



备受期待的上海时装周，再次点燃了上海的潮流氛围，每个城市转角都绽放出令人惊喜的创意与可能。2025春夏上海时装周以“识见新生态”为主题，通过新合作伙伴的加入、新地标的亮相、新项目的呈现、新模式的涌现，带来了创意升级、体验升级和产业升级的无限可能，持续引领着时尚产业的新风尚。无论是时尚爱好者还是行业先锋，都能在这片舞台上找到属于自己的灵感时刻，感受到时尚与城市生活的全新对话。



## 2025 春夏上海时装周重磅开秀

# 时尚升级：新生态、新灵感和新对话

文 / 西恩

### 创意 +

#### 中外品牌串联时装新风貌

上海时装周期间，众多中国设计师携手具有影响力的国际重量级品牌，带来多场“全球首秀”“创意联乘”“中国文化”为关键词的时装秀，共同推动全球时尚产业的交流合作，成为新一季的热点话题。

作为中国时尚界的领军人物，吕燕携其品牌 COMME MOI 担纲开幕首秀；新天地秀场的闭幕大秀则

由英国著名时尚设计师品牌 Vivienne Westwood 呈现。此外，STAFFONLY、XIAOLI 筱李、JUDYHUA、Short Sentence、DAMOWANG、PANTTERLY、荷木 HEMU、TUYUE 涂月等代表中国设计品牌在新天地“红庭”“兰厅”大放异彩，YA YI、HANQING DING、JE CAI 等新兴独立设计师也引发了业界的特别关注。

#### 开幕大秀 | COMME MOI 如梦亦如电

如梦亦如电，如风亦如雾。乘着暗香浮动，迎来衣香鬓影。COMME MOI 与梅赛德斯-奔驰共同呈现了2024秋冬大秀，也正式拉开了本季上海时装周的帷幕。音乐人刘敏受邀创作时装秀的主题音乐，伴随律动节奏，COMME MOI 女郎们迈着自信且轻盈的步伐缓缓走来。

COMME MOI 本季以衍变的光影形迹为灵感，引用美国当代艺术家 James Turrell 艺术实践中的细节，通过色彩的渐次衍变和彼此浸润，为女性准备好了夜舞的华服。白色浸润深红，如缪斯女郎跌落的调色盘；棕色与黑色

向着白徐徐演变，模拟了艺术家在罗登陨石坑项目中所呈现的光影变幻。飘酒的流苏则是整个系列中贯穿始终的词汇：流苏修饰裙摆，修饰颈项、肩部与下摆，亦点缀白色的披风，好像停落的蝴蝶；银色的金属饰珠点缀，一如瀑布般的黑色流苏，好似星光洒落；略微厚重的管状流苏，则演绎白至棕色的飘逸过渡，印证着潇洒的步伐。

这一季的 COMME MOI 以其利落线条设计和优雅大气的风姿，呈现出女性的优雅与力量，令浪漫的氛围萦绕不散。

#### AI 加持 | GOLDLION 3388 “生命之花”

金利来集团旗下时装与生活方式品牌 GOLDLION 3388 的 2025 春夏系列，展现了全新中式风尚。本季以“生命之花”为灵感，将古老的几何符号融入抽象的东方语境，结合“园林”“竹子”“海浪”“棉花”等多种自然元素，以 AI 作画笔，打造出一个跨越时间与空间的独特时装系列，致敬自然、生命与宇宙的和谐美。

整个系列以时间轴为线索不断蔓延。从农历新年出发，以“蛇花园林”图案开启新春时节，展现生生不息的独特魅力，重工刺绣融入立领皮衣设计，园林花卉尽显中式优雅之美；手绘涂层结合毛织图案，营造丰富层次感，传递吉祥喜庆之意。在随后的“竹花挥舞”的春日篇章中，竹林印花赋予了硬挺牛仔面料独特设计质感，缎面衬衣搭配褶皱与不对称门襟设计则为春日增添清新与个性，隐于青翠竹林中的美景又展现了磅礴生机与独一无二的中式美学。接着，“浪花晶海”开启夏季，典雅暗纹融入古朴香云纱，传统钉珠印花仿制海底植物的生长形态，撞色提花描绘“生命之花”图案。此外，由 AI 联合创作的图形“延绵生花”，通过渐变晕染的印花呈现，结合舒适柔软的面料，唤起人类与自然和谐共处的思考。



#### 轻户外穿搭 | 茉寻 MOUTION “HELIOS HAVEN”

中国领先时髦轻户外品牌茉寻 MOUTION 再度亮相上海时装周，带来 2024 秋冬系列，结合当下生活方式，以未来科技美学为灵感，旨在探讨自我与周围的互动关系，追求自然而然的生活状态和多场景穿搭的适用性。

本季秋冬系列的主题为“赫利罗斯乐园”（HELIOS HAVEN），时髦轻户外风格结合硬核科技和功能性的设计美学，为每位时髦穿着者打造了全新“人设”，无论你是 I 人、淡人、松弛感、老钱风、cleanfit，都可以寻找到属于自己的穿搭方式。秀场上的另外一个惊喜，则来自茉寻 MOUTION 为中国国家帆船帆板队出征今年巴黎奥运所定制的装备系列。作为中国帆船帆板运动协会官方合作伙伴，茉寻 MOUTION 采用了独家 cooling-fresh 冰钛科技，以专业防晒科技，为运动员们提供防护，并创造出运动与时髦轻户外的全新思路。

除了最新一季的服饰之外，女团成员欧阳娣娣、演员李菲儿，男团成员张镐濂均现身秀场。



### 体验 +

#### 全城联动点燃时尚氛围

随着消费者自我认知的觉醒，消费需求呈现品质化、多元化趋势，上海时装周本季继续以时尚周末为特色载体，通过一系列“新、奇、特”场景体验式活动，联动上海各大商圈、各个时尚地标，进一步激发消费潜能和市场需求。

本季时尚周末通过打造挖掘“内容社区”“零售场景”“新客试验田”等进一步提升时尚生活内容，吸引大众的关注。H&M 也首次以限时商店形式亮相兴业太古汇，推出与上海时装周及 GARÇON BY GARÇON 三方联名系列的线下发售。

快闪空间承载了 GARÇON BY GARÇON 以“Le Soleil 太阳”这一自然万物之源为创意的精髓，汲取阳光的纯粹与温暖，主体空间以简洁的纯色立面与温润

的木质结构交织叠配，呈现日光和煦的艺术场域。整个系列涵盖女装、男装、男女同款以及各类配饰，通过设计师标志性的印花图腾和对自然色彩的独到运用，以独特的设计语言和精湛的工艺，诠释对东西方美学的深入探索与对现代审美的融合。

快闪空间开放期间，音乐人张颜齐、演员胡连馨和演员吴汉坤身着本次联名系列亲临现场，与一众时尚先锋共同感受东西方美学的碰撞绵延，消费者也可于现场试穿并选购联名系列限量产品。

此外，上海新天地则以“生活时装秀”为主题开启秋冬风尚季活动，在新天地时尚二期举行“即看即买秀 3.0”，将游览、体验、购买集于一体，进一步促进线下实体的商业转化。



### 产业 +

#### 专业论坛畅想行业未来

除了精彩纷呈的时装发布会之外，上海时装周也成了产业生态共建者积极参与的舞台。

作为上海时装周订货季核心载体，MODE 上海服装服饰展本季于南丰集团旗下全新商业地标“艺丰中心”举办，吸引了来自法国、英国、美国、德国、意大利等多个国家的优质品牌参展，特别是来自韩国及东南亚地区的新兴品牌，凭借其独特设计和市场敏锐度，积极探索中国市场，成为本季展会中一大亮点。

与此同时，多场专业论坛也在上海时装周期间轮番举办，众多业内人士纷纷畅想行业未来。享誉全球的旗舰百货 Harrods 哈罗德携其 THE HARRODS HIVE 哈罗德“蜂”会项目，于上海时装周期间展开主题研讨会。自 2021 年创立以来，哈罗德“蜂”会致力于支持设计、创意和创业领域的新兴人才，提供与行业精英之间的沟通平台及丰富的创意资源。今年，哈罗德“蜂”会将目光再次聚焦于本地的青年创意人才和全球行业精英，探索如何在当下奢侈品及零售行业中创造“出圈”品牌体验，同时精准把握文化、新兴趋势及商业共赢之间的微妙平衡。

在 Fotografiska 影像艺术中心，哈罗德“蜂”会以“Differentiators 差异者和 Disruptive Experiences 颠覆性

体验”为话题，分别围绕“打破传统”“奢侈品的转型：Z 世代对行业的颠覆”和“重塑零售空间”三个不同主题，展开精彩对话。同期举办的年轻设计师导师见面会，同样旨在助力青年人才交流发展，共同开创创意产业的美好未来。

此外，M SPACE 共创聚谈聚焦商业可持续发展，开场论坛将邀请知名时尚品牌、设计师、行业协会、行业推手和观察家，探索时尚创意生态和可持续发展之路；yehyehyeh 创新社则举办“善议论坛：探索前沿”，邀请全球各地专家、学者和时尚行业领导者，共同探讨如何在气候危机和资源紧缺背景下，重新审视时尚行业增长路径。

