

抢占街头 C 位的潮人 是否真正了解“潮”文化？

搜狗百科里,潮牌是这样定义的:多指一些原创品牌有自己的设计,张扬设计师的独特思想品格、风格和生活态度,整体商品感觉被人认可为潮品的品牌。



品牌延伸

国潮有着传统古风文化色彩,包含暗黑风格的熙游记,面向 80 后街头游击文化的 HI PANDA,强调个人内心归属感的 CRZ, 换个角度认识世界的 CRO-QUIS。

日潮中包括秉承原宿文化最本质特点的 WTAPS;名称来源于电影《人猿星球》的 Bape; 向来以玩限量见称的 GoodEnough?; 结合滑板、美潮有结合 Hip-hop 等文化街头风 Superme; 原创极限运动品牌 vans; 拥有新时代,新穿衣生活态度两种含义的 X-Large。

走在勒泰或者是新开业的万象城,不少的年轻人穿着都很起范,在人群中自带抢 C 功能。一方面现在电视剧的影响,另一方面 80、90 后这个群体对穿着讲究不不仅仅要求得体,更深层次要的是一种“生活方式”。

随着这个群体消费能力的提升,潮牌也渐渐的被更多的人知道,走进大众视野。当然穿着潮牌的人,只是人群中的一部分,面对潮牌款式的小众性和价格上的“优势”,若不是真正喜欢,大部分人会望而却步。

潮牌不是起源于日本,却在日本开始盛行,虽然现在潮牌不拘于日本和美国,但是在某个阶段日本的原宿风是一种潮的指向标,偏街头风的美潮也颇受年轻人喜欢。而现在,随着国潮的崛起,极具中国传统文化元素开始融进了国潮品牌的设计里,这让大多数追潮的国人,开始有了归属感。

最让人意想不到的马克华菲都开始有了潮牌的概念。在加上轻奢品牌在设计上开始偏年轻化,让更多的潮人有了更多选择。

玩潮,是一种生活态度

说道潮牌,“潮人”这个概念词不得不提一下。大部分人印象中的“潮人”,穿着夸张、怪异,耳朵上挂着硕大的金属耳钉,头发非黄即彩,走起路来一只脚还得晃一晃。这是非主流,不是潮人。

潮人,有自己的穿衣品味。是不刻意追求潮流的人,却在引领潮流的人。

真正玩潮的人,是对品牌背后的文化和倡导生活态度的一种认可。在不断接触潮品牌的过程与积累中,形成了自己的风格与品牌的认知度。其中也包括盲目跟风与攀比的现象。

年轻人更多追求的是一种多元化的生活态度,一种不被束缚的感觉,听起来很抽象,潮牌设计背后的理念却很契合这种态度与感觉。换个角度来看,规规矩矩的上班下班就已经够心累了,西装里的潮牌 logo,所表现的是一颗不安于现状,有创造力的心。

艺术无国界,潮牌都有一个共通的特点,张扬个性,做自己。品牌的设计理念,才是精准定位吸引追求艺术感青年们的吸引力。品牌与自己的受众直接对话,才是品牌理念最好的延伸。



潮人概念

只想做自己,怎么舒服怎么来

宋晨曦:25岁 玩潮牌 3年

人群中,一眼就能精准的看到宋晨曦,不单单是因为他身高有 180+, 还有他身上的潮范。

三年前,因为在购物软件上看见了一个品牌,只觉得衣服的款式好看,虽然有点贵,但还是下单了。当衣服到了,首先看到的是精致的包装,打开一层又一层的包装纸。他便喜欢上了 Major League Baseball,简称 MLB。就此入坑。

宋晨曦说,玩潮的人不是什么潮牌都穿,而是根据自己的风格来选择衣服,还有衣服设计的理念。刚开始不懂,会将几家的潮牌混穿,但是每个品牌的单品设计感都很强烈,混在一起很难驾驭。穿潮牌的人,一般就是觉得即有自己的穿衣风格又舒服。不在服饰上刻意的去迎合什么潮流元素,而是因为喜欢,所以喜欢。做自己,这样的状态才是最舒服的状态。