

AARON DELGUZZO

美国西雅图LIKELIHOOD拥有者

我们要找创新面料以及色彩合意的品牌。看到反光等实用面料变得越来越具功能性，实在激动人心。我们觉得哑色或与肌肤相近的中性色会继续流行。这是基于Raf Simons为Adidas设计的沙色球鞋以及Yeezy 1所取得的巨大成功而论。我想刚阳气质的回归将会是下一个大潮流。市面已经有很多中性系列，还有做了许多重新定义阳气、远离虚张声势或严格教条主义的裙装。所以我觉得更传统的刚阳色彩、廓型和造型会卷土重来，附带大胆抽象概念的、强烈黑与白对比的印图设计。

**PETRA FISCHER**德国康斯坦斯及辛根FISCHER
FASHION HOUSE 总经理

我们的焦点放在单独强调的个性上，而且除了来自设计师和基础系列的国际潮流外，我们要去寻找顾客真正想要的东西。这只能通过与客户维持亲密关系才可以办到。偏向个人主义，还有个体表达自我方式的潮势似乎逐渐在冒尖。顾客渴望特别的事物。某些特征可以通过佩戴高级配饰来强调。淡然的女性开始购买品质更优良的产品，并且把运动特质与女性化经典混合起来，以营造现代都市打扮。

TAISUKE SAWAMURA

日本东京WARE-MO-KOU总监

要谈论在未来的展会和设计师时装秀上找什么的话，材质面料对我们来说将是非常重要的方面。我们会特别留意像如何组织面料这样的主意上。下一个大潮流，我们则会期待古董和古着。我相信店铺的个性将会是未来市场的关键因素，必然会有越来越多强迫性迫使店铺展示独特性以及与众不同的原创风格。

**ANNETTE****BENDLER-WIEDENHÖFER**德国埃尔富特BENDLER
SHOWROOM主持人

顾客一如既往地追求我们的新闻，以及我们解读当代男女装的方程式。来自新晋中国设计师的廓型、层次感、还有面料绝对是主要需求，而且在我们店铺内也占据很大的空间。下一轮的时装秀我们肯定会再寻找新的创想，给客人一个惊喜，正如每季都会如此般。九十年代早期的浪漫主义潮重来，可能会成大势。

穿戴极度舒适，而且能够完美呈现设计中的剪裁技术的高质面料是我要找的主要元素。几个季度前我们就已经开始停止追踪潮流。今天的潮流可能明天就会销声匿迹，或者其实已经重复过千百次。如今，潮流经常被误认为是主流的装束或一致性。然而，从上一季来看，顾客挺钟爱长款针织开襟衫和带流苏的单品。

**HELEN KHILKOVA**

乌克兰基辅市ATELIER 1总经理及联合创办人



对我来说，在秀台或交易会上的大事无非两样，找新的与最新的。我想从第一个季度，第一个系列开始观摩，早发掘并一直跟随那个设计师。另一方面，则要观察各大老成牌子如何推陈出新，继续向前。我认为特别安静的衣服（如Celine）和特别喧闹的衣服（如Moschino）会继续走红接下来的几个季度。我可以单选成熟品牌新的系列，或只选最新才华的系列，又或者遵循最强的商业念头，两者相结合。顾客也会如此，用具有浓厚古着风或有历史味道的单品搭配当代服饰。我很期待Lanvin、Balenciaga、和Dior新任主持人的作品，他们都将在2016年发布为品牌设计的首个系列！