用為一天 100 美金，今年更邀請葛萊美歌王紅髮艾德 (Ed Sheeran) 到不丹首都廷布舉辦演唱會，成為有史以來第一位在不丹開唱的國際巨星。而以往台灣人要到不丹旅遊，都必須經歷至少一次的轉機，耗費的時間都是 12 小時以上起跳，不過從今年 5 月 31 日開始，不丹皇家航空將首度開通從台北及台中直飛不丹的包機航班，目前首發宣布推出 12 個限定直飛航班，等於只需要 5 小時，就能直達不丹帕羅國際機場，讓大家不需要舟車勞頓也能探索這個神秘國家。

隨著不丹逐漸對外敞開國門，也有不少人對到不丹旅遊產生興趣，其實不丹一年就有超過 150 個大小節慶，都能感受到因為宗教與高山位置產生的風土民情，如果針對適合旅遊季節的話，則會推薦春季或秋季，春季除了百花盛開外，二月還有重要的宗教慶典戒楚節；秋季則是因為氣溫舒適且天氣晴朗，非常適合規劃戶外活動。

汽車也會升空

小時候看電影總會幻想能坐上飛天汽車馳騁在半空中，隨著時代的進步加上科技日新月異，這個夢想又離現實的我們更進一步了！來自美國加州的新創公司阿列夫 (Alef Aeronautics) 日前發表了史上第一台飛天汽車 Alef Model A，這款具備垂直起降能力的全電動飛行汽車，同時也能在道路行駛，簡約流線的外型加上蜂巢狀的結構就十分吸人眼球，搭載萬向旋轉設計，能確保移動時的穩定性。

阿列夫在發布會上分享 Alef Model A 的試飛影片，展示了該車成功垂直起飛、飛越障礙物，並在指定地點安全降落的能力，Alef Model A 最大行駛里程約為 354 公里，飛行範圍約

為 177 公里。值得一提的是，特斯拉執行長伊隆·馬斯克 (Elon Musk) 也是阿列夫公司的投資者之一，有了首富的背書，也大大提升這款飛天汽車的聲量，即使一台要價 30 萬美元 (折合台幣約 980 萬元)，還是吸引超過 3,300 人搶下標，阿列夫公司計劃在 2025 年底前開始量產，為市場提供這款創新的飛行汽車，並且希望能普及到人人都能負擔的價位。

不過即使 Alef Model A 有望在年底量產，能不能實際開上路還是很大的問題，首先，飛天汽車在交通法規上的挑戰就涉及多個層面，包括駕駛執照、空域管理、道路法規、安全標準以及監管機構的批准，根據外媒報導美國聯邦航空管理局 (FAA) 目前正在制定新的城市空中交通規範，允許低空飛行器合法運行，也許在短期內，它們可能只會在特定區域或用於醫療等特殊用途中運行，至於要大規模的普及，仍需要法規完善、技術成熟與基礎設施建設等問題都克服，才有機會實現。

美妝戰場的新成員

繼 Hermès、Prada、Celine 等品牌相繼進軍美妝市場後，法國百年老牌 Louis Vuitton，也於日前對外宣布，將於今年秋季正式推出美妝系列「La Beauté Louis Vuitton」。其實 Louis Vuitton 大動作擴大美妝事業並非意料之外的事，早在多年前母公司 LVMH 集團便超前部屬壯大全球美妝企業的投資占額，除了集團原先既有的 Dior、Givenchy、Guerlain、Make Up For Ever、Acqua di Parma、Fresh 等美妝與保養品牌，旗下零售品牌 Sephora 更是該領域的重要零售通路。

而 Louis Vuitton 看似在精品彩妝事業的起步尚晚，但仔細回想可以發現，它並非美妝戰場上的菜鳥，早在 1927 年便推出品牌首款香水作品：Heures d' Absence，推開香氛市場的大門，借鑒品牌對旅行的著迷，自 1920 年代起，Louis Vuitton 也曾專為旅行需求打造粉盒、粉刷和鏡子等美妝工具，如今睽違超過百年重拾初心，直接為美妝市場投下震撼彈。

Louis Vuitton 要創造出高度與差異性，幕後創作團隊絕對是核心樞紐。除了自家美妝品牌的經驗與開發的強大後盾，美妝系列更邀請當今最具影響力的化妝天后帕特麥格拉斯 (Pat McGrath) 擔任品牌彩妝創意總監。出生於英國的國際彩妝師 Pat McGrath 過去被外國媒體譽為「全球最具影響力的化妝師」，不僅橫跨藝術、時尚兩大領域，更曾是泰勒絲 (Taylor Swift)、賽琳娜 (Selena Gomez)，甚至好萊塢後台、各大品牌時裝秀的首席御用彩妝師，有著超過 20 年的專業經驗，自 2015 年推出同名品牌後，也藉著辨識度高的設計、顛覆創意的調色與質地變化，以及引領趨勢的妝容風格，如今在美妝市場也擁有一輪專櫃品牌的影響力。



Defining Elegance

以俐落的尖頭線條展現優雅姿態，讓你的每一步都散發自信與魅力。

編輯 | Yee Chuang 攝影 | Wei Wei Chen



1. 雙T釦環貓跟鞋，Tory Burch，NT\$13,900。
2. 墨綠亮面高跟鞋，Ferragamo，NT\$35,500。
3. 紅色尖頭芭蕾舞鞋，Hermès，NT\$48,900。
4. 拼接皮革尖頭高跟鞋，Prada，NT\$49,000。



DRIES VAN NOTEN

**one
fifteen**
初衣食午

大安旗艦店
台北市大安區大安路一段90-92號
Tel : +886-2-8773-0115

BELLAVITA寶麗廣場
台北市信義區松仁路28號2樓
Tel : +886-2-8780-5115

Mitsui Shopping Park LaLaport 台中
台中市東區進德路600號1樓 (北館)
Tel : +886-4-2212-2115

誠品生活蘇州店
蘇州工業園區月廊街8號1樓
Tel : +86-185-5034-0115

Radiant Debut

不論是低調霧面還是耀眼光澤點亮造型，
為日常穿搭注入時髦氣場！



1. 金屬髮夾・Prada・NT\$22,000・ 2. 金色魚鱗亮片手拿包・Ferragamo・NT\$128,000・ 3. 18K 金青蛙造型胸針・Bottega Veneta・NT\$47,700・ 4. 刺繡高跟涼鞋・Dior・NT\$59,000・ 5. 金色肩背包・Michael Kors・NT\$15,000・



doublet

STRANGEST COMFORT

one
fifteen
初衣食午

大安旗艦店
台北市大安區大安路一段90-92號
Tel : +886-2-8773-0115

BELLAVITA寶麗廣場
台北市信義區松仁路28號2樓
Tel : +886-2-8780-5115

Mitsui Shopping Park LaLaport 台中
台中市東區進德路600號1樓 (北館)
Tel : +886-4-2212-2115

誠品生活蘇州店
蘇州工業園區月廊街8號1樓
Tel : +86-185-5034-0115

www.onefifteen115.com

Onefifteen 初衣食午

onefifteen115

onefifteen_初衣食午

Onefifteen 初衣食午

onefifteen 初衣食午

ec.onefifteen115.com





TASAKI



時代共鳴

黑膠唱盤的針臂劃破沉寂，像一縷時間的細線，將往昔光輝與當代銳利交織。法國時尚品牌 Saint Laurent 與丹麥影音品牌 Bang & Olufsen 再度攜手，以第五次聯名合作向經典致敬。這次，他們選擇重塑「Beogram 4000」黑膠唱盤，並將其蛻變為收藏級藝術品。這款誕生於 1970 年代的設計傑作，如今換上紫檀木鎧甲，鋁製細節閃耀宛如銀河碎片，每一台皆擁有獨立編號，象徵著無可複製的價值。創意總監 Anthony Vaccarello 將其創意轉譯進 B&O 的音樂載體中，讓時尚與聲學合而為一，如同一首關於傳承與未來的序曲。限量十台的珍稀身份，使其猶如隱藏版的稀世珍寶，為品味獨到的收藏家，播放了超越時代的共鳴。



編織一個故事

若有機會偷窺法國人腦袋，裡頭必然有一幀畫面是關於 Longchamp。超過半世紀的時間，品牌每一條縫線、每一次編織都是文化的堆疊，將巴黎的酷、巴黎的 Chill、巴黎的美轉譯成富含人文風情的時尚單品。今年，這個很有「人味」的品牌，與馬達加斯加提升婦女地位的非政府組織 Anaka 合作，將女性力量以工藝展現，透過經典包袋訴說著一段段女人故事。創意總監 Sophie Delafontaine 深知，一只包袋不只是物件，更是故事的容器，而這些擅長編織拉菲草的女性，正在用靈巧的雙手編織獨立、自主與希望。當標誌性的皮革觸感遇上細膩的手工編織，Le Pliage 系列化為時尚與堅韌並存的象徵。透過這場合作，Longchamp 不僅為我們展出創意包袋，更為這些女性帶來經濟自主的機會，在全球時尚的語境下，為「女性權力」一詞編織出更深遠的意義。



沒創意總監也很酷

義大利語「Sprezzatura」有著：看似漫不經心卻精雕細琢之意。而當 Gucci 以此為題，這場 2025 秋冬大秀便如一卷膠片，在歷史與未來間，開展一段「不完美也完美」的故事。沒有創意總監指引，設計團隊拾起過往線索，於深綠色帷幕下，勾勒出百年軌跡與當代詮釋。俐落的西裝遊走於剛與柔之間，男裝經典材質與女裝世界相互交融，串聯起男女裝的視覺節奏。粗花呢、磨毛馬海毛、珍珠母皮革等豐富層次，在極簡與極繁間對話，讓服裝既有張力，又散發出不經意的優雅。而標誌性的 Horsebit 馬銜鍊，則彷彿一條貫穿過去與未來的鎖鏈，將人們帶回 Guccio Gucci 的創始年代，用「老記憶」點綴「新設計」。這個令義大利人驕傲抬頭的牌子，在面臨創意總監更迭之際，選擇回望自身 DNA，透過設計團隊之手，以不慌不忙的筆觸，續寫時尚史詩。



傳說中的大蜘蛛來了

當藝術成為情感與記憶的織網，Louise Bourgeois 便是那位永不停歇的編織者。台北富邦美術館迎來了這場史無前例的重量級展覽——《路易絲·布爾喬亞：剛從地獄回來，順便說一句，太精采了》，以超過 60 件代表性作品，勾勒出這位藝術大師一生的創作脈絡。她的藝術，是對過往的直視與解構，既柔韌又鋒利，將個人生命經驗轉譯為觸動人心的普世情感。就連最為世人所熟知的「蜘蛛」雕塑，都並非僅是冰冷的鋼鐵結構，而是一則隱喻母愛的寓言。蛛絲縷縷，交織著修復與脆弱、包容與防禦，令人敬畏卻又難以抗拒。展覽同時收錄她早期繪畫與「牢籠」系列，細膩拆解親情、心理與自我的羈絆，將那些深埋心底的情感拉至光下，讓每位觀者都能在其中尋得自身投影。



不容小覷

Hermès 無人不曉，但你也必須認識這位來自愛爾蘭的藝術家——Richard Gorman。當兩人攜手創作，就好像兩股藝術力量交會，讓大面積的飽和色塊、簡潔流暢的線條、細膩非凡的工藝，終於有時間好好對話。這位擅長抽象表達的畫家，總在廣闊的色場中鋪展幾何的秩序與變奏。而這次，他的筆觸躍然於一條超大沙灘巾上，將畫布轉化為肌膚可感的柔軟。名為「Squeeze」的印花，如一場無聲的視覺震盪，在雙面配色的織物上躍動。德國精湛的編織工藝，結合法國絲網印刷技術，七層色彩層層疊映，讓線條與色塊的張力達到極致。說它是一條「沙灘巾」簡直太小看了，比起用來擦拭身體，它或許更適合用來當作海風與陽光下流動的畫作。



Free Hug

如果童年有形狀，那麼 AP Collection 的座椅便是它最生動的模樣。創立於 2015 年的這個比利時精品家具品牌，不僅是將復古卵形沙發椅與絨毛玩具相結合，更是透過一場「擁抱」藝術，喚醒每個人內心深處的童心。每一張椅子都是獨一無二的存在，難以計數的玩偶由工匠手工縫製、細緻固定，彷彿一篇療癒童話，在擁擠現實裡開闢出一隅純真角落。其中，北極熊系列更是經典之作，圓滾滾的身影、無憂無慮的姿態，猶如雪地裡的自由靈魂，帶來寧靜與安心。從此，小小的一張椅子，不再只是了無生趣的家具，而是純粹情感的延伸。當身體沈入這張滿載柔軟的座椅時，靈魂也像再度跌入童年懷抱中，被無條件的溫暖與真誠，溫柔接納。





Vivienne
Westwood





柯佳嬿

當作家的一年

夢，有些稍縱即逝，有些讓人深刻猶新，而柯佳嬿把深夜的奇想變化為文字的起點，今天她不是演員，用三本著作《夢遊記》作家身份跟我們聊天。

監製 & 造型 | Toby Hsu 執行 | Yee Chuang 攝影 | Kuo Huan Kao 撰文 | Eli Yeh
髮型 | Amber (80's) 彩妝 | Jenny Lin 美術 | Zeke Lin

立體裙撐洋裝, Loewe; 「B.zero1」白金密鑲鑽石項鍊、「B.zero1」白金系列手環與戒指, all by Bvlgari。



左頁 | 無袖背心、皺褶長褲, Featherlight Puzzle 包, all by Loewe; 「B.zero 1」玫瑰金系列手環、戒指和項鍊, all by Bvlgari。
右頁 | 黑色無袖晚裝, Gucci。









左頁 | 立體裙撐洋裝, Loewe; 「B.zero1」白金密鑲鑽石項鍊、「B.zero1」白金系列手環與戒指, all by Bvlgari。
右頁 | 磚紅色平口連身洋裝, Ferragamo; 「B.zero1」玫瑰金鑲鑽系列手環、戒指, all by Bvlgari。



瞬間，柯佳嬿已經從周杰倫《楓》MV中的小女孩，變成小女人，螢光幕前的20年間，歲月並未在容顏留下痕跡，反而是刻劃出她更沉穩的性格。與上一次的封面拍攝恰好時隔一年，當時她跟我們說正在籌備第三本書，然而她並沒有食言，繼散文集《再見少女後》，《夢游記》讓她重回作家身份，而文字這項需要沉澱，不被打擾的創作過程，她是如何離開螢光幕著手下筆，回顧過往的365天，是這次訪問的開端。

當演員在文字裡

「夢這件事是我這本書靈感的開端，但不是這本書的主軸，的確有一些片段是我的夢，但大多數並不全然。」文字成為柯佳嬿在這一年來的生活重心，善於記住夢的她，把許多超現實的片段，拆解在部分章節中，與此同時她也提到未來或許能將熱愛的文字與演員的身份結合，「我一直對於編劇這件事很有興趣，或許是因為我真的很喜歡寫字吧！寫劇本跟寫小說是很不同的事，它需要具備能與演員、劇組溝通的功能，前陣子我跟編劇朋友聊過關於寫劇本這件事，也去買了書研究，之後或許會再去進修這方面的技能吧。」

夢境到生命

「有一天如果我真的離開了，肉身會消失，那意識會存在嗎？有一種講法說『靈魂也是一種能量』，那存在的意識是不是在某一方面也是一種夢境？」午夜夢迴腦袋裡的奇想，超脫現實的畫面，成為她新書寫作的起點，也成為探討生命靈性的開始，「小時候第一次遇到親人離世時，就開始想生死這件事，很好奇，輪迴、投胎，或是掃墓時逝世的人真的在嗎？還是這些儀式只是想安慰還活著的人。」對於離別的探討，時至今日轉為對於生命的豁達，「我一直覺得死亡這件事在我們的前方，只是不知道它是幾步後就會發生，還是好多年後才會遇見，其實都我們是無法知道的。」

寫作的這一年

比起過去幾年密集的戲劇演出，近期她的維基百科的作品列表上的時間間距拉得更開，我們問她是不是有刻意減少演出，她開玩笑的說：「就沒人找我啊！」但實質上她正在用寫書的一年找回生活的面貌「我的確有想調整步調，因為突然有很多想做的事，想要保留更多的體力跟能量，與其急著接戲，現階段我會想等到更適合的故事跟劇本。」在準備書的這一年，柯佳嬿拿回時間的掌控權，日子中的班表由自己安排，她能在爐灶旁燉湯的時候，抓緊時間投身寫作，沒靈感時，就開車去兜兜晃晃，「我很喜歡這一年的生活，跟拍戲不一樣，我可以自己掌控時間，有好好休息，真的在生活裡的感覺。」

人生下個階段

今年生日蛋糕端出去的那一刻，柯佳嬿蠟燭上的數字往前進了一位，意味著她正邁向人生新階段「時間這件事情是很可怕，它是一個很公平的東西，大家都會長大跟變老，上一次的年齡焦慮是發現生命沒有想像中的長，但過了那個階段後，開始會把重心放自己身上，當認知到生命是一個單向道後，很多事就不會再糾結。」被時間推著長大的柯佳嬿，在這一年深刻的體悟到，生而為人是一次不可逆的體驗，與其擔心逝去的時間，不如把目光看向眼前「人生是一個去蕪存菁的過程，到了這個年紀，會發現我很喜歡現在的自己，對於周遭的人事，會明確知道自己要什麼，很感謝自己懂得更珍惜生活中真正陪你的人。」

學英文、旅遊、上表演課是柯佳嬿在訪問結尾後分享的年度計畫，或許下一部作品在哪裡？不是我們現在該問她的問題，希望下一次見面，我們能聽她分享的是，認真生活後的感知與體悟。

無袖背心、皺摺長褲，Featherlight Puzzle 包，all by Loewe；「B.zero1」玫瑰金系列手環、戒指和項鍊，all by Bvlgari。







遠雄泱玥

VISION OF NATURALISM

泱——泱——山——水

一座——以自然——忘記時間的——建築

光河流域，經典首現 國際大師藝術團隊執筆 淡墨極境，淬鍊北士科唯一山水無界



3D示意圖

無堤水岸特區首排 | 360度豐采眼見 | 黃金級綠建築^(標選) | 建築能效一級^(標選)
37-75坪 一席一風景 極致臻藏 0800-502-555



遠雄泱玥官網

投資興建：遠雄建設 | 工程營造：東源營造 | 建築設計：李祖原聯合建築師事務所 | 企劃銷售：遠雄房地產 | 建造號碼：113建字第0007 | 經紀人：羅金山 114.02
遠雄建設 | 遠雄營造 | 東源營造 | 遠雄房地產 | 遠雄人壽 | 遠雄自由貿易港區 | 遠雄海洋公園 | 遠雄悅來大飯店 | 遠雄巨蛋 | 遠雄流通 | 遠雄文教公益基金會 | 遠雄創藝 | www.farglory.com.tw

Bella

cittá 俾俾

外面的世界太無趣，
為自己添購行頭，
我想要每一天都美美的開始。



Just a little crush

在浩瀚宇宙裡，每一場不期而遇都值得被珍藏。

Gabrielle Chanel 以獨到美學將人生中的交錯際遇幻化為 COCO CRUSH 經典菱格紋設計，象徵著每段獨一無二的機遇。這一次，新生代演員彭千祐與劉主平因 COCO CRUSH 初次相遇，如同菱格紋線條般交錯，串起每一個悸動時刻。

監製 & 造型 | Toby Hsu 攝影 | Zhou Chuan

撰文 | Celeste Kao 髮型 | Fran Lin (主平)、Jacobs Hsieh (千祐) 彩妝 | Eddi (主平)、柯睦容 MuMu (千祐) 珠寶、服裝 | Chanel 美術 | Zeke Lin

本頁 | (上圖) 鑲鑽耳環、小型款戒指、鑲鑽中型款戒指、Première 原創款腕錶、
中型款戒指、鑲鑽中型款戒指；(下圖) 小型款戒指、中型款戒指、鑲鑽中型款戒指；
左頁 | (劉主平) 鑲鑽小型款戒指、小型款戒指、鑲鑽小型款戒指、
Première 原創款腕錶、窄版手環、鑲鑽窄版手環、COCO 鑲鑽項鍊、中型款戒指、
鑲鑽中型款戒指、小型款戒指；(彭千祐) 小型款耳扣、鑲鑽小型款耳扣、雙圈戒指、
鑲鑽小型款戒指、中型款戒指、J12 BLEU 腕錶、鑲鑽中型款戒指、
小型款戒指，all by CHANEL COCO CRUSH。



相遇 & 相織

對表演藝術者而言，複雜情緒交織出的張力，就是作為演員無可取代的價值。以《不良執念清除師》獲得最具潛力新人獎以及男配角提名的彭千祐，從每一段邂逅中提煉心得，「進入新劇組很像參加夏令營，從陌生到熟悉，與一群人投入角色世界，再一起告別角色，經過內化、衝擊等多層心理對話，呈現出完整的作品。」而劉主平則以「一期一會」來形容一段表演旅程的命定之美：「人與人相遇很難得，既然有緣遇見就會以信任、且開放的心，去承接對手演員的情緒，有時候劇本之外的才更加精采。」細看 COCO CRUSH 上菱格紋交織的軌跡又是如何？兩條獨立線終究綻放交會時的燦爛。





本頁 | 小型款耳扣、鑲鑽小型款耳扣、中型款耳扣、COCO 鑲鑽耳扣, all by CHANEL COCO CRUSH。

右頁 | (劉主平) 小型款耳扣、鑲鑽耳環、Première 原創款腕錶、窄版手環、鑲鑽窄版手環；

(彭千祐) 中型款戒指、小型款戒指、J12 BLEU 腕錶、中型款耳扣、鑲鑽耳扣、小型款耳扣, all by CHANEL COCO CRUSH。

最難忘的「悸動」時刻

COCO CRUSH 的優雅圓弧像是一種情感的觸動，細膩勾勒出香奈兒女士游刃有餘的自在風度。在電影《破浪男女》中首度挑戰水下演出的劉主平，至今難以忘懷那場潛入心靈深處的拍攝經驗：「原以為憋氣是關鍵，其實要夠放鬆才能與水共存。當視線模糊、只聽得到水聲與心跳聲，就像一種強制性的冥想。」彭千祐自小浸潤在藝術氛圍中，曾為父親藝術家友人的畫作擔任模特兒，那是他第一次感受到被凝視的緊繃感，「輕微不自在與好奇心同時並存，想知道經由別人的眼睛，我會是什麼模樣？」那些看似不經意卻極其深刻的心動瞬間，為平凡時刻注入驚喜。





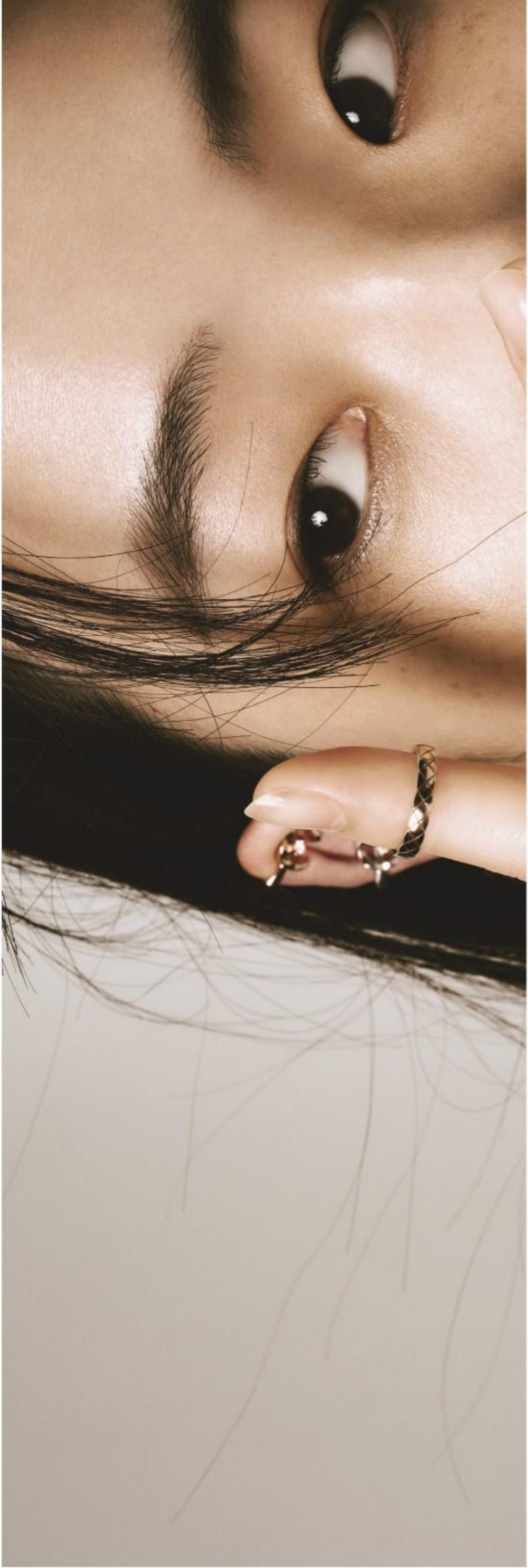
本頁 | 鑲鑽小型軟耳扣、COCO 鑲鑽耳扣，both by CHANEL COCO CRUSH。

右頁 | (彭千祐) COCO 鑲鑽項鍊、鑲鑽中型款戒指、中型款戒指、J12 BLEU 腕錶；(劉主平) 中型款戒指、鑲鑽中型款戒指、Première 原創款腕錶，all by CHANEL COCO CRUSH。





本頁 | 鑲鑽中型款耳扣, CHANEL COCO CRUSH。
右頁 | COCO 鑲鑽耳扣、小型款戒指, both by CHANEL COCO CRUSH。





鑲鑽中型款戒指 · CHANEL COCO CRUSH。



獨特鮮明的紅寶石

當初香奈兒創作出標誌性的 BEIGE 米色金，更成為品牌經典風格的代表之一。於 COCO CRUSH 系列中也延續這份經典，並巧妙融入鮮豔亮眼的紅寶石，異材質堆疊出視覺的層次感，完美體現了品牌對色彩的獨到美學，私底下熱愛以異材混搭展現風格的劉主平，更以演員的角度形容 COCO CRUSH：「若劇本上有個配戴 COCO CRUSH 的角色，我認為他是一位有自信，而且能夠游刃有餘面對各種情境，紅寶石點綴也訴說著他獨特鮮明的一面。」

COCO 鑲鑽耳扣、小型款戒指、鑲鑽中型款戒指，all by CHANEL COCO CRUSH。



(劉主平) 中型款耳扣、耳環、COCO 鑲鑽項鍊、鑲鑽中型款戒指、小型款戒指、窄版手環；(彭千祐) 小型款耳扣，all by CHANEL COCO CRUSH。





更閃耀的光芒

隨著時代演進，COCO CRUSH 引進了珍稀的全鑽石鋪鑲工藝，鑽石巧妙鑲嵌於經典菱格紋的對角線上，展現品牌珠寶工匠與鑲嵌師的卓越手藝。私下也善於用珠寶點綴造型的彭千祐，則是被 COCO CRUSH 18K 白金小型款戒指深深著迷：「剛剛好的寬度，鑽石所散發出的光芒使菱格紋更加立體，不僅為極簡日常穿搭增添亮點，也承載著某個時刻的情感與故事。」

關於「疊加」的魅力

此系列珠寶展現疊戴的美學，更透過字母設計傳遞專屬訊息。手鍊與耳扣的 C 與 O 字母，呈現出 COCO 的標誌，在優雅中注入趣味感。透過演戲以外的興趣，去堆疊角色厚度與情感，是演員的重要一課，喜歡深夜騎腳踏車的劉主平，便以此方式滋養角色的靈魂：「當路上人與車輛都變少時，可以觀察到更多細節，像是路邊吃宵夜計程車司機、獨自夜跑的人們……看著他們都會忍不住好奇他們的故事，在這些觀察中，也成為我日後詮釋角色的珍貴養分。」某個角度來說，珠寶設計師與演員或許都擁有藝術的靈魂，將情感投射於作品，透過不同形式與情節傳遞著動人的故事。

COCO 鑲鑽耳扣、小型款戒指、中型款戒指、鑲鑽中型款戒指，all by CHANEL COCO CRUSH。

2025 F/W Fashion Week 秋冬時裝週特別報導

不論是從我們作為媒體的觀點，或者從業界實際碰到的角度，都一致認為2025年是很辛苦的一年！然而，時尚本來的其中一個目的就是要為穿著者帶來愉悅感，2025年四大秋冬時裝週現場，我們看到老將的實力，也看到新血的活力，以下是《Bella》對於今年秋冬時尚的重點分析。

監製 | Toby Hsu 編輯 | Eli Yeh, Chun Chao 圖片提供 | 各品牌

不確定中的新希望

經濟、景氣的衝擊，一路從 2024 繼續延燒到今年。2025 秋冬時裝週，我們很難不嗅到這一股“不確定”的空氣，面對地緣政治、經濟、通膨與消費者喜好的轉變，要如何逆勢突破重圍，考驗每一個品牌經理人的智慧。

· 變動

從紐約華爾街到巴黎香榭大道，應該沒有人認為 2025 年會走得很平順，加上美國總統川普上任後，他的政策一天三變，不僅影響著美國市場乃至全球經濟局勢，也牽動了精品業與零售業。

有的零售商與品牌不時要面對“政治正不正確”所帶來的消費者杯葛，有的品牌則是處於高度的變動過程，例如法國 LVMH 集團近期一連頒布了多個管理階層的人事調整，準備迎戰艱困的一年；至於 2025 開春最受關注的 Versace 併購案，Prada 集團正加速與 Versace 母公司 Capri 集團談判，《彭博社》新聞更透露，整個交易將會在三月底前後完成。除此之外，由於設計師的更換，部分品牌選擇以更安靜的方式來應對，比如剛換了新任創意總監的 Bottega Veneta，這一次時裝週就直接進入“靜音”模式，至於 Anderson 最後一季的 Loewe，則是改以靜態展來呈現，也算是對過往 11 年的完美收尾。

· 處女秀

今年許多品牌都端出改朝換代的處女秀！再一次回到紐約時裝週的 Calvin Klein，新任設計師 Veronica Leoni 的首場大秀，明顯以商業為導向，是否會激起品牌忠實粉絲的購物慾，外界看法兩極；去年 7 月，比利時設計師 Dries Van Noten 正式宣佈離開同名品牌，並任命團隊夥伴 Julian Klausner 為新任創意總監，針對 2025 年秋冬系列，他以劇院為靈感，實用與實驗性並存，不少人認為他有承襲了品牌創辦人的精髓；歷經了幾波段、向街頭靠攏的路線，又頻繁地在不同的設計師手上翻玩，2025 年秋冬系列，在 McQueen 效命 26 年的 Sarah Burton 操刀下，年過 70 的傳奇品牌 Givenchy 終於重回品牌的優雅核心。賺不賺錢？要等下半年才知，但可以確定的是，我們非常喜歡！

另一個讓我們很興奮的系列，則是 Haider Ackermann 操刀的 Tom Ford，出生在哥倫比亞的 Haider，兒時的移居生活，讓他的設計充滿文化融合，又帶有迷人的詩意。他首場的 Tom Ford 大秀，以更為禁慾的方式展現性感，剪裁精準之外，他對於布料的掌控也純熟，即便你本來不一定是 Tom Ford 粉絲，Haider 的設計也絕對讓你愛上。

· 下半場是關鍵

流量數據、銷售報表，追求數字已成為多數品牌每天早上一起床就要面對的工作，這種高度壓力，並非每位設計師都能吞得下口，也讓有些設計師還沒有時間表現實力，可能就被抓去玩“大風吹”！

在米蘭時裝週登場前，義大利重量級品牌 Gucci 決定與上任 2 年的 Sabato De Sarno 分道揚鑣，緊接著又宣佈將由成功扭轉 Balenciaga 的創意總監 Demna 接棒；現年 69 歲的凡賽斯主理人 Donatella Versace，這一季的秀以米蘭很具時代感的 Darsen 電車站為背景，端出一場非常鋪張、大膽、性感的告別作，之後的重任也將交由前 Miu Miu 設計師 Dario Vitale，交棒的新聞一出，牽動 Capri 股價上漲，外界猜測這或許是 Prada 收購 Versace 的其中一項 deal；在 Loewe 任職 11 年的 Jonathan Anderson，關於他要離開品牌的事情，市場已謠傳半年以上，甚至連他的下一步（Dior）也都白紙黑字的寫出來！果真在今年 3 月，他與 Loewe 的合作畫下休止符，而他的接班人選也正如傳言所提到的，由創辦紐約品牌 Proenza Schouler 雙人組合 Jack McCollough 與 Lazaro Hernandez 接手；至於過去幾年頻繁更換設計師的 Bally，3 月初也分手了 Simone Bellotti，這位很受《紐約時報》時尚評論家 Vanessa Friedman 讚賞的設計師，將跳槽至極簡品牌 Jil Sander，接替剛離任的 Lucie 與 Luke Meier 夫妻設計組合。

但要說到下半年最被期待的精彩好戲，應該就是 Matthieu Blazy 第一季的 Chanel。在前東家 Bottega

Veneta 在位期間，他輕鬆遊走在藝術與實用主義之間，作品迷人，又帶著高度的工藝美學，外界認為 Chanel 做了一個超級聰明的決定。另一方面，Bottega Veneta 則是由前 Carven 創意總監 Louise Trotter 接棒，她的設計簡潔大氣，很受到媒體與買家的高度好評。從精品集團的管理階層、各品牌設計大將的洗牌，2025 下半年鐵定充滿話題，但也絕對充滿競爭！

· 明星、設計師哪個重要？

1998 年，法國品牌 Hermès 破天荒邀請港星張曼玉化身為模特兒走上身站台，成功搶下各大媒體版面，1999 年，日本設計師山本耀司則找來梁朝偉為品牌走秀加持，時間快轉到 2024 年，Louis Vuitton 也找了品牌大使 Stray Kids 成員 Felix 李龍馥獻上伸展台處女秀，據傳帶來 910 萬美金的社交媒體價值，佔整體討論度 25%！時隔一年，他再度走上品牌伸展台，截至截稿日，Felix 的個人片段已累積近 700 萬次的觀看數，僅次於同為品牌大使的 Lisa；而另一法國品牌 Isabel Marant 也不遑多讓，在本次一樣將品牌大使 Ateez 成員星化送上伸展台，讓現場嘉賓忍不住舉起手機。

這種與明星緊密結合的操作，近幾年來已成為時裝週場內場外的普遍現象，不管是 K-Pop 或泰國明星，他們在社群上的流量以及秀場外粉絲喊叫的聲量，的確為時尚品牌帶來可觀的注意力，但也不僅讓人擔心“少了明星的 fashion show 就沒人看了”？從數據分析平台 Lefty 對 2025 秋冬時裝週的數據分析報告中，這樣的趨勢似乎越演越烈，提升網路聲量的關鍵原因來自於「與明星的合作」，四大時裝週的聲量冠軍分別是 Calvin Klein、Burberry、Prada、Dior，其中與韓星、泰星的關聯性成高度正相關，從網路冷冰冰的數據，到現場氣氛熱烈的粉絲，讓韓流、泰流成為增添時裝週熱度利器之一。

· 精品持續拓展版圖

經濟不景氣的影響，精品品牌的戰線從早年的時裝、配件、一路延伸到美妝與餐飲事業，既然時裝與配件的生意越來越不好做，何不多角化經營品牌 IP？

Hermès 執行長 Axel Dumas 在之前的年度財務報告中透露，外傳很久的高級訂製服系列的確已在計畫之中，有望在 2026-2027 年之間以客座品牌的身份參與高級訂製服時裝週。法國品牌 Louis Vuitton 過去幾年觸角也是快速向外發展，除了 2025 年秋冬即將推出、由彩妝教母 Pat McGrath 主導的彩妝系列，LVMH 集團位於巴黎市中心的第一間飯店也將登場。

Saint Laurent 今年 2 月在巴黎開設了高級壽司餐廳 Sushi Park，這家原本隱身於洛杉磯日落大道的餐廳，現已成為巴黎的熱門用餐地點，難以預訂。除此之外，品牌也開始跨足至家居領域，旨在吸引更多的客群。而在 2024 年成立的「Saint Laurent Productions」電影製作公司，連續三部作品入圍坎城影展，進一步鞏固了品牌在文化藝術界的地位。回到亞洲市場，野心勃勃的 Prada 近期更宣布在上海開設了亞洲第一家餐廳「Mi Shang 迷上」，並與知名導演王家衛合作，將電影藝術與餐飲文化融合，打造出全新的奢華用餐體驗。

從去年到今年，許多奢侈品牌面對銷售低迷的市場情況，不得不擴大產品線並尋求多元化的營收來源。這不僅是品牌巧妙創新的營利方式，同時也為消費者提供了更豐富的體驗。這不僅考驗了每位品牌經理人的智慧，也使得品牌的商業布局更加完善和多元。

"Pioneering a Conscious Luxury Mission Since 2001"

The Stella Times

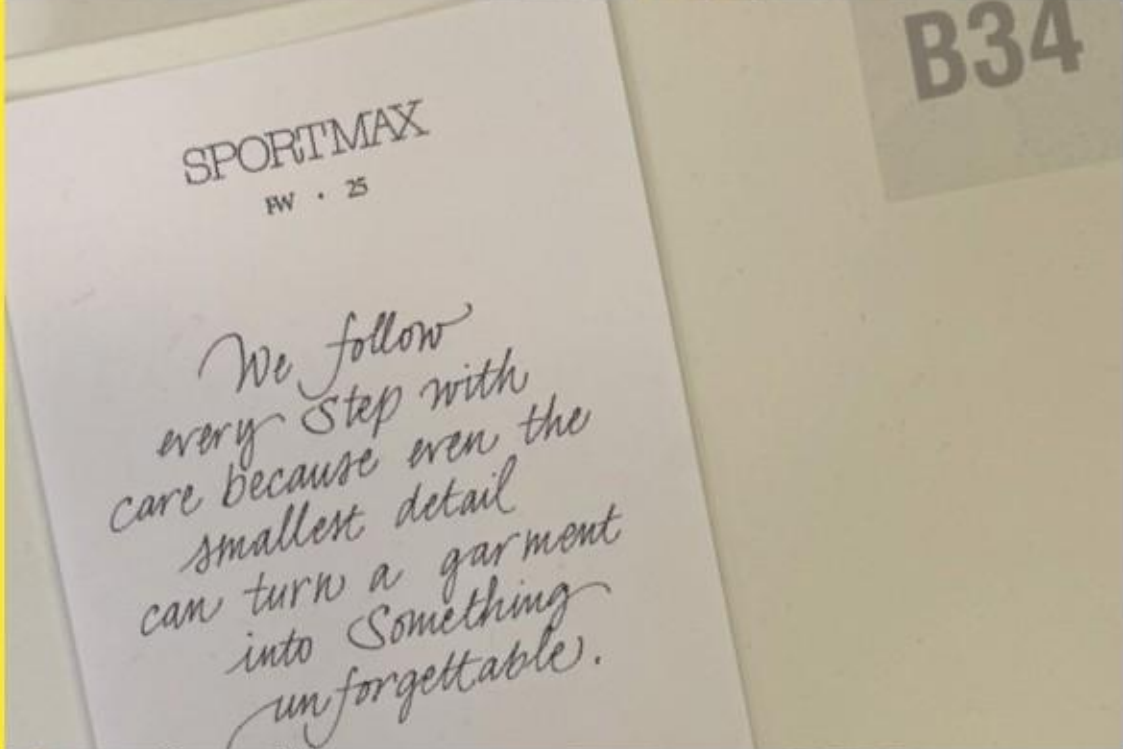
The newspaper of record for global changemakers - celebrating women, creating effortless desirability and pioneering fashion.

3 No. 01. 0003 PARIS, MARCH 2025 EDITION FREE

Stella McCartney Debuts Summer 2025 Campaign



SAVE WHAT YOU LOVE



We follow every step with care because even the smallest detail can turn a garment into something unforgettable.



ISSEY MIYAKE EUROPE S.A.
5 Place des Vosges 75004 Paris FRANCE
TEL: +33 (0)1 44 54 56 01
isseymiyake.com
Printed in Japan

HOLD UN



LA ROSE VIVIER

Monsieur Ting
c/ Hôtel Aida Marais
19 rue du Château d'É
75010 Paris



HAS THE PLEASURE OF INVITING

Chia Chun Chao Eb24

TO THE FALL WINTER 2025 WOMENSWEAR SHOW

THURSDAY, F



GUCCI PROSPETTIVE



Chia-Chun Chao



FERRAGAMO

HIGHLIGHT





01



02



03



04



05



06

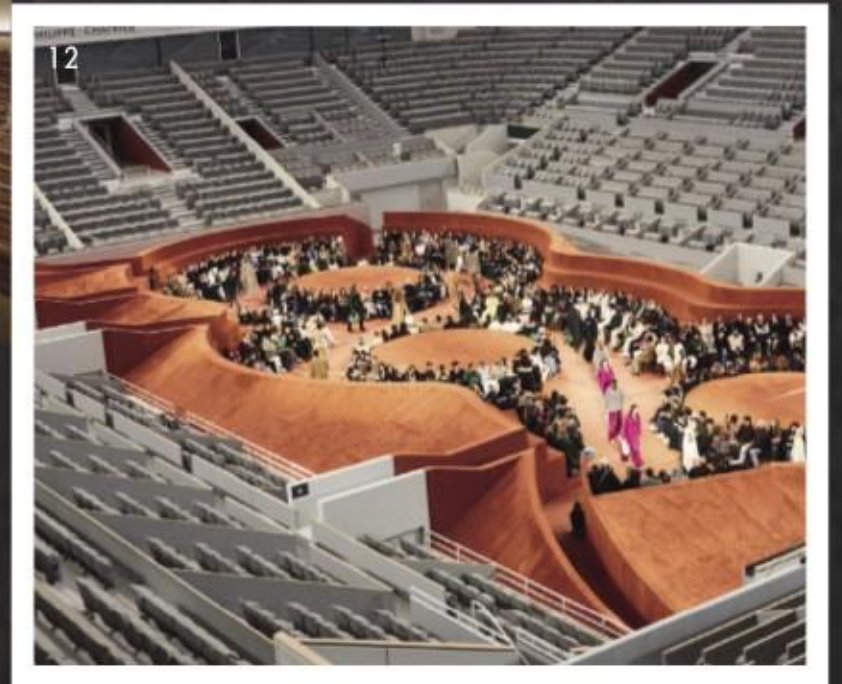
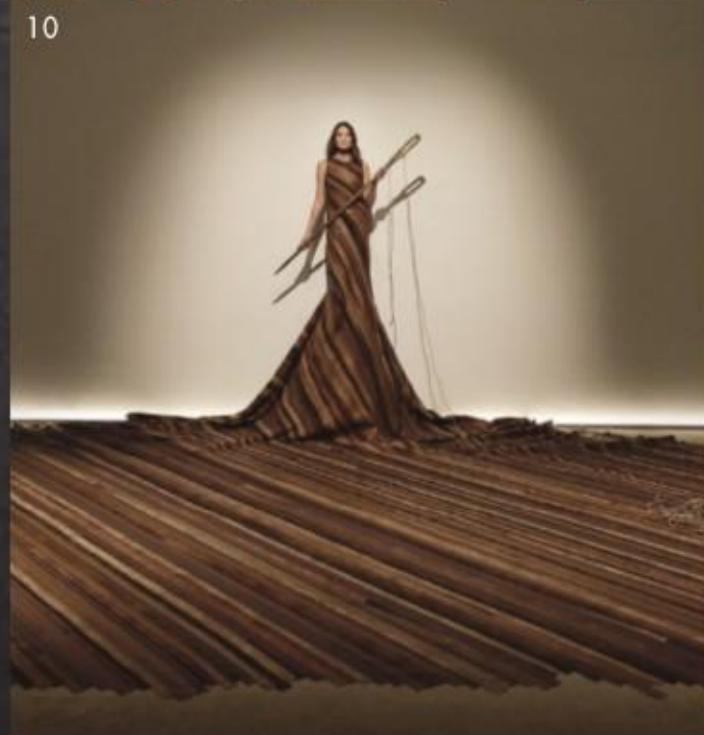


07

#IT'S SHOWTIME

伸展台是一場秀故事的開端，有個品牌辦秀像是在辦一場千人大型演唱會，有的則選擇化繁為簡，僅用一排座位讓時尚回歸到純粹的沙龍時代，不管形式為何，把故事說得好才是重點。

01.Givenchy 02.Acne Studios 03.Etro 04.Ferragamo 05.Burberry 06.Sacai 07.McQueen
08.Issey Miyake 09.Saint Laurent 10.Tod's 11.Valentino 12.Lacoste 13.K-way 14.Sandro



叢林熱

本季時裝週充滿「野性」，蟒蛇、鱷魚、豹紋、斑馬...女人在這個秋冬準備好化身為最性感的野獸。

01.Balmain 02.Saint Laurent 03.Stella McCartney 04.Tod's 05. Fendi 06.Burberry 07.Tory Burch 08.Calvin Klein Collection



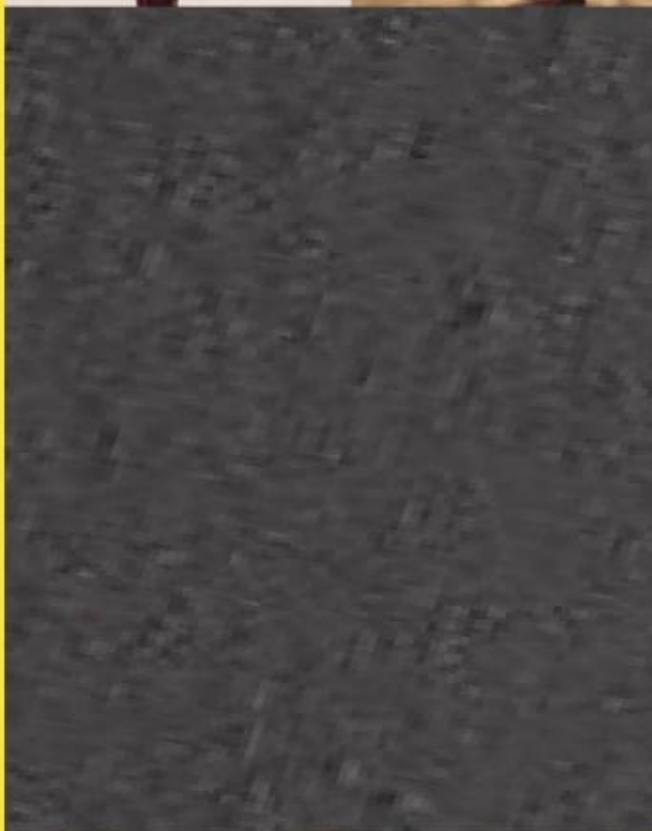
01



02



03



04



05



06



07



08



動感女郎

羽毛、流蘇到輕飄飄的材質元素，設計師用各種媒材抓住空氣無形的律動。

01.Sportmax 02.Onitsuka Tiger 03.Junya Watanabe 04.Burberry 05.Ferragamo 06.Alaïa 07.Jil Sander 08.Vivienne Westwood

蝴蝶飛舞

可愛已經不是蝴蝶結的代名詞，在 2025 秋冬，它也是酷女孩著裝的必要元素！

01.Noir kei ninomiya 02.Marc Jacobs 03.Simone Rocha 04.Jil Sander 05.Coach 06.Valentino 07.Prada 08.Chanel



01



02



03



04





不只是皮毛

雖然皮草從未消失在伸展台上，但這一季更多設計師加入行列，透過顏色、材質混搭與裁剪技術的巧妙處理，展現皮草的多種樣貌。

- 01.Balmain 02.Marni 03.Rabanne 04.Burberry 05.Acne Studios 06.Sacai 07.Michael Kors Collection 08.Ferragamo 09.Coach
- 10.Giorgio Armani 11.Tory Burch 12.Sandro 13.Stella McCartney 14.Balenciaga 15.Loewe 16.Dolce & Gabbana 17.McQueen 18.Miu Miu



裙擺搖搖

浮誇！浮誇！還要更浮誇！今年的裙子是為了華麗的舞會而生！

01.Uma Wang 02.Dries Van Noten 03.Emporio Armani 04.Tory Burch 05.Versace 06.Loewe 07.Alaïa 08.McQueen



01



#Kawaiiiiiiiiiiii

面對社會的紛擾、大環境不穩定和絮亂，每個人都需要來點療癒。

02



01.Fendi 02.Valentino 03.Moschino 04.Coach 05.Chanel 06.McQueen 07.Simone Rocha 08.Marni

03



04





#The Strong Shoulder

80年代的「Power Suit」賦予用肩線賦予女人強悍的力量，今年，眾多品牌都端出大墊肩元素，展現新時代女力！

01.Uma Wang 02.Stella McCartney 03.Dries Van Noten 04.Versace 05.Givenchy 06.Chloé 07.Saint Laurent 08.Junya Watanabe





#Femme Fatale

展現曲線的馬甲、腰封到突顯胸型的胸衣，2025 年秋冬的時尚圈正式昭告天下，大膽做自己才是現代女人的模樣。

01.Max Mara 02.Givenchy 03.Miu Miu 04.Balenciaga 05.Marni 06.Dior

20

25

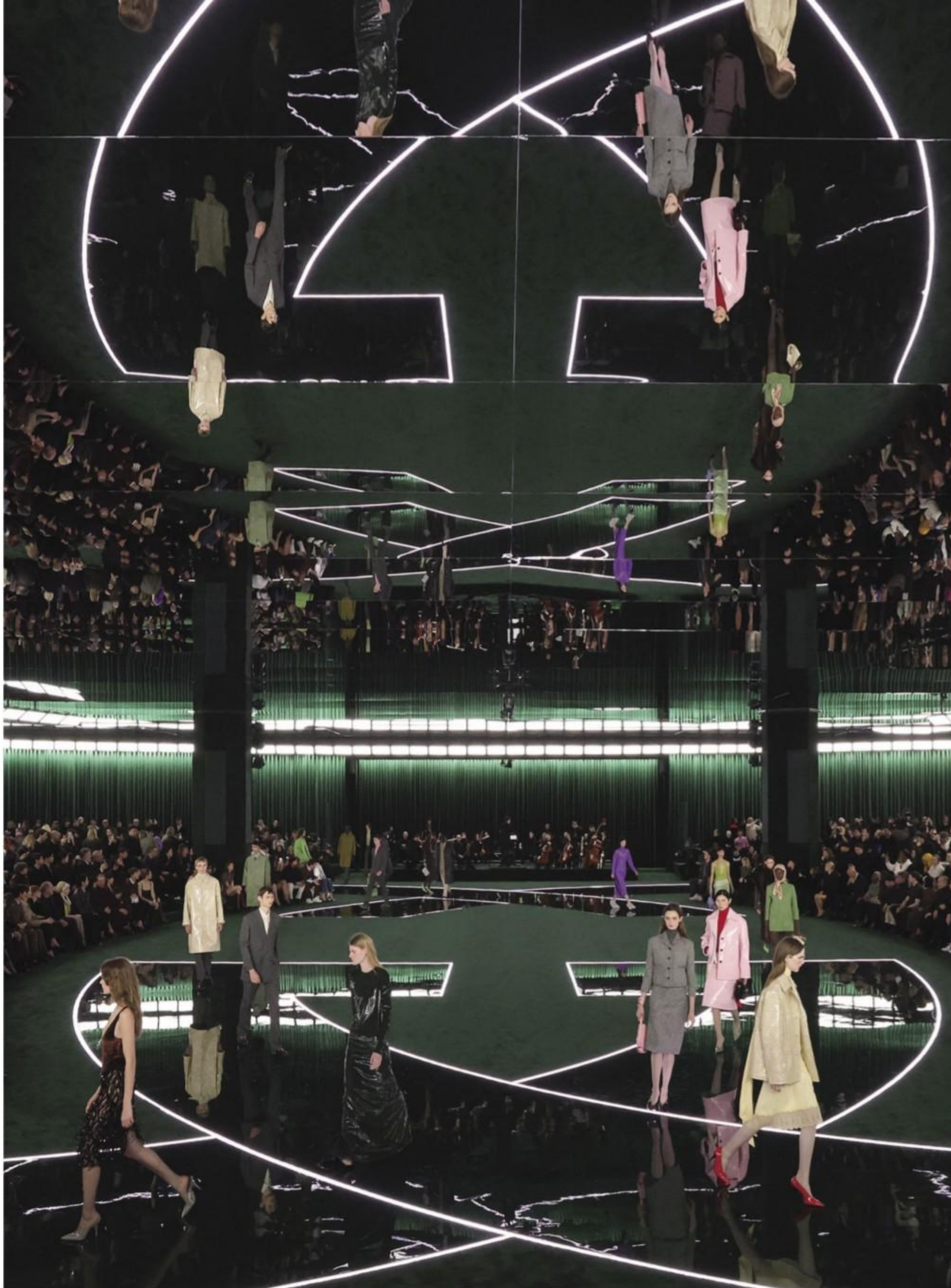
26

F/W Fashion Week

20

25

26



前奏曲

誰說沒有創意總監不行？在剛落幕的2025 米蘭秋冬時裝週，Gucci 大膽宣示著。今年2月，品牌正式宣佈與 Sabato de Sarno 分道揚鑣，在下一位創意總監登場前，由工作室創意團隊操刀2025 秋冬大秀。



2025 秋冬系列，以義大利語「Sprezzatura」為靈感核心，那種看似漫不經心，卻實則精心調配過的優雅態度，始終是品牌美學的靈魂。這場男女裝合併大秀，透過相互貫穿的二元性，單品既奢華又充滿個性，靈活演繹不同風格。

強化品牌 DNA

慶祝「Horsebit 1955」包款問世七十週年，讓馬銜鍊元素無處不在，除了運用在包款上，甚至還化身珠寶裝飾在深 V 露背裙的腰鍊。而 Horsebit 1955 包款在本季透過超柔軟結構重塑，慵懶肩包以誇張巨型馬銜鍊手柄吸引目光，設計團隊以嶄新的視角詮釋這款歷久彌新的包袋。

融合多個時代的靈感

在設計團隊的帶領下，品牌夢回黃金年代，本季服裝輪廓汲取不同時代的精髓，在品牌創立之初的 1960 年與 1990 年代中期間巧妙遊走，並藉由標誌性元素在對比中碰撞出全新火花。

而男裝與女裝的結合亦貫穿整場大秀，俐落的西裝線條被肌膚的微妙裸露，搭配鮮豔色彩與絲綢質感交互中和。傳統英式男裝的粗花呢圖案，在柔滑的絲綢襯衫與輕盈上衣間映射出新的層次，透過磨毛馬海毛襯衫、珍珠母光澤皮革、塗層羊毛與混紡花呢展現多維度質感，剛與柔的對話也在系列中不斷延續，而綠、灰、淡紫與棕的漸變色調，則為整體風格帶來和諧共鳴，串聯男女裝之間的對話。

致敬 Interlocking G 50 週年

這場大秀未見標誌性的安可拉紅，而是以品牌另一經典色調深邃綠色營造沉穩張力，並將誕生 50 週年的 Interlocking G 標誌融入空間設計，蜿蜒的流暢線條貫穿環形秀場，呼應雙螺旋、陰陽與無限符碼的象徵意涵，不僅致敬品牌創始人 Guccio Gucci，也展現經典與未來的對話，男女合秀、工藝與藝術的交融，還是創意總監與設計團隊的共鳴，品牌回溯歷史汲取靈感，為未來書寫新篇章。





旅人上路

以行李箱起家的 Louis Vuitton，將「旅行」以成為品牌核心，在創意總監 Nicolas Ghesquière 近 12 年的掌舵下，他把穿梭時空的旅行概念加入設計之中，未來與古典並存的風格，構築出品牌輪廓。2025 秋冬他以巴黎火車站熙攘的人群為靈感，帶領賓客加入「路易威登旅行團」。

情牽 12 年

作為 LVMH 集團旗下的營收資優生，創意總監 Nicolas Ghesquière 的設計絕對功不可沒！2013 年，他帶著過往在 Balenciaga 的豐富經驗來到了 Louis Vuitton，創意和商業性堅固的特性，讓品牌 2022 年營收突破 200 億歐元，在執掌十週年之際集團亦宣布再度續約，攜手共創下一個黃金時代。

旅行核心

2025 秋冬大秀走出羅浮宮，來到巴黎北站附近一棟法國北方鐵路公司的歷史建築，秀場搖身一變火車站大廳月台，模特兒化身為熙來攘往的旅人。

身穿輕盈的透明橡膠風衣、尼龍拉鍊外套和仿舊工裝夾克，彷彿剛結束一場戶外冒險；身穿印花裙裝的女人背上行李袋，正準備前往度假；亮片洋裝、蛋型荷葉裙和毛料流蘇大衣則為了聚會盛裝打扮；條紋連身褲裝在蝴蝶結領巾點綴下，展現八零年代的列車服務員制服風格。整體服裝線條柔軟又輕鬆，更偏重於實穿性和舒適度，如同妳在月台中看見形形色色的旅人裝扮，而每個人各自都擁有自己的故事，Nicolas 表示：「我認為在當今，講述能夠觸動每個人的故事、激發每個人的情感至關重要。」

重點配件

包款作為品牌大秀的重頭戲，一系列箱包隨著旅行演變不斷進化，同時催生出本次全新包款 L'Express 行李袋，柔軟包身、廓大輪廓搭配雙肩帶設計，一亮相馬上就吸引全球媒體目光，而模特兒腰上懸掛雙邊腰包、由後背包被改造成的手提包、歪斜 Trunk 金屬包、小提琴硬殼包和發光路燈包，都是一次對旅行風格的創新演繹。

韓流影響力

光簽下韓星當品牌大使已經不夠看，近幾季品牌更將腦筋動到伸展台上來製造話題爆點！人氣男團 Stray Kids 成員 Felix 李龍馥，2024 秋冬為品牌獻上伸展台處女秀，當時便為品牌創造了 910 萬美金的社交媒體價值，佔整體討論度 25%，時隔一年，他再次成為品牌伸展台上的焦點，截至截稿日，Felix 的個人片段已累積近 700 萬次的觀看數，僅次於同身為品牌大使的 Lisa。





文學的對話

近年來，「沉浸式」成為熱門關鍵詞，而本季秀場則將這種概念推向極致。創意總監 Maria Grazia Chiuri 以經典文學《奧蘭多》為靈感，雌雄同體的性別流動，以及從 16 至 20 世紀的歷史服飾汲取靈感，構築出一個游走於歷史與當代之間的設計敘事，在浪漫裙襬與中性剪裁交錯間，探討的不只是性別的多元樣貌，更呈現服裝輪廓如何隨時代更迭而轉變。

電影般的秀場設計

如同前言所提，「沉浸式」的概念早已成為當下熱議的焦點。今年的巴黎時裝周，更是將這一主題與豐富的歷史脈絡交織，而為了加深這一個變革性的呈現，Chiuri 聯手劇場大師 Robert Wilson 打造具有多層次的劇場裝置。隨著色彩的變幻，舞台場景從深邃走向光明，並透過鞦韆的象徵、史前巨鳥的出現，融合冰山與熔岩等元素的意象，便構建出一場極具時代意涵的視覺敘事。

跨越性別

呼應《奧蘭多》這部文學著作，品牌在本次亦探索「雌雄同體」的於服裝上的可能性：可拆卸的馬甲元素，讓夾克、大衣與中性派克大衣能在收腰與寬鬆之間自由切換，排扣外套、燈籠褲、伊麗莎白時代的束腹裝飾與褶邊與中世紀盔甲元素，以更當代模式轉化為可穿性高的設計語言。

此外，更重新詮釋品牌的典藏經典元素，如 Monsieur Dior 1952 年 Cigale 立體廓形連身裙，1990 年代初 Gianfranco Ferré 時期的荷葉邊白襯衫設計延伸眾多全新的變化，另外更有參考 2004 年秋季 John Galliano 的「J'adore Dior」T 恤，與燕尾服外套與貂毛飾邊搭配，呈現更不同的一面。

造型與實用兼具

Maria Grazia Chiuri 自 2016 年擔任創意總監以來，將品牌塑造成女性藝術家的發聲平台，例如她標誌性的「We Should All Be Feminists」標語 T 恤，設計中強調實穿性與歷史元素的結合，在本季許窩服裝街搭配了可拆卸式的領片，為日常實用且百搭的服裝增添變化，材質上創新面料與針織技術提升舒適度。選擇在歷史與現代、男性與女性、結構與柔美之間取得平衡，無疑是個相當華麗但又實際的選擇。







不完美的美

你是否曾經想過當代女性特質是什麼？2025 秋冬系列，Miuccia Prada 與 Raf Simons 設計二人組持續探索粗獷與優雅並存的可能性，也藉此挑戰傳統審美框架。整場秀，與其說是一場秀，它更像一場大膽的時尚實驗。

新輪廓

顛覆對美的定義是本場秀的焦點，裙身輪廓變得鬆垮、消失無蹤的腰線、粗糙肌理的材質、毛邊鬚絲隨性垂墜與刻意堆疊的皺摺，在精緻與粗糙之間輕鬆遊走，赤裸而果敢地詮釋了本季的核心精神「不完美，本身即是美」。向來喜歡挑戰傳統的 Miuccia Prada 一如既往的玩轉對比手法，延續「刻意的不修邊幅」的設計，襯衫的皺痕設計推翻了我們對平整服裝的既定印象，而身形比例被重新詮釋，讓女孩在步伐間展現個性與詩意。

隨性下的奢華

皮草元素是這一季無法忽視的焦點！量感十足的皮草大衣，連外套的領口與袖口綴上的毛皮細節，與前述不完整與前述不收邊的服裝，其奢華氣息形成強烈對比。而珠寶首飾的出現，亦加大其對比的戲劇張力，透過這種衝突美學，顛覆傳統對女性氣質的單一想像，多元且矛盾並存的魅力由此而生。

優雅與工業風並存

再回到秀場的概念，本次依舊交由 Rem Koolhaas 領軍的設計團隊 AMO 操刀，Prada 藝術基金會的大型倉庫 Deposito 被改造成一座金屬支架交錯的空間，乍看以為是未完成的建築工地，與澳洲設計師 Catherine Martin 所設計的華美地毯形成視覺張力。原始與精緻、結構與裝飾彼此拉扯，塑造出層次豐富的場景，而這種極端對比正巧映襯了服裝設計的內在矛盾與複雜性，粗獷的工業風格與優雅氣質在此交匯，讓場地本身也成為敘事的一部分。

版圖持續擴張

當一線精品普遍也進入不景氣的階段，Prada 集團時尚版圖仍持續擴張，加上旗下品牌 Miu Miu 營收連年都是以雙位數暴漲，讓這個義大利時尚集團聲勢驚人，最新市值高達 1,730 億港幣（約新台幣 7,278 億元）。另外值得關注的，Prada 集團去年底已正式啟動繼承計畫，Miuccia Prada 之子、36 歲的羅倫佐晉升最大股東，近日又傳出集團很有可能完成收購 Versace 的消息，未來的 Prada 鐵定只會繼續往上飛。

機車女郎

2025 秋冬秀場以馬廄、賽馬場為靈感，柔軟的泥土地像是在迎接愛馬仕這匹駿馬，持續以強勁的衝力在低迷的時尚圈突破重圍！

強勢路線

本季秀場以馬廄、賽馬場為靈感，柔軟的泥土地像是在迎接愛馬仕這匹駿馬，持續以強勁的衝力在低迷的時尚圈突破重圍！

一向善於玩轉中性服飾的 Nadège Vanhée，本次以男裝元素為核心，模糊柔美與帥氣之間的界線，帶來一場時髦的演出。除了多套剪裁銳利的外套和褲裝，以男性英式雕花鞋為靈感的元素以皮革雕花點綴在飛行員外套、雙排扣外套、皮革夾克又或是連身洋裝中，而束腰風衣與大翻領外套等單品，其結構分明的筆直線條並強調肩線和腰線，搭配皮革材質和暗色調增添份量感，巧妙塑造出 Power Dressing 風格，為現代女性的風格注入不同面貌。

越簡單，越難

皮革一直以來就是品牌的拿手好菜，除了展現在包袋上，「服裝」亦是品牌工匠發揮長才的地方，皮革飾條已鑲嵌的概念點綴在毛料套裝中，又或是袖口和褲子中線處，皮革製大衣外套加入拉鍊設計，長版風衣和夾克外套上則融入紵縫花紋，搭配搭扣、大翻領或是不對稱設計，讓服裝有更多穿著的可能性，而大秀一開始的一件雙面穿羊毛大衣，一面是溫暖舒服的粗羊毛毛絨，另一面則結合小羊皮革，隨著步伐走動呈現的垂墜度，展現出面料獨有的特性。

強化核心單品

包款向來是精品營收主力，資深奢侈品分析師 Luca Solca 在外媒《WWD 女裝日報》的報導中表示，市場對於 Birkin、Kelly 以及 Constance 等熱門包款持續擁有高度需求，進而帶動品牌過去 13 年股價增長 45 倍。作為每季大秀的重頭戲之一，品牌近幾年也將經典包款融入更多現代感的設計，好比本季大秀在柏金包融入毛氈拼接的細節，而外型輕巧的腋下包隨意手拎以及擁有立體外型的硬殼包則讓人眼前一亮。





找回靈魂

歷經了幾波段、向街頭靠攏的路線，又頻繁地在不同的設計師手上翻玩，2025 年秋冬系列，年過 70 的傳奇品牌 Givenchy 終於重回品牌的優雅核心。賺不賺錢！要等下半年才知，但可以確定得是，我們非常喜歡！

人事更迭

自品牌創辦人 Hubert de Givenchy 於 1995 離任後，這個品牌便迎來長達十幾年的人事動盪，一開始 John Galliano、Alexander McQueen 等大師曾短暫待過，2005 年，Riccardo Tisci 帶著歌德美學與街頭文化加入，雖然成功與世代接軌，卻也跟過往的優雅完整切割，2017 年，前 Chloe 設計師 Clare Waight Keller 接手，試圖讓這個徹底潮流化的老牌回到優雅面貌，但時間不等人，僅短短三季品牌又再度交棒給潮流設計師 Matthew M. Williams、試圖將 Givenchy 重新帶回到街頭上，但他明星般的名氣終究還是未能反應在銷售上。

迎來曙光

去年 9 月，品牌正式任命 Sarah Burton 為新任設計師。曾在英國品牌 McQueen 任職 26 年的她，師承 Alexander McQueen 精湛的剪裁功力，同時又不失去商業考量，在藝術與實穿之間拿捏得宜，讓她任職期間建立起不少忠實鐵粉。自宣布接任 Givenchy 到今年三月第一個系列的推出，時間短短才半年不到，但秀後的外媒評論，普遍都給予正面的掌聲。

Sarah Burton 這個系列的起頭，從團隊在 Hubert de Givenchy 的首間時裝屋進行翻修時找到的布樣開始，這些塵封於牛皮紙袋的資料，是品牌創始人 1952 年首度發表系列服裝的原稿，這也啟發了 Sarah Burton 本季令人驚豔的創作。

重回優雅

在 McQueen 時期就展現出的純熟剪裁功力，為本季的 Givenchy 奠定了強大基礎，不管是俐落挺拔的西裝、浪漫的芭蕾舞裙與網狀緊身衣的結合，或者有著流暢墜度的緞面洋裝，線條乾淨、不不拖泥帶水，既酷又帶著紀梵希先生創立之初的優雅與雋永，在 Sarah Burton 筆下的 Givenchy，鐵定能理性的面對一路上的各種難題。

閱讀時尚

不靠宣傳、不靠明星加持，針對 2025 秋冬，Max Mara 創意總監 Ian Griffiths 用簡潔而優雅的設計，打造出“學不來”的高級感。

閱讀很重要

時尚從來都不只是漂亮的衣裳！Ian Griffiths 之前接受《Bella 儂儂》專訪時就提到，他認為時尚是一門文化，而他每一季的靈感也常常是來自大量閱讀、逛展覽。這一次，他受到 19 世紀經典作品《簡·愛》與《咆哮山莊》的啟發，在設計過程中重讀了布朗特三姐妹（Brontë Sisters）的作品，透過小說中兩位女主角的性格對比，為本次秋冬系列注入強烈的情感共鳴。

大衣的最佳指南

提到 Max Mara，很多人會立即聯想到品牌多款經典的大衣！2025 秋冬大秀堪稱是完美大衣的最佳指南，除了最代表性的 101801 大衣，Ian Griffiths 更將經典款式重新詮釋經典，從軍裝風大衣、雙排扣長大衣，到披風式大衣與圍裹式外套，透過完美墜度與純熟的工藝，展現不過時的時髦。

不隨波逐流

在時尚界始終走在清晰的道路上，Max Mara 不追隨短暫的潮流，而是專注於打造經得起時間考驗的經典。回顧經典，專注剪裁與上等材質，鞏固其在女性心中的地位。在市場動盪的時刻，許多品牌選擇激進轉型，或是向數位操作靠攏，但這個近 75 年的義大利品牌依舊堅持實穿性與優雅兼具的核心美學，這樣的精準策略，也讓它在快速更替的時尚圈始終站穩一席之地。



新篇章

2025 秋冬系列，不只是一場新系列的發表，也是見證 Fendi 走過 100 年的特別時刻！

回顧 100 週年

這場大秀不僅有著歷史傳承的意味，也預示了 Fendi 的未來走向。從我們收到秀票開始，以一本以皮革包裹的小書冊，裡頭裝載著不少 Fendi 家族的歷史照片，包含：設計師 Silvia Venturini Fendi 年幼時期與“剛入職”的老佛爺 Karl Lagerfeld 或是來自檔案庫的黑白照片，大秀開始前，現場賓客已感受到品牌的精彩歷史以及在時尚歷史所留下的印記。

下一代傳人揭開序幕

秀場空間，是一座全新打造的 Spazio Fendi 展廳，靈感來自史悠久、位於 Via Borgognona 街上的品牌專賣店，以 1950-60 年代為背景去重現當年 Fendi 五姐妹的工作場域。

年僅 7 歲的雙胞胎男孩們 Dardo 與 Tazio 推開了一扇大門，為活動揭開序幕，彷彿也串連了 Fendi 世界的過往與未來。這兩位第五代傳人是負責珠寶設計的第四代傳人 Delfina Delettrez Fendi 的兒子，他們穿上了老佛爺於 1967 年設計的馬術服設計的復刻版，這一幕不僅象徵著家族傳承，更與 1966 年 Karl Lagerfeld 首場時裝秀，當時才 6 歲的 Silvia Venturini Fendi 為老佛爺開場的相呼應。

標誌性皮草

自 1925 年創立以來，Fendi 便一直以頂級皮草工藝聞名，Karl Lagerfeld 在 1966 年加入品牌後，為 Fendi 開創了現代皮草時尚的全新格局。2025 年秋冬，Silvia Venturini Fendi 再度讓皮草成為焦點，以剪羊毛技法重新演繹經典貂皮、狐狸皮與紫貂的奢華質感，或是融入嵌花、蜂巢紋與 Gheronato 人字紋等技法，展現品牌根源中悠長的歷史基因。

高級訂製工藝

奢華，向來都與 Fendi 劃上等號。本次系列 Fendi 展現宛如高級訂製級的上等作工。不論是鏡面刺繡與薄紗流蘇的晚禮服，或是如雙面穿鹿皮大衣與鰻魚皮的拼接短裙，都是品牌昇華的漂亮之作。一世紀的義大利老字號時裝屋，見證時尚圈的潮流演變，看完這種秀，眾多媒體都認為「Fendi is back」，一百歲生日的它鐵定會繼續撰寫下一個 100 年。

完美告別

相較於過往的解構與顛覆，時尚圈普遍認為這一季的 Balenciaga，是創意總監 Demna 近年來最內斂的一次演出，有人認為這是他轉往同集團品牌 Gucci 任職之前的緩衝，也有人認為這只是他美學世界的另一個面向，只不過我們向來都只看到他革命性的那一面。

迷宮

秀場如同一個狹窄且錯綜複雜的迷宮，以許多黑色布簾圍繞，這設計打破過往觀秀的層級關係，也讓每位賓客都擁有 front row 視角。迷宮與本季想探討的東西密不可分，它代表著創意的無限可能，同時這樣的場景安排營造出一種緊張且富有戲劇性的氛圍，觀眾彷彿置身於一場關於「時尚標準」的思辨之中，與服裝產生更深層次的對話。

解構美學

雖然多少延續了其標誌性的解構美學與顛覆性設計，但相較於過去幾季，Demna 這一次顯得更為低調。Balenciaga 向來都以誇張輪廓與比例著稱，例如 10XL 厚底球鞋或是超大墊肩外套等單品，2025 秋冬，他選擇以回歸更貼近人體的剪裁與線條出發，強調黃金比例與結構精準度，並將傳統訂製服的元素融入標準成衣之中。即便不少時裝依舊保有品牌顛覆的 DNA，例如不對稱剪裁與日常服飾的再造，但風格明顯的俐落許多，讓服裝本身成為重點，而非過度依賴戲劇性的造型。這種轉變反射了 Demna 近幾年個人風格的轉變，他不再以反主流為目的，而是專注於如何真正改變時尚的標準。

高級訂製的時裝

作為一個以高級訂製服起家的品牌，這一次不少設計像是對創辦人 Cristóbal Balenciaga 的致敬，例如，修身西裝與超長大衣均借鑒了其標誌性、如建築般的剪裁，然後再加入如反向四分之一拉鍊的設計，去創造未來感。此外，以襯衫內建馬甲、高跟鞋搭配牛仔鉛筆裙的組合，讓嚴肅的正裝與性感元素碰撞，不僅重新定義了日常著裝，也讓人重新思考「標準」是什麼？

不完美才時髦

不完美的時髦感不只出現在 Prada 大秀上，也是 Demna 的精彩好戲！從不收邊設計到刷破、洗舊處理，這些看似隨性的元素，其實是在精密計算後誕生的視覺語言。又例如 T 恤被恣意裁剪成挖洞背心，或是透過樹脂塗層、擠壓技術打造“皺一輩子”的牛仔套裝等等，這種不完美的未完成感，挑戰固有審美標準，更是鏤刻在設計師 DNA 的前衛時尚態度。

聯名掀話題

本次系列的另一大話題就是 Demna 與 Puma 的合作，特別是仿舊的 Speedcat 平底運動鞋。這款經典鞋型誕生於 1999 年，加入了巴黎世家過去襪套鞋、老爹鞋的成功心法，打造更柔軟堅韌的襪套狀態，並以仿舊絨面皮革使其看起來彷彿已走過多年歲月的痕跡，使鞋款在新舊之間取得完美平衡。





剛柔並濟

說到 Sportmax，你可能會記得 Zendaya 在 2024 奧斯卡典禮後派對上所穿的西裝，極簡腰線、鋒利剪裁，不少時裝編輯誇讚彷彿是來自某個高級訂製品牌的設計！2025 秋冬米蘭時裝週最新發表的新系列，Sportmax 依舊令人驚艷。

設計資優生

作為 Max Mara 集團旗下最前衛、最具實驗精神的品牌，Sportmax 以當代感的剪裁、結構感與美學，定義了時代女性的獨立風格。誕生於 1969 年，不同於 Max Mara 更內斂的優雅，Sportmax 選擇另一條更未來感的道路。不迎合流行，而是以獨到視角解構女性衣櫥，歷經半世紀，它依然是米蘭時裝週上最不容小覷的品牌之一。

建築美學

沒有過度依賴敘事手法，而是回到服裝本體，美國女裝日報《WWD》的評論也呼應了品牌創立時的理念：「作為成衣革命的催化劑，以前所未見的視角重新塑造女性衣櫥，讓時尚適應日常生活。」以曲面、弧形建築為藍圖，打造出流暢而立體的輪廓，服裝剪裁摒棄傳統直線思維，轉而採用包覆式設計，從單塊布料塑造出的無縫流動線條，或者帶著雕塑感的外罩結構，每個設計細節皆展現了如建築的設計美學，讓模特兒在行走間營造如空間雕塑般的動態美。

新女性

現代女性應該有什麼線條？Sportmax 的答案是剛柔並濟！鮮明的的墊肩、精緻的腰部收束，再透過隱藏式鈕扣、雙層翻領、異材質拼接等細節展現層次感。至於性感的透視裝，則是技術與風格之間的完美平衡，以雷射切割歐根紗、層次拼接薄紗與毛呢，創造光影交錯的視覺層次，性感與力量之間較量，讓柔美與剛硬同時並存。



優雅之作

在全球經濟動盪的時刻，精品該如何穩住陣腳？Tod's 創意總監 Matteo Tamburini 於 2023 年底正式接任品牌，在面臨全球不穩定之際，他回歸品牌核心，透過精湛的皮革工藝，深化 Made in Italy 的文化根基。

提升品牌高度

2025 秋冬大秀開演之前，由前法國總統夫人超模 Carla Bruni 身著皮革拼接洋裝話題暖身，由以色列表演藝術家 Nelly Agassi 操刀，她善於以女性身體為靈感，藉由影像、裝置又或表演形式傳達對於社會現象反思，這次以 Tod's 皮革碎片為媒材，其緊貼身形的輪廓，搭配手持放大針線的裝置，藉此表達品牌悠長的製革工藝，以藝術表演形式為開端，同時也拉抬了品牌的文化高度。

強化匠人精神

在去年的 2024 秋冬秀場上，一雙大手裝置吸引了現場觀眾的目光，也強化手工與工匠的重要性。而 2025 秋冬系列，品牌宣布在標誌性的作品上都會附上客製化標籤，上面印有製作該產品的工匠肖像，以向每一位默默耕耘、傳承技藝的工匠致敬。

這種強調工藝與匠人的精神，回歸到諾大如倉庫的伸展台，首先就展現在許多以精湛技藝製成的時裝與配件上，特別是異材質混入皮革拼接的運用，例如壓軸的兩套 look，Matteo Tamburini 以針織材質與皮革拼接連身裙，讓原本很難相容的材質有了漂亮的結果。此外，駝鳥皮與珍稀皮革的使用亦是焦點，從包款至鞋履上，這位創意奇才不斷挑戰更為複雜的皮革運用，再一次深化品牌的技術難度。

核心單品

雋永的標誌性單品，對於頂級精品至關重要，而在近期 Tod's 同樣也在強化品牌的核心單品，除了銷售長紅的豆豆鞋也推出了珍稀材質的版本外，黛安娜王妃最愛的「Di Bag」也延伸出大型及小型兩款極短尺寸，此外於 2015 年秋冬推出的「Wave Bag」，亦在十年後的今天再次回歸伸展台！



SANDRO

台北微風信義2F & 3F | 台北微風廣場GF | 台北新光三越信義A9館2F |
台中新光三越中港店3F | 高雄義享天地購物廣場A館2F | 高雄漢神百貨4F | 新北Mega City板橋大遠百2F

老地方

一期一會，總是相約老地方。

監製 & 造型 | Toby Hsu

攝影 | Kuo Huan Kao

化妝 | Nash Chen 髮型 | Fran Lin

模特兒 | Zoey T @ Gggg Agency ; Hung Wei、Wen、Arron @ Eelin

攝影助理 | Wang Zeng、Chen Kai Hsun、Stan Hung



本頁 | 黑色露肩細裝外套，Dior。
左頁 | (左) 灰紅色西裝外套、灰藍色背心、襯衫、西裝褲、皮鞋、皮革製花束；
(中) 淺灰色西裝外套、西裝褲、米色襯衫、平底皮鞋；
(右) 灰色西裝外套、襯衫、特殊剪裁褲裙、皮革高跟鞋，all by Bottega Veneta。



本頁 | 紫色緞面短洋裝、紅色踝靴，both by Coach。

左頁 | (左) 灰色西裝外套、襯衫、特殊剪裁褲裙、白色皮革高跟鞋；(中) 灰紅色西裝外套、灰藍色背心、襯衫、西裝褲、皮鞋、皮革製花束；(右) 淺灰色西裝外套、米色襯衫、西裝褲、平底皮鞋，all by Bottega Veneta。





本頁 | 白色花朵刺繡削肩洋裝，Michael Kors Collection。

右頁 | (左) 花朵圖紋夾克、長褲、編織圓筒帽；(中) 針織背心、圍裹剪裁寬管褲、編織圓筒帽；(右) 卡通圖紋高領毛衣、寬管褲、編織圓筒帽，all by Dior。



紫色緞面短洋裝、紅色踝靴，both by Coach。





(左) 花朵圖紋夾克、編織圓筒帽；(中) 針織背心、編織圓筒帽；
(右) 卡通圖紋高領毛衣、編織圓筒帽，all by Dior。



(左) 海軍藍襯衫、深色長褲；(右) 灰色工作裝夾克，all by Ferragamo。

(左) 針織背心、卡其長褲、皮革拖鞋；(中) 米白色背心、深色長褲、皮革拖鞋 (右) 白色襯衫、深色短褲、平底皮鞋；
(女模) 裸色紗質透視上衣、裸色透視紗質長褲、紅色皮鞋，all by Hermès。





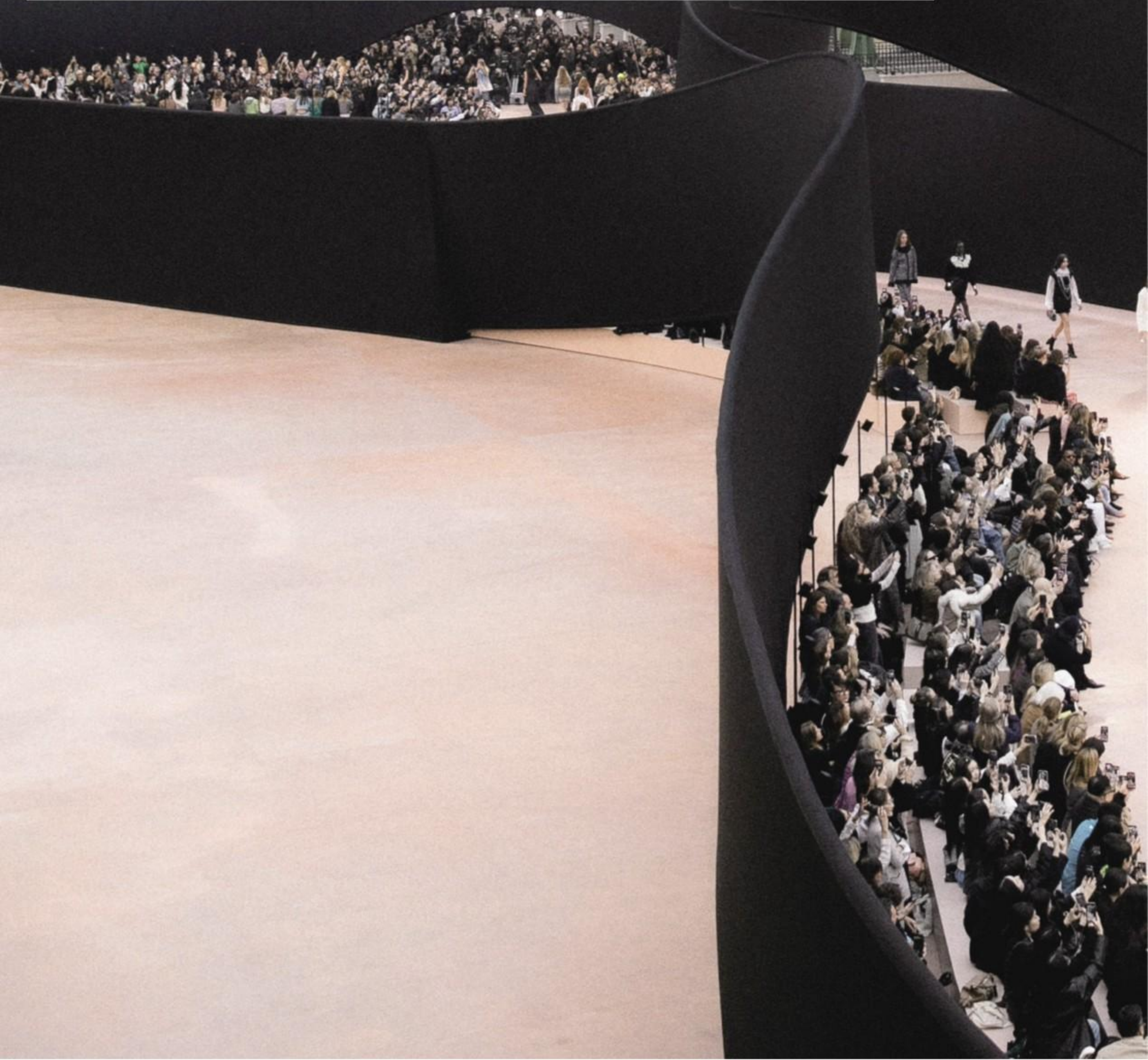
本頁 | (左) 白色襯衫、短褲、平底皮鞋；(中) 針織背心、卡其長褲；(右) 米白色背心、長褲、皮革拖鞋，all by Hermès。
右頁 | 蕾絲露肩洋裝，Michael Kors Collection。



優雅童話

香奈兒 2025/26 秋冬大秀於巴黎大皇宮圓滿落幕，由品牌創意團隊操刀，
從秀場到 71 套時裝，靈感從一條蝴蝶結緞帶展開，為整個系列定下迷人的優雅基調。

編輯 | Celeste Kao、Eli Yeh 圖片提供 | Chanel





去年十二月中，香奈兒宣布由 Matthieu Blazy 接任品牌新任藝術總監，引發時尚圈高度關注。而在 Blazy 於 10 月迎來個人首場發表會前，這場由巴黎團隊主導的 2025-26 秋冬系列，無疑是揭示香奈兒未來風格走向的重要伏筆。

蝴蝶結

從秀票設計到大秀預告，「蝴蝶結」貫穿始終，為秋冬系列定下優雅基調。設於巴黎大皇宮的秀場，這一次依舊由空間創意大師 Willo Perron 操刀，同樣以蝴蝶結的巨型黑色緞帶裝置環繞，在有限的空間中創造出視覺層次。透過比例、尺寸與長度的變化，服裝設計巧妙回應這場沉浸式裝置藝術，讓觀者在空間與作品之間，感受到緞帶語彙所傳遞的詩意與力量。

說故事很重要

香奈兒之所以能穩坐精品金字塔尖，不僅靠無可挑剔的時裝工藝，更在於其擅長「說故事」的能力。在眾多歷史悠久的時裝屋中，香奈兒始終能以獨特語彙與敘事策略，擄獲一眾忠實擁護者。品牌不僅講好自己的故事，更透過文化與藝術的深度連結，構築出屬於香奈兒的風格世界。本季秋冬系列正是這場敘事的延伸。以童話為靈感，香奈兒再次扮演女人的造夢機，打造一個令人嚮往的異想國度，在現實與幻想之間，打造出讓人心生嚮往的異想世界。

New Classic

延續蝴蝶結作為品牌重要符碼的主軸，整個系列可以看到多項經過重新詮釋的經典元素。設計團隊聚焦於品牌標誌性的細節，從蝴蝶結、緞帶、珍珠到花朵，透過比例、尺寸與材質的變化，賦予熟悉語彙嶄新風貌。這些元素大膽地出現在襯衫衣領、洋裝袖口，甚至運用於黑色羽絨外套與運動長褲的褲腳處，為整體造型注入出人意表的亮點，也展現品牌在經典與當代之間精準拿捏的功力。

女人魅力

斜紋軟呢作為品牌最標誌性的經典符碼，其靈感源於香奈兒女士與西敏公爵一同狩獵時的巧合，當時公爵將斜紋軟呢外套披在她肩上，這件原屬男性衣櫥的單品，從此成為女性解放腰線與穿著自由的重要象徵，也為香奈兒日後設計奠定基礎。最新的秋冬系列中，斜紋軟呢再次成為主角，像是石榴紅斜紋軟呢三件式套裝，搭配亮紅真絲內裡極短外套、圍裹裙與喇叭褲，或是香檳金與黑白斜紋軟呢外套，搭配若隱若現的黑白薄紗荷葉邊披肩，打造出豐富層次與材質對比，展現剛柔並濟的現代女性形象。

珍珠

帶有童趣的設計亦成為本季焦點之一。珍珠項鍊一直是香奈兒女士的標誌性配件，本季設計團隊以趣味視角重新演繹這一經典元素，將珍珠加以放大賦予其嶄新樣貌。例如形似加大版珍珠項鍊的斜背包，或是在靴跟處鑲上一顆誇張尺寸的珍珠，透過刻意誇張的比例與視覺反差，為原本高雅的配件注入一絲童趣與不羈，重新定義經典的同時，也拓展了珠寶語彙在時裝中的可能性。







金屬鉚釘、透明鞋跟，是女人展現性感的最佳利器！

金屬鉚釘尖頭鞋，Gucci。

l'été sexy

不管外面世界的紛亂，2025 年的春季，穿戴各式迷人配件，跨出性感的第一步！

監製 | David Huang 編輯 | Chun Chao 攝影 | Yueh Chu

看似不規則的造型，實則是愛心的輪廓，像極了來自“蛇蠍美人”的愛意。
愛心造型包，Bvlgari。



大都市待久了，突然想念小時候鄉野間的蛙鳴鳥叫。

青蛙造型金屬胸針，Bottega Veneta。





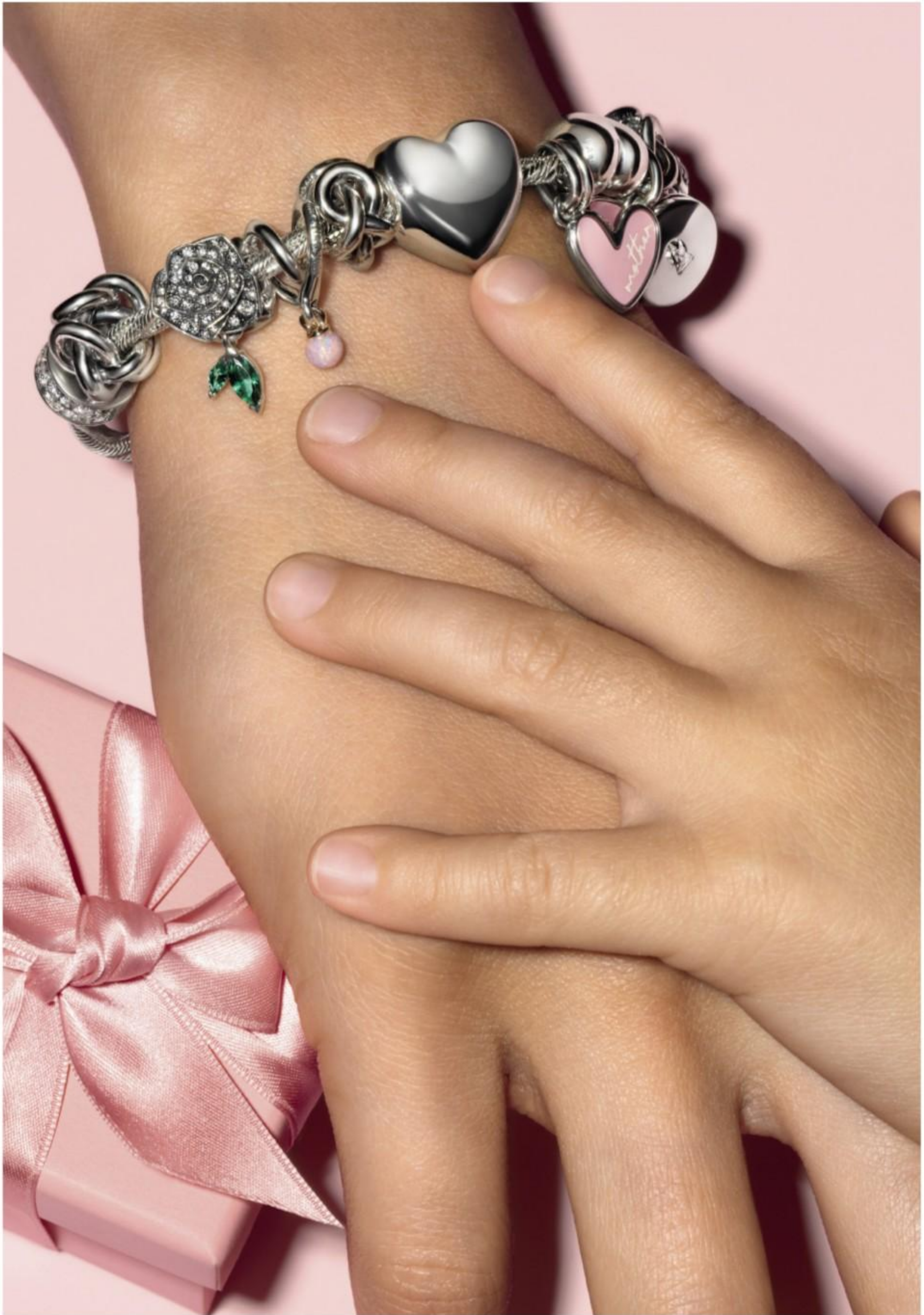
銀色的高質感、大器的份量感，這位紐約當紅設計師真懂女孩子的心。

銀色金屬項鍊，Tory Burch。

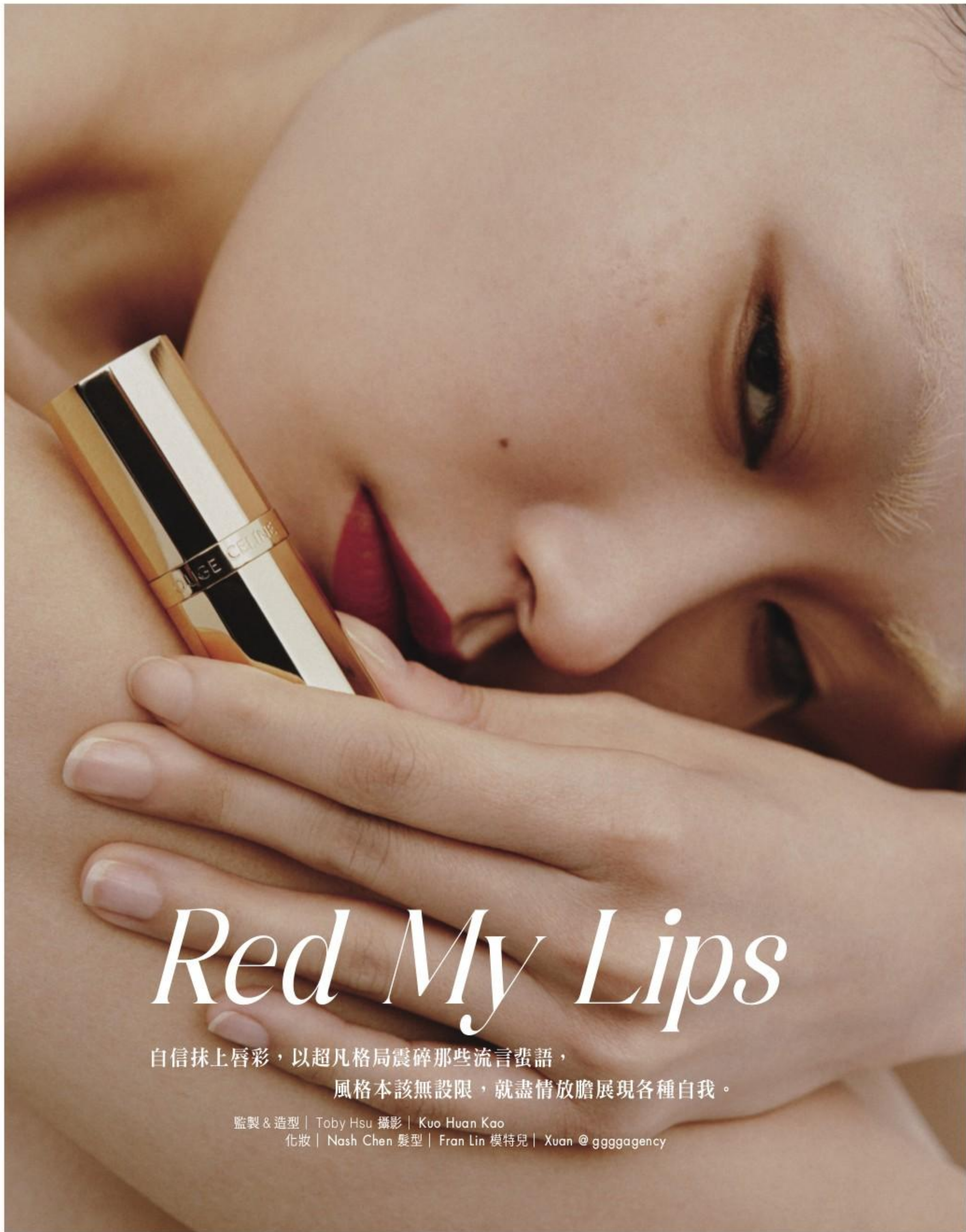


BE

LOVE



PANDORA



Red My Lips

自信抹上唇彩，以超凡格局震碎那些流言蜚語，
風格本該無設限，就盡情放膽展現各種自我。

監製 & 造型 | Toby Hsu 攝影 | Kuo Huan Kao
化妝 | Nash Chen 髮型 | Fran Lin 模特兒 | Xuan @ gggagency







優雅至上

在 Miuccia Prada 與 Raf Simons 兩位設計師的操刀之下，Prada 近幾季銷售持續逆勢成長，而其中「包袋」成為主要的營收來源之一。在 2025 春夏系列中，他們以經典的 Buckle 公事包為基礎，延伸出兼具簡約與優雅的 Buckle 水桶包。

編輯 | Eli Yeh 圖片提供 | Prada





經典延續

首度於 2024 春夏系列中亮相，Buckle 手提包以方方正正的包型，由 Miuccia Prada 與 Raf Simons 兩位設計師共同操刀，以硬挺而溫潤的小牛皮製作，配以納帕皮革襯裡，包身上的腰帶造型，是真正可拆下來做一條皮帶來用，緊握著這幾季流行的大包風潮。延續這股熱潮，2025 春夏系列中推出全新 Buckle 水桶包，以 2024 年的原始設計為靈感核心，保留標誌性的腰帶元素，並融入金屬與鉚釘細節，使整體造型在現代摩登與復古工藝之間取得巧妙平衡，展現品牌一貫的優雅與前衛並存的设计語言。

續寫珠寶工藝

Prada 於 2023 年首度進軍高級珠寶市場，推出 Eternal Gold 系列，不僅拓展了品牌版圖，也彰顯其對於珠寶工藝與永續奢華的深厚追求。延續這份對工藝的講究，全新 Buckle 水桶包以簡約純粹的輪廓、流暢的線條呈現現代美學，採用柔軟皮革打造，展現包身的輕盈質感。如同珠寶般精緻的腰帶設計，以金色金屬網眼編織而成，觸感細膩柔潤，搭配優雅的玳瑁色扣環，散發宛如夜色般的低調奢華魅力。此外，亦推出鉚釘腰帶款式，經過仿舊刷色處理，展現出大膽、中性的態度風格。與腰帶相連的可調式背帶，提供多種背法，無論手提或肩背，都完美體現品牌所主張的多元時髦風格。

大包風潮

從時尚趨勢與各大精品近季推出的包款來看，「大包」風潮勢不可擋，正式重返主流舞台。Prada 自然不落人後，精準掌握時髦女性的日常需求，以一貫「做什麼紅什麼」的设计能量，將這份對風格的敏銳直覺注入全新 Buckle 包款之中。兼具實用的大容量與高辨識度的造型，為大包趨勢注入品牌專屬的優雅與摩登感。此系列更受到名人搶先演繹，當紅女星金泰梨以率性的黑色皮衣造型，搭配金色金屬網狀腰帶的 Buckle 水桶包，散發酷感氣場；而 TWICE 成員 Sana 則選擇復古女伶風格，搭配飾有金屬邊緣的皮革腰帶包款，完美展現兩種截然不同、卻同樣迷人的造型語言。



如果有一種顏色能在時尚圈歷久不衰，那一定是女人還有女孩都無法抗拒的「粉紅色」。

編輯 | Yee Chuang 圖片提供 | 各品牌



精鋼鑲寶石腕錶，
Hermès，NT\$197,500。



老花壓紋卡夾，
Gucci，NT\$11,100。



石英戒指，
Les Néréides，NT\$9,000。



長版外套，
Chloé，NT\$102,100。



棒球帽，
Longchamp，NT\$6,800。



直式托特包，
Dior，NT\$110,000。



尖頭高跟鞋，
Charles & Keith，NT\$1,990。



針織洋裝，
Maje，NT\$12,990。



不管外面的世界多麼紛擾與險惡，用各式「童趣」單品找回內心最純真且俏皮的那一面。

編輯 | Yee Chuang 圖片提供 | 各品牌



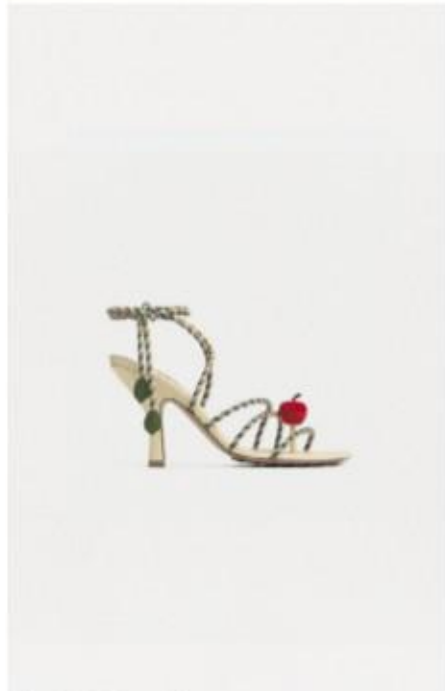
臘腸狗胸針，
Van Cleef & Arpels，NT\$245,000。



倉鼠包，
Loewe，NT\$64,000。



包包掛飾，
Fendi，NT\$20,000。



造型皮革高跟鞋，
Bottega Veneta，NT\$58,400。



絲質襯衫，
Versace，NT\$50,000。



圖騰長襪，
Canada Goose，NT\$6,700。



印花海灘球拍，
Hermès，NT\$36,800。



鴨子造型珍珠包，
Simone Rocha，價格店洽。







牧 森 林 奕 嵐
年 輕 真 好

金鐘最佳新人的林奕嵐，今年以《命中註定那頭鵝》扛起大銀幕女主角的重任，讓自己在壓力中成長。而苦熬多年的牧森也以熱門影集《影后》開始受到大量關注，展現即將起飛的態勢。

2025年開始的台灣影視圈，因為這些優秀年輕演員的加入，變得讓人更加期待。

創意總監 & 造型 | Toby Hsu 攝影 | Kuo Huan Kao
採訪 | Yui Pan 髮型 | Fran Lin (林奕嵐)、Veson (牧森) 彩妝 | NashChen (林奕嵐)、Hsuan (牧森)

(牧森) 皮革西裝外套、皮革短褲、白色 T-shirt；(林奕嵐) 粉紅色緞面短洋裝，all by Coach。



咖啡色平口洋裝，藍色流蘇平底鞋、金色耳環，all by Ferragamo。



因為《她和她的她》，更多人認識了林奕嵐，也讓她拿下「金鐘最佳新人」的潛力新星的獎項。過去這段時間，她彷彿搭上了刺激的雲霄飛車，除了到紐約拍戲、主演職場影集《X！又是星期一》，也晉升大銀幕明星，在愛情喜劇《命中註定那頭鵝》首次擔綱電影女主角，這個漂亮的年輕女孩，正步入人生最綻放的階段。

就在紐約

前些日子，林奕嵐去了趟紐約，參與演出一部朋友製作的短片，讀台北美國學校的她，英文台詞自然不成問題，反倒是因為嚴寒的天氣吃了點苦頭。不過讓她收穫最大的，還是大概花了三週到當地生活，有了非常多新鮮的體驗，「在紐約待一個月，很像是在其他地方待三年的時間，節奏快、每天都可以發生很多事，在那邊會有一種被挑戰的感覺，會刺激自己想變成更好的人。」如同剛完成了一趟難忘的長途旅行，林奕嵐覺得人生變得鮮豔、更漂亮。

愛情喜劇

聊到近期終於上映、首部主演的電影《命中註定那頭鵝》，林奕嵐透露自己本來就非常喜歡愛情喜劇，雖然是 21 世紀才出生的人，卻對 2000 年代左右的愛情喜劇如數家珍，能隨口背出《新娘百分百》的台詞，也非常崇拜《BJ 單身日記》的芮妮齊薇格。整部戲大量在高雄拍攝，朝夕相處之下，演員與工作之間培養了很好的默契，她表示「拍攝過程很快樂，我覺得也跟劇本有關，是因為劇本就是一個很輕鬆單純單純很可愛的電影，會反映到我們平常的樣子。」對林奕嵐來說，愛情喜劇應該就是很單純、很浪漫，沒有複雜的背景和動機，也不會有人突然死掉，一切都是很輕鬆美好。

大銀幕魅力

不過在電影上映時，林奕嵐卻開始感到前所未有的壓力，與之前拍影集播出時的感覺完全不一樣，她說：「第一次到電影院『面對』觀眾，感受到自己的作品真的有人在看，是什麼樣的人買票進來看、反應如何、是哭還是笑，很擔心大家怎麼看我，真的是既緊張又期待。」不過，相信林奕嵐現在的不安，與實際接觸觀眾之後的感動，都會化作她拍下一部電影的動力。於是採訪後我對她說：「恭喜你現在是電影明星了，好好體驗大銀幕的魅力吧！」她也不忘為自己打氣：「下次見到我，會是個 power girl！」





在暢銷影集《影后》中的精彩演出，讓牧森開始受到大量關注，初嚐爆紅滋味的他對此表示：「我覺得很幸運、很沾光，很像在衝浪的時候，浪終於來了的感觉。」以此舉例的牧森，私底下其實非常熱愛大自然與運動，甚至從中悟出一套屬於幾的人生哲學。

愛上表演

會走上表演這條路，牧森自嘲「其實是因為叛逆啦！」自幼父母對於學業非常要求，但牧森不太喜歡讀書，所以就會跑去做一些「爸媽不太喜歡」的事，會去玩音樂之類的，不過後來也考上了表演科系，父母也就比較能接受了。因為在相對壓抑的環境中成長，他可以透過表演可以去探索、展現自己的其他面向，而從中他也發現了不少迷人之處，「有時候會忘記是在演戲，因為那些感受或想法好像就是在說自己，這種是真是假的感覺，很過癮、很迷人。」

享受迷惘

早在《影后》受到大量關注之前，牧森其實已經出道三年多，雖然也陸續接演了一些作品，但還是會有感到迷惘的時刻，覺得自己真的適合繼續當演員嗎？不過他面對的心態倒是相當從容：「第一次會無所適從，但幾次之後，我似乎還蠻喜歡這種感覺，誰說迷惘就是不好？我覺得那是前進到下一個階段的轉折點，如果所有的發展都在想像中的範圍內，那好像就只能這樣了。正因為開始迷惘，才會去探索跟接受新的東西，所以我並不會想要放棄。」

潛水之道

如此懂的放空的心境，或許與牧森熱愛大自然、喜好運動脫不了關係，不管是爬山、衝浪或者跳水，在自然中他探索身體的極限及心靈的感受，並從中領悟一些人生的想法。他舉例：「我最近愛上潛水，心裡很急著想要潛下去，但這得慢慢的做，因為有水壓沒處理好，身體會受不了，呼吸也是要慢慢的，即使想要大口呼氣，還是要讓自己慢下來。」越想做到，越不能急，這是這是他從潛水中得到的道理，無論是對表演、對生活都是如此。雖然才二十多歲，但牧森已經有勇氣去接受自己的脆弱與不安，並從日常中領悟心態，相信他將來一定會越來越強大。

本頁 | 粉紅色緞面短洋裝、塗鴉手提袋；
右頁 | (牧森) 皮革西裝外套、皮革短褲、白色 T-shirt；(林逸嵐) 粉紅色緞面短洋裝、紅色皮鞋，all by Coach。







Lepetto

PARIS



Repetto

PARIS



蘇 慧 倫

她的歌聲，陪伴很多人走過年輕歲月，從〈Lemon Tree〉、〈鴨子〉、〈傻瓜〉到〈失戀萬歲〉，這些經典旋律從未因為時間的推進而消失，蘇慧倫告訴我們：

「作為一位歌手，我希望觀眾喜歡我的音樂勝過外表。」

攝影 | Zhou Chuan 造型 | Chun Chao 撰文 | Celeste Kao 髮型 | Nelson Kuo 彩妝 | Venny Chen

本頁 | 白襯衫、皮革裙子、BARRETTA 白色後繫帶中跟鞋；
左頁 | 米黃色襯衫、米黃色長褲、ANELLI 金屬環黑色豆豆鞋，all by Tod's。

跳出舒適圈



畢業於戲劇系，卻以歌手身份出道，蘇慧倫彷彿註定要走上演藝舞台發光發熱。沉5年之久，今年以全新專輯《輕重 Aftersun》回歸，娓娓道出35年來的演藝歷程，並透過真摯的歌詞來與世界對話。

時光的痕跡

剛推出的新專輯《輕重 Aftersun》，蘇慧倫全心投入，更參與了兩首歌曲的詞曲創作，對她來說不只是音樂上的嘗試，更是一場與自己對話的旅程，同時也宣布將於六月份舉辦演唱會，讓不少粉絲興奮於她的回歸。

出道至今，蘇慧倫在演藝路上走過35年光陰。若有一台時光機，她說最想回到19歲，剛剛發行第一張專輯、對未來懷抱忐忑與期待的那一年。她想對那個年輕的自己說：「不要太在意別人眼光，好好享受一切，所有經歷都會成為你生命裡的養分。」回望當時，那份慌張與未知大過於享受，而現在的她，已學會用溫柔的眼光看待走過的每一步。她也分享了新專輯中的〈抬頭紋〉最貼近她現階段的心境：「不只是歲月會在臉上留下抬頭紋，那些經歷過的，也都會在心裡刻下一道道深刻痕跡。」

大銀幕

雖然多數人對蘇慧倫的印象是歌手，但她對戲劇的熱愛卻始終未曾減退。早在2008年，她就以電影《流浪神狗人》榮獲羅馬亞洲電影節最佳女主角，2012年在出演《我和你》後，她選擇暫別幕前，一休息就整整達11年。直到2023年，她終於在Netflix影集《誰是被害者：第2季》再度回歸演員身分。她於劇中飾演的薛欣寧，是個思維縝密的法醫角色，是牽動劇情關鍵的核心人物，蘇慧倫細膩的詮釋讓角色成為劇中的話題亮點，但對於是否要接演這部戲，她坦言內心有過一番掙扎：「從來沒挑戰過這種類型的劇，不確定自己能不能勝任。但心裡有個聲音一直在呼喚我，讓我想試試看的衝動。」

玉女掌門人

出道初期，外界為蘇慧倫冠上「玉女掌門人」、「學生情人」等標籤，面對這些稱號，她始終抱持感謝，卻也表示壓力很大：「有時也會擔心被無形的框架困住。作為一位歌手，我更希望觀眾喜歡我的音樂勝過外表。」為了突破「玉女」形象，她主動向唱片公司提出想法，爭取在〈你有離開的自由〉MV中哭花妝容，讓觀眾看見另一個面向的她。走過青春、歷經人生的起伏，蘇慧倫的美不再只是外在的清新，而是知性、理性與自我理解交織出的優雅。

優雅母親

螢光幕前，蘇慧倫是歌手、是演員；而在生活裡，她也是一位母親。對於許多女藝人來說，選擇暫時退居幕後專心待產，往往伴隨著對被取代或被遺忘的擔憂。但蘇慧倫卻把那段時間視為人生中難得的放假時光：「我懷孕的時候非常快樂，因為只要專心做好一件事情，不需要面對太多複雜的狀況。當生活變得單純，心情自然也就平靜又快樂。」曾經，她也幻想過自己會成為一位優雅從容的完美母親，但真正成為媽媽後，卻選擇更自由的方式去陪伴孩子成長：「即便我是他最親近的人，我還是盡量抽離母親的角色，試著把他視為一個獨立的個體。」正是因為經歷了這些真實的轉變與體悟，讓如今的蘇慧倫，有了更加深刻而從容的模樣，也帶來了屬於這個時代，獨一無二的蘇慧倫。

本頁 | 白襯衫、皮革裙子、APA 棕色手提斜背包；

右頁 | 米黃色襯衫、米黃色長褲、MAGENTA 黑色翻蓋肩背包、ANELLI 金屬環黑色豆豆鞋，all by Tod's。





東西交匯

由王陳彩霞領軍的時裝品牌夏姿·陳 (Shiatzy Chen)，以東方意涵的設計語彙與文化為根基，從台北出發，在歐美大放異彩。2025 秋冬系列，她以珍貴的文化遺產「苗繡工藝」為靈感，再一次展現東西融合的時髦美學。

撰文 | Eli Yeh 圖片提供 | Shiatzy Chen



走過半世紀

從 1978 年創立品牌「夏姿 Shiatzy Chen」，2001 年前進時尚之都——「巴黎」，於當時最具影響力的選品店 Colette 附近開設了歐洲第一間旗艦店，到了 2008 年，品牌正式被列入官方日程，並在同年秋天首度於巴黎時裝週發布高級時裝系列，時至今日，品牌已走過 47 個年頭，在近半世紀的時光裡，王陳彩霞以內斂又不失前瞻性的美學，成為歐洲最獨樹一格的華人品牌。

以文化遺產為核心

甫落幕的巴黎時裝週，王陳彩霞再一次把目光看向珍貴的東方技藝「苗繡工藝」，這個源自於貴州的傳統工藝，被視為苗族取代文字，記錄文化與歷史的一項工法，在 2006 年「苗繡工藝」正式被列入非物質文化遺產，而本次夏姿便以此為題，打造出 66 套造型。

中西交匯

本次秀場同樣選址於巴黎東京宮，秀場佈景以數面巨型圖騰展開，每一幅皆訴說著苗族神話故事，營造出古老與現代交錯的沉浸式氛圍。其核心設計圍繞「十種苗族刺繡技法」，將細膩手工藝推向極致。在用色上以苗族五色白、花、黑、紅、青為基礎，並轉化為白金、粉紅、黑金、紅黑、藍色等色彩。

在服裝上，品牌標誌性的中式立領依然是焦點，有別於過往材質運用，皮革與傳統服飾的結合，是本次讓人眼睛為之一亮的設計，細節上以鉚釘點綴其中，中西合璧的處理方式，展現夏姿獨有的設計語彙，而「苗繡工藝」做為本季的靈感軸心，設計團隊將其元素運用於繫帶、領口等細節處，而在壓軸的最後一套造型中，更將其刺繡以飄帶等方式結合西式禮服，搭配繁複的亮片刺繡紗裙，再一次做了中西文化的漂亮融合。



經典的延續

如何在競爭激烈的市場中保有無可取代的位子，品牌的歷史文化絕對扮演重要關鍵。擁有超過 190 年歷史的 Delvaux，創立於比利時，在全球各地成功落腳，讓挑惕的女性見識到它非凡的工藝與美學。

撰文 | Eli Yeh 圖片提供 | Eli Yeh、Delvaux

1829 年，箱包工匠 Charles Delvaux 先生開設了旅行用品工坊和商店，近 200 年的時間過去了，今天的 Delvaux 已是許多名人、貴婦指定收藏的首選品牌。

時尚與文化

提到 Delvaux 的歷史演進，就不能不提到「Brillant」。1958 年於比利時布魯塞爾舉辦的世博會，是第二次世界大戰後首次大型國際博覽會，在當年對於全球亦有休戰和平的重要意義，因此其展覽吸引了 4 千萬參觀人次，其展示會中，最受注目之處便是已故法國建築大師柯比意（Le Corbusier）精心設計的菲利普館（Pavillon Philips），其流摩登流暢線條，激發 Delvaux 靈感，誕生了至今仍具話題包款「Brillant」。

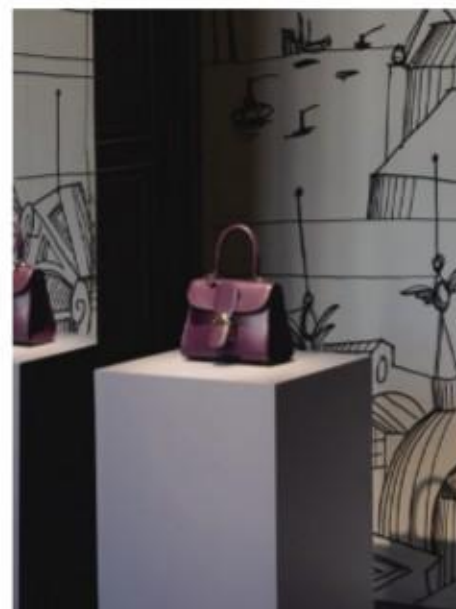
經典的延續

這次在 2025 秋冬時裝週期間，品牌於巴黎芳登廣場舉辦了一場包袋的展覽，有別於過往一口氣展出數款不同系列的作品，「Brillant」明顯是唯一主角，由此可見它對於品牌的重要性。

除了過往的經典設計，或是不定時與知名藝術家合作，品牌亦針對每個時代的使用情境持續推進新穎的包款，2025 年秋冬，「Brillant」同樣有了時髦的變身，以更為柔軟的材質重塑，以「Tempo」為名，包蓋上擁有豐富的變化運用，同打破過往硬挺的線條，藉此塑造出更為隨性的包型。尺寸上，除了中大型款式外，亦推出小巧的大小，以符合現代女孩的日常需求。

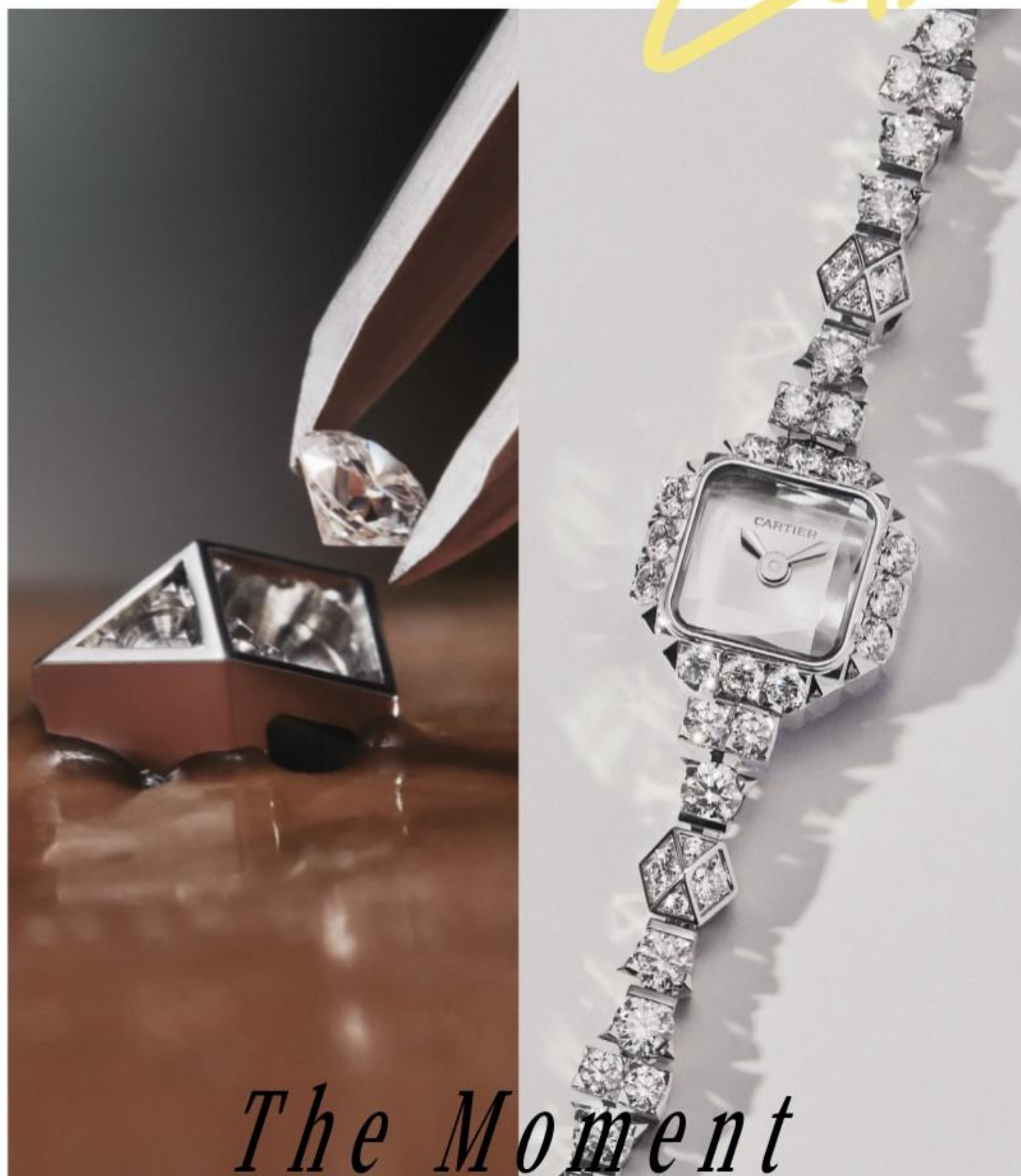
文化的重要

本次展示會的另一個重點，品牌展出了與「比利時皇家美術博物館」的合作，藉由出資去修復當年世博會期間的大型壁畫作品《The Americans》，其作品由插畫家 Saul Steinberg 所創作，他過去曾是美國《紐約客》雜誌御用的插畫大師，對於城市縮影幽默詼諧地描繪，亦影響了爾後的普普藝術。於會場中展示的《Downtown - Big City》、《Cocktail Party》及《Main Street - Small Town》等三幅作品，讓我們見識到精湛的工藝與修復技巧，同時也藉是品牌與藝術緊密結合的完美示範。



Bella

Luxury



The Moment

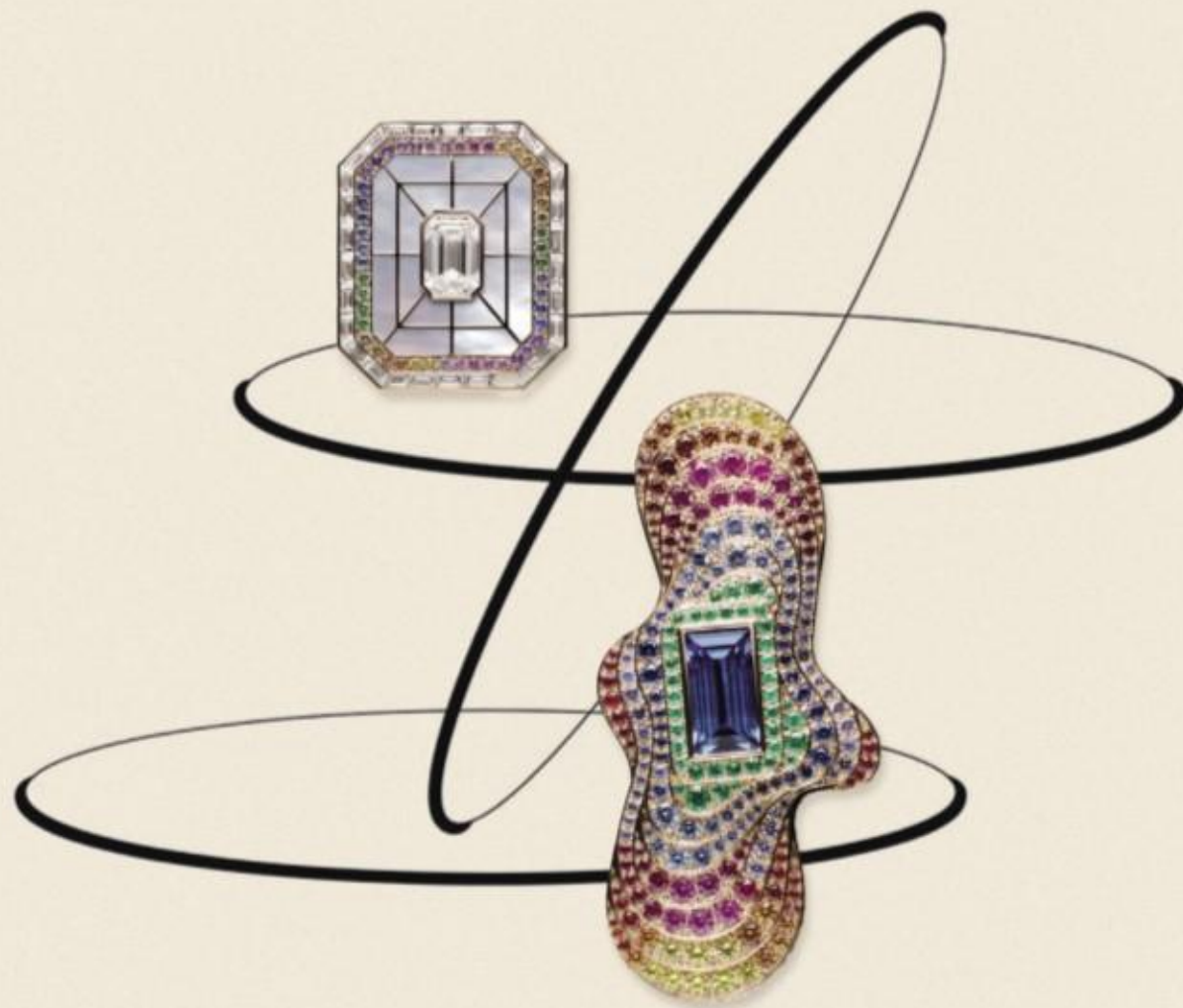
隨著時針與分針緩緩轉動，紀錄下每一個精彩時刻，閃耀鑽石與光影折射相互輝映，恰到好處的工藝與比例，讓它不只是腕錶，更是一件珠寶，為時間寫下專屬風格。

編輯 | Haremi Huang、Celeste Kao 圖片 | Cartier
白 K 金珠寶腕錶，Cartier。

Kaleidoscope

珠寶璀璨奢華的結構之美，在層層交織的幾何線條中，譜出獨一無二的變奏曲。

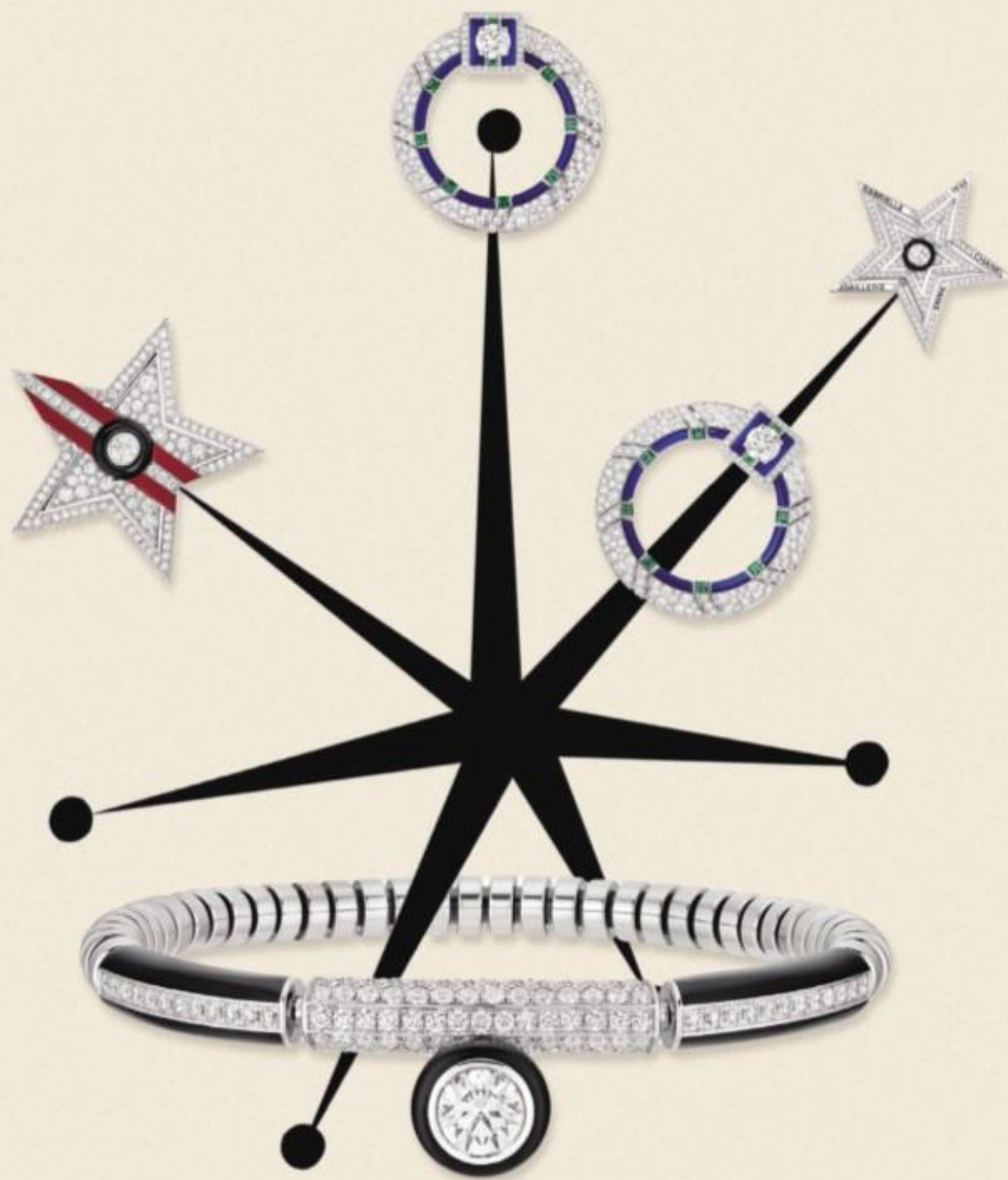
編輯 | Clark Tsao 影像合成 | Honey B. 圖片提供 | 各品牌



(由上至下) 鑲飾彩色藍寶石及虹彩珍珠母貝鑽戒、鑲嵌彩色寶石不對稱形狀雙指戒，both by Hermès「Les Formes De La Couleur」系列。



(由上至下) 18K 白金鑲嵌帕拉伊巴碧璽及鑽石戒指、18K 白金鑲嵌紅寶石及鑽石戒指、18K 白金鑲嵌藍寶石及鑽石耳環、18K 白金主鑲梨形藍寶石及紅碧璽鑽石項鍊，all by Chaumet 「Scène」 系列。



(由上至下) 藍綠色相間 18K 白金鑲嵌鑽石耳環、18K 白金鑲嵌黑漆孔眼星形胸針、18K 白金鑲嵌紅漆星形胸針、18K 白金鑲嵌鑽石及黑瑪瑙手環，all by Chanel「Sport」系列。



(由上至下) 18K 黃金錘鏤加工鑲嵌祖母綠切割黃色藍寶石戒指、紅珊瑚鑲鑽耳環，both by Van Cleef & Arpels 「Treasure Island」 系列。



(由上至下) 頂級玫瑰金密鑲鑽石項鍊，頂級玫瑰金鑲嵌彩色寶石及鑽石項鍊，both by Bvlgari「Aeterna」系列。

NB 東森自然美
NATURAL BEAUTY

秘齡奇蹟 青春之鑰

Exosome外泌體 X NMN X 白藜蘆醇

滋養修護 煥亮美白 極光有感



自然美白藜蘆醇活顏系列
Resveratrol Series

NB 東森自然美
NATURAL BEAUTY

販售通路：
東森自然美加盟門市

專線客服：
0800-321-197



立即預約課程
享新客優惠

尋寶記



於珠寶創作而言，故事性是最動人的魔法，而工藝則是讓夢境成真的橋樑。
Van Cleef & Arpels 擅長將歷史、文學與詩意揉入珠寶，「Treasure Island」高級珠寶系列，
便是紀錄這場冒險旅程的日記。

編輯 | Haremi Huang 圖片提供 | Van Cleef & Arpels





多數人都喜歡聽故事，因為僅僅藉由幾句話、幾番形容，便能讓想像力恣意徜徉於腦海。而梵克雅寶恰巧很擅長說故事，從莎士比亞 (William Shakespeare)、凡爾納 (Jules Verne) 到佩羅 (Charles Perrault) 及格林兄弟 (Brothers Grimm) 的文學巨著，都曾揮灑於世家的珠寶作品上。這次，他們選擇將目光投向一望無際的海面，以史蒂文森 (Robert Louis Stevenson) 百年來影響無數世代的冒險小說《金銀島》，轉化為一系列絢爛奪目的高級珠寶，希望為每一位勇敢踏上旅途者，提供一把探索世界的鑰匙。

從頭開始尋寶

手握鑰匙，卻不知寶箱藏匿何處，那只得從頭開始尋！Treasure Island 攤開黃金製成的藏寶圖，沿著蜿蜒路徑上的座標，細緻地以三大篇章為尋寶者指路——海底歷險、海島探奇、尋寶旅程，只要按部就班，便能尋獲珍寶。

第一章：海底歷險

想尋寶，得先揚帆遠航。在設計師、寶石學家和工匠的掌舵下，世家以貴金屬與寶石再現航海意象——繩索、錨鏈、碧波粼粼，幻化為午後金光與夜色月華。例如 Écume Mystérieuse 項鍊運用隱密式鑲嵌，令藍寶石流動如海浪；而 Poissons Mystérieux 胸針則透過彩色藍寶石的深淺層次，展現游魚靈動姿態。

第二章：海島探奇

當船隻靠岸，迎接探險者的是金黃沙灘、搖曳棕櫚與滿地貝殼。此章節以自然景觀為靈感，像是以棕櫚葉造型鍛造皇冠的 Palmeraie Merveilleuse 項鍊，中央懸掛 47.93 克拉的蛋面切割祖母綠，其還能單得拆下，轉換成胸針配戴；以及融合多種鑲嵌技術的 Coquillage Mystérieux 胸針，巧妙將小仙子藏匿於貝殼背面，展現童趣細節。

第三章：尋寶旅程

尋寶的巔峰時刻，莫過於發現藏寶圖標示的寶藏。像是系列代表作之一的 Carte au trésor 胸針，將金質地圖以玫瑰金紐索網綁，內部鐫刻微縮地圖，標記碧璽角、珍珠島、紅寶石谷等地點，並鑲嵌單顆紅

寶石指出終極寶藏的位置。地圖上畫了些什麼，只有擁有者知曉，成為系列中最神秘之作。此外，縱橫四海後在異域找到的雞尾酒戒、人臉手鐲、硬玉珠子長項鍊，以及靈感源自瑪雅文化的多款胸針等，也讓這趟尋寶之旅更顯滿載而歸。

隱密式鑲嵌工藝

《金銀島》中描繪的奇幻冒險世界，完整地激發了梵克雅寶天馬行空的想像。其中，獨家的隱密式鑲嵌 (Traditional Mystery Set) 技術，則被大量運用於系列作品中。像是象徵故事三部曲的 Palmier Mystérieux 胸針，便同時運用了隱蔽式鑲嵌與可轉換式珠寶設計，將一艘鑲嵌美鑽的帆船、一輪金光璀璨的太陽和一個滿載寶石的寶箱，搭配棕櫚小島，以黃 K 金構建出三幅熱帶島嶼的生動場景。畫布般大面積的色彩，將金屬爪痕完全隱藏，令人著迷。

真正的「寶藏」

Treasure Island 系列繼去年底在邁阿密首次亮相後，今年初移師普吉島展出。夜幕下，星光閃爍，回想起當天晚宴席間，我與 L'ÉCOLE 珠寶藝術學院講師 Paul Paradis 併肩而坐時他說：「或許真正的寶藏，不只是那些貴金屬與寶石，而是故事與情感的傳承。」Van Cleef & Arpels 透過這場冒險，讓我們得以在閃爍的寶石光芒間，尋找屬於自己的故事。





全球徵件中！

Call for Entries

金點設計獎創立於1981年，是台灣歷史最悠久、最具權威性的國際型專業設計獎賽。除針對已商品化上市銷售之作品，亦徵求尚未在市場生產銷售之作品、未實際執行之設計概念創新提案，開放全球設計團隊及業者報名角逐。

Established in 1981, the Golden Pin Design series of awards are the most prestigious and longest-standing international design competition in Taiwan. They welcome not only submissions from design teams and businesses worldwide with commercialized products already in the market, but also works yet to be mass-produced and sold.



Golden Pin Design Award
2025 金點設計獎



Golden Pin Concept Design Award
2025 金點概念設計獎

參賽類別 Award Categories

產品設計 Product Design、傳達設計 Communication Design
空間設計 Spatial Design、整合設計 Integration Design

早鳥報名 Early Bird Registration

03.17 — 05.20 17:00 (GMT+8)

一般報名 Regular Registration

05.20 17:01 (GMT+8) — 06.24 17:00 (GMT+8)

Website



Facebook



Instagram



X



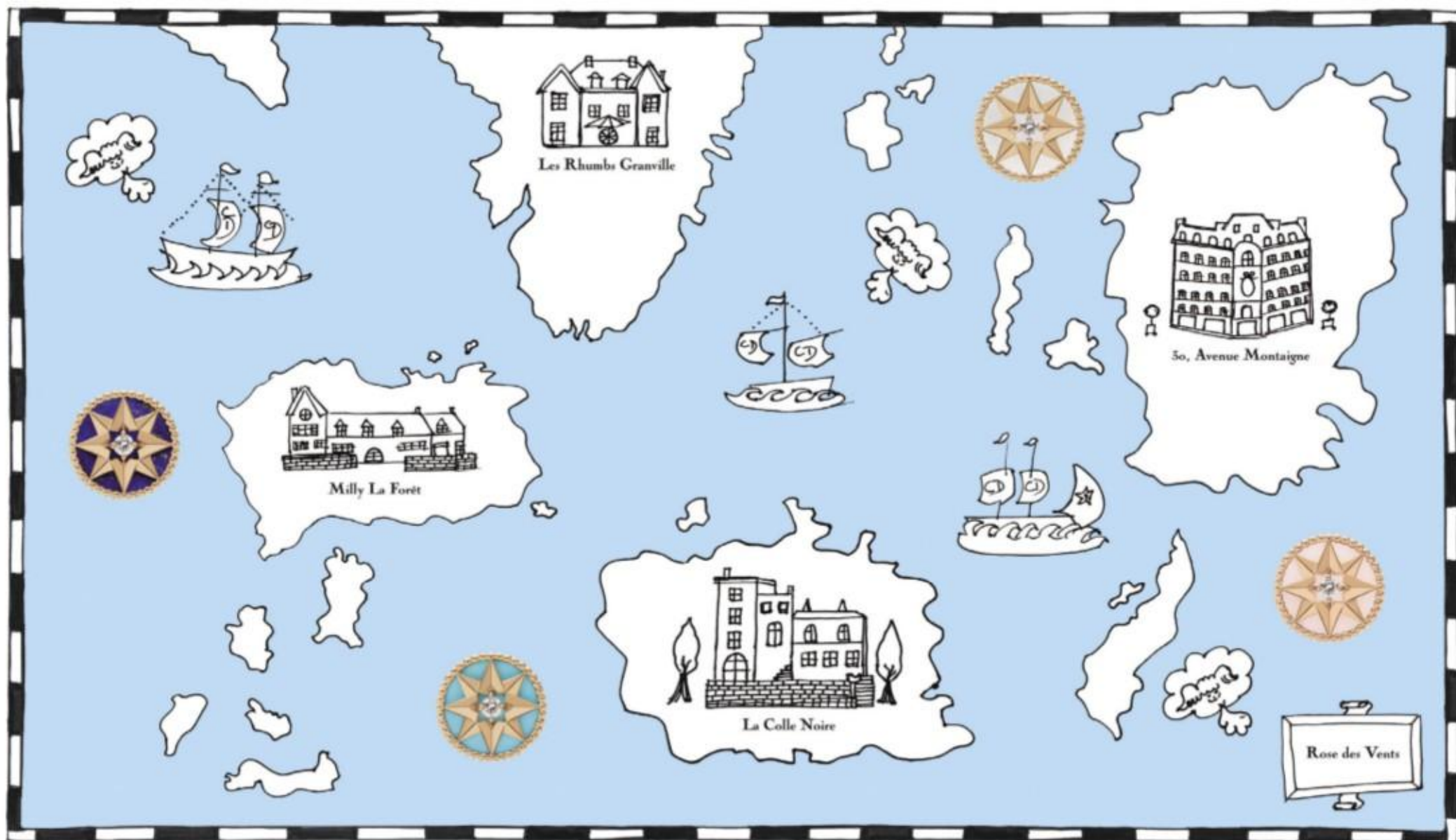
經濟部產業發展署廣告

主辦單位 Organizers | 經濟部產業發展署 Industrial Development Administration, MOEA
執行單位 Executive Organizer | 台灣設計研究院 Taiwan Design Research Institute

幸運之星

「創作是探索，不斷的搜尋；找出自己的立足點，再重新出發展開新的奇幻旅程；而創作也是一段筆下靜止航程的結晶。」Dior 珠寶創意總監 Victoire de Castellane 將這層心境全揮灑於「Rose des Vents」系列之中，同時也是她獻給每位配戴者的幸運祝福，如今問世十週年再迎來新面貌。

編輯 | Haremi Huang · Alen Cheng 圖片提供 | Dior





戲劇巨擘莎士比亞筆下有一句經典名言：「That which we call a rose by any other name would smell as sweet.」褪去一切包袱、心中方向明確，真我依然存在，玫瑰在這番詩意造詣之下，寄託著一種心之所向含義，無獨有偶，「Rose des Vents」於法文中以「羅盤玫瑰」一詞代表方向指引的象徵，正也是品牌珠寶創意總監 Victoire de Castellane 賦予系列的形象，因而迅即受珠寶迷爭相追捧。

馬賽克圖騰成繆思

「Rose des Vents」系列靈感來自於創辦人迪奧先生童年所居住的別墅 Granville，原本由一位船主建造，臨海而立，名為 Les Rhumbs，意思是指羅盤玫瑰上的 32 個方位，也是出海遠颺的意思，在晴朗之時便能一見遠方海峽群島，駛過陡峭海岸的遊船向着美洲大陸前行，而這八芒星圖騰也出現於別墅屋後方噴泉，池底馬賽克圖騰正是以羅盤花紋進行構圖。

幸運符碼

迪奧先生一家入住之後，秉持著對占星學的熱愛，將宅邸中處處相關的「羅盤玫瑰」圖騰視為幸運符碼。而向來深黯迪奧先生之生前迷戀及興趣的珠寶暨腕錶創意總監 Victoire de Castellane，便在 2015 年之際，以此作為設計主軸，推了一系列名為「Rose des Vents」的珠寶，直到今日，早已成為最貼近迪奧先生本人精神的象徵性珠寶。

璀璨十年依舊閃耀

以白色珍珠母貝、粉色蛋白石、綠松石、青金石或黑瑪瑙等來自四面八方的彩寶，凝聚成一顆顆色彩璀璨的神秘羅盤圖章，金屬穀粒紋邊框令人聯想到航海繩索，配戴珠寶猶如嘉勉乘風破浪的勇氣，無懼展開冒險；問世十年間，除了以經典羅盤設計叱吒珠寶界外，也分支出以日月星辰裡太陽與月亮日夜競逐作為藍圖的「Rose Céleste」系列，設計出太陽及月亮各站一面之墜飾，傳達即使並行仍始終咫尺天涯的寓意，另一款「Étoile des Vents」系列人氣也不在話下，概念借鏡 1946 年迪奧先生在路上巧遇的金屬星星，他一生追隨命定之說的幸運星化作成珠寶配飾，願每位配戴者日日是好日，藉由多樣面貌延續「Rose des Vents」系列的瑰麗歷史。

開啟新格局

「Rose des Vents」系列如今橫跨輕珠寶至高級珠寶版圖，以百變風采續寫精彩篇章，而今年度將再度迎來生力軍「La D De Dior」系列的時計項鍊，精準運用孔雀石、虎眼石、黑瑪瑙、珍珠母貝等寶石，並且在金質米粒鑲嵌之下，刻劃出唯妙唯肖的花園昆蟲造型裝飾作品，體現品牌美學精神及工坊的創意與匠心，持續締造雋永之美。



奇異的冒險



身為從不服輸的紐約客，Harry Winston 當然不會放過任何一個大展長才的機會。《Marvelous Creations》系列正如其名，非凡、奇異、驚人、優秀且毫不簡單。

編輯 | Haremi Huang 圖片提供 | Harry Winston



說到 Harry Winston，許多人腦中閃過的第一個念頭，大抵離不開「鑽戒」或是其著名的「祖母綠形切割工藝」。但事實上，被譽為「鑽石之王」的海瑞溫斯頓可不只以此聞名，其它珠寶腕錶作品亦夙負盛名。這個 1932 年發跡於紐約的品牌，至今已有近百年歷史，然而資歷深不代表點子舊，今年品牌再度發揮創意，將整個自然界揉入珠寶腕錶中，從地心深處、陸上生靈，到悠遊於水中的游魚無一不漏，創作出令人驚豔的全新系列。

Deep Within The Earth：地心深處的瑰寶

在地球深處這片未知領域中，稀罕而珍貴的礦石歷經億萬年孕育，透過品牌獨到眼光、精湛工藝，終於以璀璨光芒再現於世家的珠寶系列中。當中最令人矚目的，是一枚鑲嵌 10.42 克拉貓眼金綠寶石的戒指，其「Chatoyancy」光學效應，彷彿一道靈動的光帶，在寶石表面流轉生輝。而另一件戒指作品則將 6.64 克拉的純綠色祖母綠寶石化作花蕊，並透過層疊花式切工鑽石的襯托，重現花朵盛開的細膩層次。

From Land：陸地生靈

當視線由地底向上延展，陸地的豐饒生態亦成為此系列的靈感源泉。世家以珠寶雕琢飛禽靈獸，讓大自然的生動瞬間凝結於指間、耳垂、胸口與鎖骨之上。其中，以「蜂鳥」為主題的戒指尤為亮眼，蛋面切工紅寶石構築出鳥兒輕巧身形，藍寶石、帕拉依巴碧璽則點綴其華美羽冠，橄欖形切工與圓形明亮式切工鑽石則交織出輕盈雙翼，彷彿蜂鳥振翅掠過花叢中。而「蜻蜓」則化身為 Dragonfly Suite 高級珠寶套組，以紅寶石、沙弗萊石、坦桑石、綠松石映襯出光影流轉的翩然姿態。

To Water：水波悠游

將地心、陸上的瑰寶「一網打盡」後，最終將視線投向水中。透過與日本藝術家深堀隆介的合作，以其獨創的「2.5D 立體繪畫」技法，創作出 Wild Treasures 腕錶，讓栩栩如生的「金魚」在錶盤上恣意地揮霍生命。當然，錶殼本身也是藝術品，細密的雪花鑲嵌鑽石與彩寶環繞錶盤，與手繪金魚相映成趣。此外，38 毫米大錶盤更是突破框架，能輕鬆從緞質錶帶上卸下，化為獨特的時計吊墜。18K 白金鍊條上七個大小不一的鑲鑽圓球，猶如金魚換氣的微小氣泡，佩戴於胸前，彷彿將整個海底世界隨身攜帶。

將自然揉入珠寶腕錶

《Marvelous Creations》系列以珠寶詮釋自然，以藝術家視角雕琢生命靈韻。從地心的寶石傳奇，到陸地的生命律動，最終延展至水中悠游的金魚，世家透過層層的精雕細琢，讓自然界的壯麗與神秘，以璀璨的珠寶形式定格於腕間與肌膚之上。

1. 蜂鳥戒指以中央紅寶石為主鑽，搭配藍寶石、帕拉依巴碧璽，以及橄欖形切工與圓形明亮式切工鑽石。2. Wild Treasures 腕錶以獨特「可轉換式設計」，讓錶盤能從錶帶上輕鬆卸下，並裝上特製的 18K 白金鍊條，幻化成華美的項鍊吊墜。3. Wild Treasures 金魚腕錶「誕生 Birth」，搭載瑞士高階石英機芯，錶針鏤空設計。4. Wild Treasures 金魚腕錶「夢想 Dream」，以藍色緞質錶帶呼應錶盤游魚。5. Deep Within The Earth 戒指以 6.64 克拉的純綠色祖母綠寶石化作花蕊，透過花式切工鑽石襯托，重現花朵盛開的層次。



Chopard 閃耀五月 愛耀加倍

向來擅長展現珍稀寶石光彩與精緻腕錶工藝的蕭邦，在今年五月陪你聊表對母親的真摯心意，
在流光溢彩間為幸福之日獻上華麗祝福，詮釋愛的閃耀！

編輯 | Alen Cheng · Haremi Huang 圖片提供 | Chopard





交織著歲月的溫暖與深情

每位母親的心思皆細膩且縝密，猶如蕾絲般柔情而華美，與蕭邦 Precious Lace 系列的輕盈優雅相互呼應。此系列珠寶承襲高級訂製概念，以符合道德倫理標準的 18K 玫瑰金與 18K 白金打造，結合鏤空設計及鑲嵌工藝，在錯落有致的金屬蕾絲編織間，勾勒出如花朵綻放的「Mini-Froufrou」圖案，其柔美姿態恰如母愛般細膩入微，閃耀恆久光輝；璀璨鑽石及紅寶石點綴其間，為精緻戒指、耳環及項鍊添上瑰麗華彩，映耀愛的絢麗光芒。

除了繡繚盛放的「Mini-Froufrou」圖案，蕭邦更以創意視角解構珠寶中的花卉意象，以半圓花形為設計打造「Nuage」款式項鍊，無論是單獨搭配，或是與其他款式層疊搭配，皆能展現時尚與優雅並存的魅力，為母親塑造獨具風格的閃耀姿態！

恆久不變的閃耀

蕭邦最經典的設計，就是能在珠寶或腕錶中自由滑動的鑽石，靈感源自黑森林瀑布飛濺的水珠，在陽光映照下折射出絢爛虹光，閃耀流轉間宛如輕盈舞動，映襯女性內在光采，亦詮釋當代母親多元而自信的風貌。

然而，創意總監 Caroline Scheufele 總能將經典昇華至全新層次，全新推出的 Happy Sport 腕錶以 Lucent Steel™ 精鋼或符合倫理道德標準的 18K 玫瑰金築構出 25 毫米的錶盤輪廓，搭配小牛皮雙圈錶帶，既提升佩戴的造型感，又跳脫傳統腕錶的既定印象；錶盤上的 5 顆滑動鑽石象徵著幸福、活力與獨立精神，以內斂精緻的形象，展現當代母親從容應對一切的優雅姿彩。

獨家閃耀的靈動光采

創意總監 Caroline Scheufele 的靈感不止於此，她深入探索女性的多重面向，並在台灣推出限量錶款及珠寶，以蘭花圖樣詮釋母親那份堅毅與優雅並存的力量。

台灣限定的 Happy Sport 腕錶將蘭花的典雅姿態和高貴氣質完美融入錶面，珍珠母貝錶盤與玫瑰金的溫潤細節交相輝映，結合經典滑動鑽石，勾勒出女性的優美身影；錶款可自由搭配白、紅、桃紅三色錶帶，以富饒變化性的組合方式，帶來獨特的佩戴體驗，而每一次指針轉動，讓愛在時光中沉澱，靜靜流淌。

另有台灣獨家的 Happy Diamonds 項鍊，將滑動鑽石與無限符號的圖案巧妙融合，以符合倫理道德標準的 18K 玫瑰金製成，外觀精緻高雅，其璀璨光輝象徵著母愛的無限與永恆，完美詮釋了五月溫馨的情感。

1. 「Happy Sport」系列 25mm 精鋼腕錶、2. 「Happy Diamonds」系列 18K 玫瑰金滑動彩寶項鍊 (台灣限定款)、3. 「Precious Lace」系列 Mini-Froufrou 手環、4. 「Precious Lace」系列 Mini-Froufrou 戒指、5. 「Happy Sport」系列 18K 玫瑰金蘭花圖騰腕錶 (台灣限定款)。

生活的藝術

一線精品的爭奪戰，從早年的時裝、配件、珠寶，已延伸至家居領域。而路易威登從品牌成立之初就推出過多款移動式的生活用具，一路發展到 2012 年問世的 Objets Nomades 系列，致力為收藏家打造品味獨具的理想居家空間。

編輯 | Celeste Kao、Eli Yeh 圖片提供 | 路易威登



當市場逐漸飽和、消費者對於時尚的看法也出現劇烈轉變的當下，對於一線精品品牌而言，家居類別無疑是拓展品項深度與廣度的重要方向。透過貼近目標客群生活方式的銷售模式，精品家居商品逐漸成為品牌多元布局下的典範。路易威登便積極延伸其產品線，推出多款結合品牌歷史與工藝的家居逸品，例如經典的 1885 年 Bed Trunk 床墊硬箱、1930 年以 Monogram 帆布打造的 Stokowski 行李箱，以及介於旅行用品與家具之間、設計巧妙的 Library 行李箱，完美展現品牌在實用與美學間的精準拿捏。

近代經典

於 2012 年推出的 Objets Nomades 系列，是路易威登至今最代表性、也最受歡迎的當代家具系列，融合品牌卓越製作工藝與多位設計大師的無限創意，每一次新品問世，總是在收藏家之間引起搶購騷動。一路以來，參與過的大師，每個都大有來頭，包括巴西最著稱的雙人組設計組合 Estúdio Campana、風格強烈而繽紛的伊朗裔法籍女設計師 India Mahdavi，以及代表作品橫跨全球的西班牙設計師 Patricia Urquiola 等人，每位皆以獨到風格為系列注入鮮明個性。本次亦帶來多件令人驚艷的新作：由 Estúdio Campana 操刀的 Kaleidoscope 櫥櫃，以八種獨特色彩詮釋，每種顏色全球僅此一件，極具收藏價值；Cocoon Couture 系列則新添兩件力作：Boitata 與 Uirapuru，延續夢幻又詩意的設計語彙。

除了展現藝術性與實用機能外，趣味性同樣是本次系列的重要元素。像是一款靈感來自 2025 秋冬時裝秀的彈珠台，為整體系列奠定了輕鬆而充滿創意的基調。而 Estúdio Campana 亦以相同思維出發，融合幽默與超現實主義語彙，打造出風格鮮明的經典手足球遊戲，為精品家居注入一絲童趣與玩心。但最讓我們愉悅的，是一款由路易威登工作室 Studio LV 創作的全新 Totem Vinyle 黑膠唱盤，以皮革包覆優美弧線，讓人在沉穩溫潤的音色中，感受設計與音樂交織的美好時光。



Signature Collection

作為品牌全新推出的家具與燈具系列，Signature Collection 以全方位思考出發，從沙發、椅子到餐櫃與桌子，每一件作品皆以獨特手法詮釋路易威登經典設計語彙，不僅延續品牌標誌性的皮革與木材選材，更提供從豪華布料、珍稀木材，到縞瑪瑙與鑲嵌細節的多樣化客製選項，展現無限創意與高度工藝價值。此系列更邀請多位國際設計師共同創作，法國當紅的工業設計師 Patrick Jouin 推出一款配有金色掛鎖的扶手椅，靈感源自品牌經典旅行箱，體現充滿愉悅情調的生活哲學；義大利設計雙人組 Atelier Biagetti 則以新款檯燈，展現精湛的皮革工藝與天馬行空的創意巧思，為家居場景增添柔和卻鮮明的視覺焦點。

家飾精品

除了大型家具作品，家飾精品與紡織品亦為家居系列中不可或缺的重要一環。每件作品皆秉持品牌一貫的原創精神，巧妙融合奢華質感與實用性，展現居家生活的多元面貌。多個系列以鮮明色彩與生動圖形演繹豐富視覺語言，透過頂級工藝彰顯活力與創意。設計師 Patricia Urquiola 運用大膽配色，推出兼具美感與功能的多用途托盤，並以品牌代表作 Palaver 椅為靈感，延伸出設計感十足的花瓶作品；至於風格幽默、色彩鮮明的西班牙設計鬼才 Jaime Hayon 則帶來多款以皮革與陶瓷打造的家飾單品，以其一貫充滿童趣與藝術感的風格，為家居空間注入一抹鮮活的繽紛想像。

餐桌藝術

餐桌，亦是一場關於美學與工藝的盛宴。由日本設計師 Nendo 所打造的 Coiling 系列，以深黑為基調，於純淨細緻的利摩日瓷器上，綻放出變幻無窮的 Monogram、花卉與菱形圖案，如藝術品般為餐桌增添層次與張力；而 Splendor 與 Constellation 系列，以及靈感源自義大利蔚藍海岸的 Capri 系列，皆於 2024 年底亮相。這些作品不僅體現路易威登對生活藝術的執著，更讓日常儀式也能洋溢奢華格調。此外，為向品牌悠久傳承與創新精神致敬，路易威登更特別推出一系列餐具與家用紡織品，致敬已故義大利傳奇平面設計大師 Fortunato Depero，作品以色彩斑斕的幾何圖案與奇幻動物圖騰為主軸，傳遞他充滿前衛精神的視覺語彙，亦為品牌注入一股玩味十足、跳脫框架的創新張力。







I-PRIMO
TOKYO



Bella *beauty*



Made in Korea

南韓軟實力越來越強，除了 K-Pop、韓劇之外，美妝也表現不凡。例如香水品牌 Nonfiction，在很短時間內便成功打入殿堂級百貨——東京伊勢丹，而另一家前衛香水品牌 Borntostandout 則是獲得萊雅集團投資。以往由日本壟斷的亞洲美容霸主地位，正面臨韓流的入侵的壓力！

編輯 | Maureen Wu 圖片 | Borntostandout

Sweet Harmony

清空雜亂的思緒，讓心情隨音律起伏；每個獨處的日子，都宛如一首旋律和諧的抒情曲。

編輯 | Maureen Wu 執行 | Chun Chao 攝影 | Yueh Chu





- 1/ 緹花全能修護霜 · Dior · NT\$1,930 ·
- 2/ ME 自律循環液 · ipsa · NT\$2,350 ·
- 3/ 福寶 24 瑰麗亮采餅 · Hermès · NT\$3,650 ·
- 4/ 無人之境身體乳液 · Byredo · NT\$2,100 ·
- 5/ 超聚光活膚粉底精華 SPF30/PA+++ · Shiseido · NT\$2,300 ·

- 1/ 潤燥極致護脣膏 · Sulwhasoo · NT\$1,280 ·
- 2/ N°4 極致逆齡賦活精華乳 · Verso · NT\$4,200 ·
- 3/ 高訂光感氣墊粉餅 · Valentino Beauty · NT\$2,950 ·
- 4/ 1 號紅色山茶花活能身體噴霧 · Chanel · NT\$2,980 ·
- 5/ 繁花滋養潔膚乳 · Jo Malone London · NT\$1,400 ·
- 6/ 白油 ver. 2.08 · Agile Cosmetics Project · NT\$2,400 ·





Semi-matte Skin

善用底妝質地變化，多層次混搭，「霧裡帶光」是 2025 年的上妝要訣！



Chanel

編輯 | Maureen Wu 圖片提供 | 各品牌



頰彩的點綴，無疑是底妝的加分要素！低飽和度粉暈表現昂揚的活力，健康氣色從肌底透出。



左 | 晶采柔艷頰彩 #107 夢忘 • Suqqu • NT\$2,200 •
中 | 山茶花三色頰彩盤 限量 • Chanel • NT\$2,460 •
右 | 炫色腮紅 #777 Orgasm • Nars • NT\$1,400 •



捕捉肌膚油光，退去午後的浮粉與暗沉；掌控光影層次，是維持精緻底妝的絕佳捷徑。



左 | 恆久完美霧光氣墊粉餅 雲朵皮革版 · YSL · NT\$3,180。
 中 | 粉持久天生美肌氣墊粉餅 SPF25/PA+++ · Estee Lauder · NT\$2,900。
 右 | 超持妝霧絲絨氣墊粉餅 · M·A·C · NT\$2,100。

想要創造會呼吸的底妝質感，上妝流程別忘了「先補水再吸油」。



左 | 精萃再生光燦隔離霜 · Dior · NT\$4,150。
 中 | 24K 純金奢緞光妝前乳 SPF50+/PA+++ · Guerlain · NT\$3,300。
 右 | 極上御藏防禦精華乳 SPF50/PA++++ · Shiseido · NT\$3,200。



Sportmax



善用霧面底妝的遮瑕力與修飾性優勢，霧感妝效撫平紋理，更能滿足雕塑輪廓線的妝容期待。



左 | 原生霧光持久粉底 · Prada Beauty · NT\$2,600 ·
中 | 高訂完美絲絨水慕斯 Pro · Giorgio Armani · NT\$2,700 · ·
右 | 無極限超持久輕粉底 · Shu Uemura · NT\$1,980 ·



北歐製造／

來自北歐的美妝品牌總具備天生的好品味！極簡美學融合自然元素，同時又不失功能至上的產品特質，也造就了「北歐製造」成為市場上獨特且耀眼的存在。除了熟悉的 Byredo 之外，誕生於瑞典的天然護膚品牌 Tangent GC，以及丹麥香氛 Frama 也皆以低調、簡約的設計美感為銷售亮點，將香氣、視覺風尚與日常連結，激發現代人更深度的生活體驗。

美妝速報

美妝是門好生意，但如何掌握先機、押對寶，這些新知美妝迷不能不知道！



精品美妝是門好生意／

相對於一個包隨便就要價超過 10 萬的超高門檻，萬元內有找的美妝品顯得更好入手！繼 Hermès、Prada、Celine 等品牌相繼進軍美妝市場後，近日，法國百年老牌 Louis Vuitton，也宣布攜手當代最具影響力的國際彩妝大師 Pat McGrath 推出美妝系列。當美妝這門好生意，全球企業搶分一杯羹，如何聰明出招，則考驗品牌的經商智慧。



「香水」還是老的好／

一款受歡迎且雋永的香水該具備什麼條件？是因應市場需求的穿香特性，還是跳脫常理的創新設計呢？答案很簡單，在於一顆不服老的創意野心！香奈兒 N°5 香水暢銷全球 104 年，至今仍持續以嶄新的表現手法重溫經典，橫跨電影、服裝配飾讓這抹好味道傳承一世紀；而嬌蘭也不惶多讓，每隔三至五年借助藝術、微電影形式重繪百年作品一千零一夜淡香精香氣記憶，為經典再創新價值。



MIT 品牌不輸國際／

這幾年台灣美妝品牌野心勃勃，不只在天然成分、包裝設計上擁有國際格局，就連門市規劃、品牌空間的都相當亮眼！好比說阿原、綠藤生機活用台灣山林特色、綠植資源優勢，將森林意象搬進城市；提提研則攜手知名建築師朱志康為高雄面膜工廠「Jolab 佐研院」賦予新生命，融合永續巧思、簡約美學成就工業區最美風景。



N°

考試不喜歡看分數，
但美妝相關的數據數字，愛美的妳，
能放著不了解嗎？！

編輯 | Maureen Wu 圖片提供 | 各品牌

自香奈兒女士 13 歲受法國知名小說《茶花女》觸動後，山茶花便成為品牌重要的創作符碼。啟發於山茶花的色彩與柔軟意象，彩妝創意夥伴 Cécile Paravina 今年特以運用粉色、紫色調重現，為彩妝系列賦予新生命。花瓣輪廓與光澤質地相襯，這款眼影盤處處是細節感。
山茶花四色眼影 #387 花漾 限量 · Chanel · NT\$2,780。

13

乘載 15 年長壽科學研究經驗，以醫美成分「PDRN」為創作啟發，萃取自玫瑰花中的永生能量，為經典玫瑰霜全面升級。更細緻、輕盈的質地中包裹著永生修護極萃分子與高修復配方，能有效應對老化跡象，提升臉部澎度、彈性、提拉緊實度。
絕對完美永生玫瑰逆齡乳霜 · Lancôme · NT\$14,600。



15



突破傳統粉底，於氣墊粉體中添加玻尿酸精華，強化上妝保濕力，並延長超過 48 小時的舒適度。外加上經典花植純淨配方的溫和、舒緩效能與高遮瑕，為臉蛋帶來剛保養完般的健康光澤。
超完美晶透光氣墊 粉色藤格紋 限量 · Dior · NT\$3,000 (蕊 + 殼)。

48



首款頂級唇膏系列正式進軍台灣，以獨家「長壽基因」抗老成分為核心，同時兼具高飽和色澤與卓越的保濕持久力。此外，唇膏殼身設計靈感源自水晶，每支皆經過 120 小時精雕細琢，展現如珠寶般的細膩質感。
白金級鑽光工藝精萃唇膏 · Estée Lauder · NT\$3,300。

120

暢銷全亞洲的煥亮精華今年也以「溫和」為目標，將成分全面升級。延續 PITERA™ 超過 50 種微量營養素的調理、修護效能，搭載菸鹼醯胺與日本雪蓮萃取等多項植物性亮白因子，不僅能達到改善暗沉、蠟黃，更能舒緩泛紅敏感。
光蘊恆璨煥亮精華 · SK-II · NT\$10,590。

50

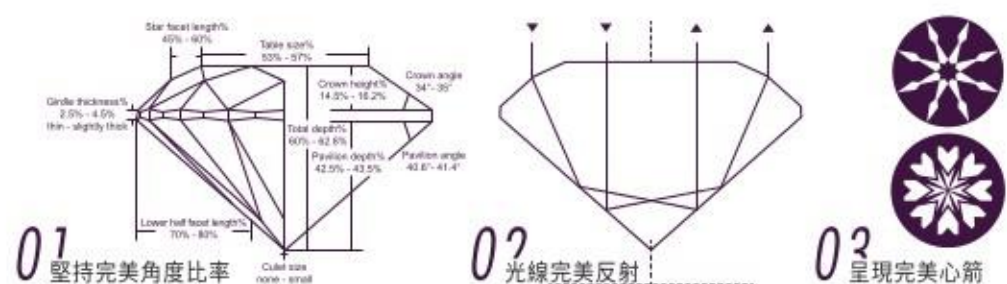




愛你 就是給你最好的
 世上最炫最亮 京華 SID 頂級車工鑽石
 SUPER IDEAL DIAMOND



京華 SID 頂級車工鑽石三要素



艾菲爾戀曲系列 [RNCSZ299A]



艾菲爾戀曲系列 [RNCDZ298A]

最高享24期零利率 優惠中

榮獲ISO 9001品保認證 全國27家直營門市連鎖服務 免費服務電話 0800-091-789

五大書面保證 買貴退錢 | 現金退回 | 雙重保證 | 免費保新 | 以小換大

F L O W

捲髮造型很費工費時嗎？或許偶爾捨棄造型工具，更能尋獲髮絲最自然的律動感。

編輯 | Maureen Wu 圖片提供 | Michael Kors Collection

從起床開始計時，每次出門前你花多久時間打理髮型呢？若你剛好不擅長造型，亦或者是個懶女人，「手抓捲髮」是個絕佳的入門選項！延續法式風尚的慵懶步調，同時融入千禧世代對於造型低維護性的需求，相較於過去強調立體感的波浪大捲，如今自然、柔軟且兼具健康光澤的手抓捲更受市場關注。尤其，從 Michael Kors 2025 秋冬系列這組照片中更能觀察到，model 不再講求髮型的對稱性，反而運用自然捲的天生優勢，搭配揉捏與手繞吹整技巧，創造出簡單、隨興的捲髮曲線，展現毫無修飾卻不失層次感的灑脫風格。





低敏養膚美學

現代人仰賴醫美療程尋求提升自信的新解答，但若術後未能正確地護理肌膚，會導致皮膚變得脆弱不穩定。到底醫美術後保養該留意什麼？「敏感危機」又該怎麼呵護？皮膚科專家詹育彰醫師解惑四大保養觀念。

編輯 | Maureen Wu 插畫 | Naomi Chang

1/ 日常保養與醫美術後保養主要差異為何？

不同於日常養膚觀念，醫美療程後的肌膚護理更應格外謹慎。詹育彰醫師分析：「日常保養主要著重於清潔、保濕和防曬，目的是防止皮膚受到日常傷害；而醫美術後的保養則更強調修復，尤其是針對治療過程中對皮膚造成的破壞，應立即幫助皮膚恢復並減少修復時間及副作用，比如：雷射反黑現象。醫美後適度加強修復跟一般的防護概念不同：前者為預防受傷；後者則為修復受損、加速新生——這是兩者主要差別。」

修復乳霜 / 1. 超級 28 膠原修復霜 · Bioderma · NT\$980 · 2. 冰河舒敏修護霜 · Kiehl's · NT\$1,600 · 3. B5+ 全面修復霜 · La Roche-Posay · NT\$890 ·

2/ 術後保養品挑選要小心！

尤其正值換季時節，肌膚時常存在著隱性敏感問題，這時若加上醫美療程的刺激，更會為肌膚帶來多重刺激。因此，術後保養品的挑選必須特別特別留心。詹育彰醫師補充：「每個人都有可能存在輕微至嚴重不等的敏感狀況。因此，在任何醫美計畫後，嘗試修護保養品之前，應先在敏感部位試用一小塊區域，觀察幾分鐘是否會出現紅腫、刺癢等不適反應，確認產品適合性、安全性後再大面積使用。」

舒緩精華 / 4. 特潤超導舒敏奇肌安瓶 · Estée Lauder · NT\$3,300 · 5. 植物舒緩修復精華乳 · Sisley · NT\$6,600 · 6. 全效舒緩精華液 · Darphin · NT\$4,100 ·



3/ 選對成分預防肌膚二度刺激！

不只在使用保養品前應具備正確的護膚觀念，醫美術後由於肌膚較脆弱，保養品「成分」的篩選也應加倍細心。詹育彰醫師提醒：「避免二度刺激的關鍵是檢視保養品成分，尤其是防腐劑、乳化劑等可能引起刺激的『賦形劑』皆需避開。對於有開放性傷口的情況，首要任務是保護傷口防止感染，前三天使用醫師囑咐的藥膏、不碰水，結痂癒合後則可逐漸提高保養力度，使用高機能成分加強修復速度；7至1個月之內可加強使用高機能成分，待表皮層基本恢復正常（約28天代謝週期）後，方可恢復正常日常保養。」

高效修復 / 7. 極緻抗老修護雙精華，Dr. Barbara Sturm • NT\$15,000 • 8. 黑繡帶修護乳霜，Helena Rubinstein • NT\$16,500 • 9. 超濃萃特效修復精華，La Mer • NT\$22,800 •

4/ 術後清潔比上妝更應小心

醫美術後的肌膚呵護不僅得小心翼翼，保養流程更需精準掌控。尤其術後上妝隱藏著許多刺激性隱憂需當心！詹育彰醫師強調：「彩妝品、卸妝品使用不當也可能對皮膚造成傷害，如：不正確卸妝可能會導致皮膚破損、結痂脫落導致感染，肌膚刺激情況更勝於上妝。」

溫和清潔 / 10. 瑪魯拉保濕洗卸潔顏乳，Drunk Elephant • NT\$1,250 • 11. 奶霜潔顏半熟皂，Osaji • NT\$700 • 12. 極淨舒緩潔顏慕斯，Dior • NT\$1,850 •





定格美顏

把握好氣色的賞味期，延長光澤的持久度；完美妝容的必要條件一定妝功夫得紮穩。

- 01. 超完美持久定妝噴霧，Dior，NT\$1,950。
- 02. 裸光超持久亮顏定妝噴霧，Nars，NT\$1,300。
- 03. 恆久完美持久柔霧蜜粉 #04，YSL，NT\$2,950。
- 04. 無極限幻光蜜粉餅 冰透藍，Shu Uemura，NT\$2,300。
- 05. 時尚高訂濾鏡妝前乳，Tom Ford，NT\$3,550。
- 06. 零粉感超持久柔焦蜜粉餅，Lancôme，NT\$2,000。
- 07. 24K 純金光透絲絨蜜粉，Guerlain，NT\$3,400。
- 08. 輕盈完美蜜粉，Chanel，NT\$2,350。
- 09. HD Skin 粉無痕光圈蜜粉餅 0.2，NT\$1,500。
- 10. 晶采輕霧定妝蜜粉餅，Suqqu，NT\$3,200。
- 11. 粉持久毛孔隱形柔焦妝前乳，Estée Lauder，NT\$2,500。
- 12. 超持妝絲絨控油蜜粉餅，Giorgio Armani，NT\$2,800。
- 13. FIX+ 超持全能定妝噴霧，M.A.C，NT\$1,150。

拯救熬夜肌

工作、生活步調匆忙，
睡眠時間減少同時也為氣色增添了不少疲態。
想要補足臉蛋流失的元氣，日常養膚清單更得講究。

01. 1號紅色山茶花活能亮眼萃，Chanel • NT\$3,400。
02. 白金級黑鑽松露逆時眼霜，Estée Lauder • NT\$6,800。
03. 皇家蜂王乳雙導眼部精華，Guerlain • NT\$5,500。
04. 光萃肌活露，L'Occitane • NT\$2,800。
05. 金盞花 B5 保濕乳液，Kiehl's • NT\$2,100。
06. 香芹籽潔面露，Aēsop • NT\$1,950。
07. 晚安多酸調理精華，Drunk Elephant • NT\$3,000。
08. 金緻奢華賦活眼霜，YSL • NT\$7,700。
09. 黃金雙萃精華，Clarins • NT\$3,050。
10. 極緻純金賦活精萃露，Chantecaille • NT\$7,100。
11. 日夜全能修護藍精華，Ipsa • NT\$3,600。
12. 逆時活氧膠原霜，Dior • NT\$4,300。

編輯 | Maureen Wu 圖片提供 | 各品牌



觀星 · 站

撰文 | 小孟老師 編輯 | Clark Tsao 圖片提供 | 偉特塔羅牌 (偉特)

抽到「權杖五正位」加上受到群星效應，土星、金星、水星、海王星，這幾個介於雙魚、牡羊之間，關於社會弱勢議題，容易被放大討論，不管是小孩老人或性別議題都需要被看到，如果這些事發生在自己的身上，要勇敢說出來，會得到關注與幫助，若默默吞下去，反而會造成內耗，對你是不好的。四月的火星依然在巨蟹座，對於個人的情況來說，容易會遇到家庭或情緒方面的影響，所以在與家人相處的情緒上一定要多注意，不要因為一時衝動吵架，或對家人說出一些不好聽的話，以免傷了感情。另外，因為金星水星逆行，容易遇到舊議題重複發生，如果沒有處理好，這次要好好面對，不過這陣子也適合多跟舊朋友聚會，會有新的火花跟啟發。



3.21-4.20 牡羊座

教皇牌逆位

工作方面 牡羊座這個月海王星會進入你的命宮，會讓你開始對很多事情都有迷惘的感覺，對於現在這份工作會有種，不知未來該如何的感覺，你需要開始接觸一些新的事物、學習一些新技，這樣對你日後的職場才會更有幫助。

愛情方面 有情人者，你們最近相處上容易為了金錢、價值觀的問題有糾紛，你們需要好好的溝通討論，才能在這方面有好的共識，這樣對感情才会有幫助，單身的朋友，在這個月則很容易錯過身邊對你有好感的人，需要好好的觀察，才能發現是哪些人在對你放電。

財運方面 你們會有衝動花費的現象，需要多控制預算才行。

工作運勢：★★ 愛情運勢：★★★★

幸運色：淺灰 貴人：射手座 小人：天蠍座



4.21-5.21 金牛座

聖杯七正位

工作方面 金牛座最近在工作上容易碰到計劃趕不上變化的事，會讓你有點措手不及，但你不要太過緊張，只要以不變應萬變的態度，事情都能處理得好，也許上司會對你比較嚴格，但只需要多點耐心應對即可。

愛情方面 與另一半相處，會得到很多不同的見解，你們需要多溝通才能達成一定的共識，也許對方會有很多跟你不一樣的想法，但這些都很值得討論。單身的朋友們在這個月適合多參加一些不同的活動，會從中找到理想的伴侶，進而發展成一段姻緣，千萬不要只在家當宅女、宅男，這樣會錯過認識桃花的機會。

財運方面 你們很有自己的投資想法，要維持好紀律才能有好的成績。

工作運勢：★★★★ 愛情運勢：★★

幸運色：乳白 貴人：魔羯座 小人：獅子座



5.22-6.21 雙子座

戰車牌正位

工作方面 這個月雙子座依然受到木星在命宮的幸運加持，你們做什麼都很容易被放大檢視，但也因為如此，你們有好的表現也會受到好的讚美，所以這個月份可以多展現你的能力，讓大家多了解你的優點。

愛情方面 有情人者需要多點耐心與對方相處，你總是急急忙忙地想完成自己的事，卻忽略另一半的心情，建議適時了解對方，並在需要時展現貼心的一面，能讓情感更加溫。單身的朋友們這個月很受大家喜愛，桃花會不間斷，但也因此會讓喜歡你的人，更加搞不清楚你的心意，如果你也有好感，請好好的回應對方。

財運方面 你們容易因情緒起伏勿下判斷，在花錢之前要做好理財規劃才是。

工作運勢：★★★★★ 愛情運勢：★★★★★

幸運色：咖啡 貴人：巨蟹座 小人：雙子座



6.22-7.23 巨蟹座

聖杯八正位

工作方面 巨蟹座這個月在工作上容易受到火星的影響，行動力非常的強，適合多發展一些想做的計劃，但也因為火星的關係，你的脾氣也比較暴躁，所以在跟人合作上，要多注意情緒問題，不要影響同事的狀況。

愛情方面 另一半最近跟你相處，都容易有憤怒的情況，也許是因為火星的關係讓你特別躁動，因此如果有心事也請多與另一半分享，不要悶在心裡，不然旁人不知道如何能幫你。單身的朋友，這個月很容易被過去的情感給影響，因此為了好好迎接新的情感，需要多出去走動認識新朋友，才会有新的花朵來。

財運方面 最近適合多研究投資的相關訊息，可以找到好的標的物投資，避免高風險。

工作運勢：★★★ 愛情運勢：★★

幸運色：紅色 貴人：牡羊座 小人：射手

7.24-8.23 獅子座

命運之輪逆位

工作方面 獅子座這個月在工作上會覺得特別的忙碌，需要好好分配你的工作時間才會更有效率，另外，需要幫忙的時候，一定要願意說出來，這樣才會吸引救星來協助你，千萬不要什麼都一個人扛，這樣會讓自己的身心過勞，賠了夫人又折兵很不划算。

愛情方面 與情人的相處要多注意彼此的生活習慣，若是有一些不好的情況，一定要立刻做調整，不然另一半會開始嫌棄，當然你對對方也是這樣的。單身的朋友們這個月很適合認識新朋友，說不定會有不同的火花與情感可發展。

財運方面 有衝動消費的情況，要注意買的是否實用，再做打算。

工作運勢：★★★ 愛情運勢：★★★

幸運色：桃紅 貴人：處女座 小人：天秤座



8.24-9.23 處女座

寶劍皇后逆位

工作方面 這個月在工作上的挑戰大多是與同事的合作，你容易碰到格格不入的人，所以溝通起來會特別的辛苦，但也因為如此，需要多點耐心才能完成與他人合作的事項，千萬不要半途而廢，若有需要幫忙也一定要說出來請求協助。

愛情方面 與另一半相處容易有衝突，對很多事情都有意見，要用平靜的心來溝通，不要一味批評，容易傷感情。單身的，對於要交往的人條件是很嚴苛的，但也因為如此，很多人你都看不上眼，反而錯過一些發展的機會，建議設立的條件可以適時做些調整。

財運方面 你們很有自己的理財與想法，可繼續維持紀律。

工作運勢：★★★ 愛情運勢：★★★

幸運色：淺綠 貴人：金牛座 小人：雙魚座



9.24-10.23 天秤座

力量牌正位

工作方面 這個月份在工作上，容易碰到同事的合作狀況，並不是因為你的能力不行，反而是因為你的能力太強，也因為如此他們都需要你的協助幫忙，不過在幫別人之前一定要先完成自己的工作，再去協助他人，不然容易兩邊不討好，最後工作都沒完成。

愛情方面 與情人相處聚少離多，彼此工作都太忙碌，沒辦法好好陪伴彼此，但對另一半還是要多關心，不要因為交往久了、習慣了，就少了關心。單身的你們則是大家眼中的黃金單身漢，十分受到歡迎，但也因此如此，想跟你發展的人有點多，建議要好好慎選。

財運方面 想快速理財增加財富，但不要太著急，要慢慢佈局才是。

工作運勢：★★★★ 愛情運勢：★★★★

幸運色：水藍 貴人：射手座 小人星座：巨蟹座



10.24-11.22 天蠍座

權杖七正位

工作方面 容易碰到豬隊友，雖然很辛苦，但是大多是可以應付的，千萬不要因為這些人，而影響工作的心情。另外可多安排進修學習的活動，會讓你在工作上更有自信的展現自己，遇到厲害的前輩，也一定要願意請教溝通，這樣才能學到該學的東西。

愛情方面 你們在相處上會需要多點空間，這樣感情才會比較穩定，如果天天見面反而容易爭吵，有點距離是好的。單身的朋友們則需要多點交朋友的機會，才有機會脫單，不然一直當快樂的宅男、宅女，活在自己的世界也會看不到別人。

財運方面 對於投資有自己的想法，但也要多聽不同的專業資訊。

工作運勢：★★★ 愛情運勢：★★★

幸運色：淺紫 貴人：天秤座 小人：魔羯座



11.23-12.22 射手座

戀人牌正位

工作方面 在工作上容易受到同事上司的幫忙，他們都會是你的貴人，所以有需要的時候，一定要說出來，不要自己辛苦的承擔，有時大家一起幫忙做事才會更有效率。另外，想變動工作的人，可以透過朋友或獵人頭的介紹，會有不錯的機會可多把握。

愛情方面 這個月與另一半在相處上感情甜蜜蜜，可多製造一些浪漫的回憶，會讓感情更升溫。單身的朋友們這個月會很想談戀愛，但也因為如此會有種不挑的感覺，這樣遇到的對象會比較複雜，還是建議可多點相處與判斷，再往下發展感情。

財運方面 對朋友很大方，但在花費上，還是要控制一下預算才是。

工作運勢：★★★★ 愛情運勢：★★★★

幸運色：橘色 貴人：金牛座 小人：獅子座



12.23-1.20 魔羯座

惡魔牌正位

工作方面 在工作上會是同事們的救星，但也因為如此容易耽擱自己的工作進度，還是要把自己的本分做好，再去協助他人。想變動工作的朋友們，一定要為自己爭取好的薪資，不要因為人情而去，萬一沒談好過去新公司對方沒履行承諾，反而是你的損失。

愛情方面 你們在相處上容易會有小摩擦，但好好聽明白對方的心裡話，其實能用同理心拉近彼此距離。單身的朋友們則需要透過朋友的牽線，來認識新桃花，不然原本的個性太內向，容易錯過發展的機會，這樣得不償失。

財運方面 會有朋友想給你一些理財的建議，但你還是要保守應對才行。

工作運勢：★★★ 愛情運勢：★★★

幸運色：黃色 貴人：水瓶座 小人：牡羊座



1.21-2.19 水瓶座

寶劍 ace 逆位

工作方面 這個月對水瓶座來說，冥王星進入你的命宮，開始會有一些顛覆以往的事情發生，也許剛開始會有些不習慣，但是慢慢去習慣，冥王星釋放的能量會影響你好幾年。另外你在工作中，做任何事都要好好為自己爭取，才能獲得一些好的機會。

愛情方面 另一半跟你相處時，會覺得有點壓力，因為你開始有控制慾，但兩人需要多給彼此一些空間，感情才會比較健康。單身的朋友們會過度迷戀某種特質的人，但也因為如此，你們會錯過一些適合你的人選，你還是要好好的評估可以往下發展的對象。

財運方面 對錢會比較焦慮，只要有好的存錢與理財習慣，反而會對你越來越好。

工作運勢：★★ 愛情運勢：★★

幸運色：粉紅色 貴人：獅子座 小人：雙魚座



2.20-3.20 雙魚座

錢幣四正位

工作方面 現在還是很容易受到土星的影响，加上金星、水星、海王都陸陸續續的在你的命宮影響著你，所以會覺得有很多事情同時發生讓你招架不住，但也不要太過擔心，這個時間點也許是你發揮能力的好時機，只要好好做事就有機會被欣賞。

愛情方面 有情人者，最近情緒比較多，對方容易覺得你是不是因為不喜歡他，但有可能只是生活不如意，發洩在對方身上，所以還是要好好溝通。單身的在這個月很容易跟人有曖昧，但這樣的關係不持久，所以如果有欣賞的人，還是要早點確認關係比較好。

財運方面 容易亂花費，在控制預算上先學會存錢比較重要。

工作運勢：★★★★★ 愛情運勢：★★★★★

幸運色：淡紫色 貴人：處女座 小人：水瓶座



小孟老師

小孟老師為清水孟創辦，是台灣著名星座塔羅專家，兩岸三地報章、雜誌、網站之專欄作家，綜藝節目常客，為中、港、台、韓知名藝人的御用占卜師。





Style Reading

/2025 時髦閱讀套餐

Bella

- NEWS
- FASHION
- ACCESSORIES
- BEAUTY
- LIFESTYLE
- B-TV

HOME

SEARCH





X

6期



6期雜誌 + 保濕養膚好禮
獨家優惠價 **NT\$999** (最高市價:NT\$2,428)

● **Schwanen Garten 舒凡儂花園™ 抗氧賦活保濕面霜 50ml**
(市價 NTS 1,420 元，添加濟州積雪草萃取，修復受損肌膚，並生成皮膚屏障的賽洛美，改善粗大毛孔、改善膚色不均的菸鹼醞胺成分，適合白天或較悶熱的天以及適合混合肌、油性肌膚質。)



Franz-PC



Cestino

X

12期



12期雜誌 + 有機美體好禮
獨家優惠價 **NT\$1,999** (最高市價:NT\$5,106)

● **超效保濕水潤臉頰部課程體驗券乙張 (60分鐘)**
(市價 NTS1,800 元，特別為東方女性嬌嫩膚質量身打造，結合獨家水潤育膚術與 γ -PGA 高效保濕科技，層層導入精華與修護面膜，從根源強化肌膚鎖水力，恢復肌膚健康機能，讓水分深層滲透並緊緊鎖住，喚醒肌膚明亮、柔嫩與彈潤感。給媽媽，也給自己，一份真正感受得到的寵愛。)

● **東森自然美迷迭香精油**
(市價 NTS1,290 元，滴滴精純的迷迭香精油，散發高貴獨特的草本香氣，將淨化空間，打造出放鬆的氛圍，隨時提振精神，保持最佳狀態。)



Desktop

X

24期



24期雜誌 + 有機美體好禮
獨家優惠價 **NT\$2,999** (最高市價:NT\$12,512)

● **Rodial「鎖時O2精華」30ml**
(市價 NTS3,500 元，英國頂級高效機能美妝品牌，皇室、名流、名媛、超模最愛，珍貴「Syn-Ake 高效類蛇毒胜肽」撫平動態紋路有助肌膚線條緊緻拉提，「Fiflow BTX」活氧傳輸技術，瞬間飽滿彈潤，激活澎潤原生美肌。)

● **Somei「全能舒緩保濕修護霜」50ml**
(市價 NTS1,980 元，專為敏感肌、泛紅酒糟肌設計，結合 7 大天然保濕、舒緩、抗發炎成分，與 4 大創新科技，深度長效保濕，質地輕盈好吸收，適用於所有肌膚，維持整日的穩膚水潤。)

● **PHILIPS 沙龍級護髮水潤負離子專業吹風機**
(市價 NTS 3,000 元，荷蘭工藝專業級沙龍使用，AI 智慧溫控高效保濕負離子，強力修護毛鱗片，絲滑閃亮的秀髮光環。)



Internet Explorer

本月限定！

4月獨家限定驚喜加贈禮



凡於 2025 年 04 月 01 日至 04 月 30 日，訂閱 12 期雜誌或 24 期雜誌，立即享受限定驚喜加贈禮

● **LE BORN 旅程體驗組一組。**
(市價 NTS1,280 元，內含海鹽頭皮淨化霜 80ml × 1、淨化洗髮露 40ml × 1、保濕潤髮乳 40ml × 1、賦活重建精華 40ml × 1、LE BORN 旅行隨身袋 × 1)

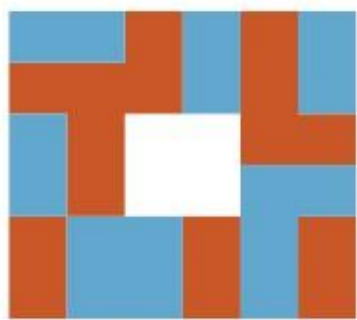
● 每項專案禮品之數量有限，送完為止。
● 本優惠訂閱方案適用於 2025 年 03 月 30 日止。
● 2025 全新訂戶禮，數量亦有限，若欲訂戶禮請速。
● 以上優惠無法同時享受其他訂戶禮之優惠。

Have *Some Fun*



「奢華」一詞早已不在侷限於服裝或配件，而成為一種生活方式的延伸。善於把玩創意的 Hermès 推出這款桌上足球桌，將其標誌性的馬術元素融入柔和粉彩拼接設計，細緻雕刻的球員與皮革包覆握把的工藝，就算當作藝術展品也合理！

撰文 | Yee Chuang 影像處理 | Honey B.



台北 當代

TAIPEI DANGDAI Art & Ideas

9 - 11 MAY 2025
TAIPEI NANGANG
EXHIBITION CENTER
台北南港展覽館

PRESENTED BY



Buy Tickets
Now

TAIPEIDANGDAI.COM

Official Partners
官方夥伴



GAGGENAU

CINDY CHAO

GUCCI

CASETiFY

koshi
café
TAIPEI



Official Hotel Partner
官方酒店夥伴

Brought to you by





CLASH
DE
Cartier

