

“马上”看国际大牌的时尚嗅觉

国际品牌的设计师们,可以说一直拥有最灵敏的时尚嗅觉,在即将到来的中国马年,自然不会错过制造流行的机会。

马象征速度、自由、生命力与远行。在推陈出新的品牌设计中,我们看到有对马重新演绎的,有汲取元素与品牌标志性单品融合的,更有在传统符号与当代审美之间寻找连接,让马在当代语境中持续生长。



HERMES(爱马仕)

作为与马有着密切联系的HERMES(爱马仕),以“心向辽阔”为2026年度主题,将冒险、探索与自由精神贯穿于不同品类之中。在手袋创作上,爱马仕持续回溯马术与旅行传统;配饰与丝巾延续对马术世界的诗意想象。多款斜纹真丝方巾以骏马、骑行与旅途为主题,由不同艺术家从各自视角展开创作,在图案与色彩中融入历史、童趣与当代想象。



Burberry(博柏利)

Burberry(博柏利):今年是其连续第12年推出春节限定。品牌利用其马术骑士徽标(EKD)的天然优势,以水彩和水墨风格呈现,推出了限定款丝巾和红色羊绒围巾。



LOEWE(罗意威)

LOEWE(罗意威):推出了饰有手工打结流苏(灵感源自马鬃)的Puzzle和Amazona31包袋。



BVLGARI(宝格丽)

BVLGARI(宝格丽):推出了售价高达33万元的马形宝石胸针,镶嵌了40余颗红宝石,尽显奢华。



Van Cleef & Arpels(梵克雅宝)

Van Cleef & Arpels(梵克雅宝):延续其诗意风格,推出“幸运马”系列,融合了红玉髓与缟玛瑙,笔触温婉。



POP MART(泡泡玛特):推出全新的“马力全开”系列盲盒,旗下多款IP如LABUBU、Baby Molly、星星人等8个热门IP形象,包含7个常规款和1个隐藏款“好运嘉马”,大家纷纷换上限定新年皮肤,八匹吉祥“小马”报到,马力全开迎新年。该系列除了有毛绒挂件盲盒,还有冰箱贴、手链、香氛等系列盲盒与可动人偶。此外,还推出另一款“点金奔腾”马年主题系列。



Nike(耐克)

Nike(耐克):发布了“脱缰”系列,涵盖了Pegasus41和Air Force1,细节处加入了刺绣飞马和马蹄铁等元素。



Louis Vuitton(路易威登)

Louis Vuitton(路易威登):LV的Vivienne Horse 18K金钻石项链,精细雕琢出马首和Monogram四瓣花造型,密镶钻石勾勒出星形眼睛和鬃毛细节,可作为项链挂坠或胸针佩戴。



Prada(普拉达)

Prada(普拉达):2026马年限定胸针和耳环,缀以品牌三角标、立体金马与爱心吊饰,红金配色呼应新春氛围,将意式优雅与马年祥瑞巧妙融合,是兼具收藏价值与个性表达的点睛之选。



Guerlain(娇兰)

Guerlain(娇兰):推出马年限定设计瓶身香水,匠人手工镶嵌78颗施华洛世奇水晶,手系金绳,转动间折射金光,寓意鸿运当头。

(整理/俞越 实习生 姜瑜彤)