

THAILAND

ELLE

ELLE

ELLE

www.ellethailand.com

BIG TRENDS OF THE SEASON

จากตารักสุดซึ้ง
สู่พลาเมทหวานใส
อะไรดี อะไรใหม่
อัปเดตแล้วที่นี่!

THE ULTIMATE SKIN GUIDE

เมนูสุดสู่การปรนนิบัติ
ผิวอ่อนแอและแพ้ง่าย

ROSE BLACKPINK

*ฉันเพิ่งรู้สึกเป็นครั้งแรก
ว่าตัวเองเป็นพู่กันขี้ขี้

THE NEW CLASSIC

แอล สิงหาคม 2563
No.310 ราคา 100 บาท
ISSN 1513 - 5098
9 771513 509038



38 High (Volt) Age
เครื่องประดับแบบยูนิเซ็กซ์
จาก Louis Vuitton
40 Watch & Jewelry News

FEATURE

45 Elle Trends Fall/Winter
2020 เทรนด์แฟชั่นช่วยเติมเต็ม
สีสันให้กับชีวิต
76 Self-Composed
ผศ.ดร. นรอรุณ จันทร์กล้า

INSIDE FASHION

78 New Iconic Masterpieces
ผลงานไอคอนนิคที่ใจโลกว่าเก่า
82 Jackie and Lee,
Truth is Stranger than Fiction
ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร

SPOTLIGHT

86 Feathers Creation
เบื้องหลังชุดประดับขนนก
88 Pastel Tropical
ออกเดินทางสู่ชายหาดในฝัน
กับสีพาสเทล

FASHION

92 Salut Rosé!
เธอผู้ซิมซับทุกสีสัน
แล้วเปลี่ยนมันให้เป็นสีเฉพาะตัว
106 The Seventies
คอลเล็กชั่นล่าสุดส่งตรงจาก
รันเวย์
118 Bel Amish
คืนสู่ธรรมชาติและความสะดวกสบาย

STYLE GUIDE

126 Fragments of Time
แอ็กเซสซอรีสีที่น่าจับตามอง
ประจำซีซั่น

BEAUTY & HEALTH

134 Technicolour Dream
เมกอัพลุคสีสดที่จับคู่มาแล้วว่า
กลมกลืน
138 Dealing with
Sensitive Skin
เลือกผลิตภัณฑ์ที่ใช่และ
ใช้ให้ถูกวิธี

LIFESTYLE

144 Rare Gem
พลิกโฉมบ้านอายุนับศตวรรษ
ของ Lucia Silvestri
148 Nostalgic Moment
อาหารไทยไฟน์ไดนิงฝีมือ
เชฟต้น-ธิดิฏฐ์ ทัศนาศขจร
150 Taste to be Amazed
รสชาติแบบภาคเหนือกับ
เทคนิคแสนประทับใจของ
เชฟเมย์-พัทธนันท์ ธงทอง

ELEMENTS

8 From the Editor
จากบรรณาธิการ
152 Horoscope
154 Hit List
160 Manifesto

ELLE RADAR

11 First Look
12 Runway
14 Anatomy
15 Shop Style
16 Accessories
17 On Street
18 Beauty

ELLE CULTURE

24 Pop Art in Pop Town
ป๊อปอาร์ต-ศิลปะสำหรับทุกคน
26 Behind that Light
พัฒนาสังคมเวียดนาม
28 Fifty Shades of White
อสังค์-วัณธรร เปานิล

ELLE LUXE

33 Forever and a Day
สารพันนาฬิกาและ
เครื่องประดับ



โรเซ่สวมชุดกระโปรงผ้าโปร่ง สร้อยคอ
ทั้งสองจาก SAINT LAURENT

Make-up: Lee Myung Sun
Hair: Lee Seon Yeong
Manicure: Park Eun Kyung
Photographer: Kim Hee June
Stylist: Park Min Hee



INSPIRATION
Princess Diana



แว่นกันแดด
กรอบโลหะสีทอง
จาก LOEWE



สร้อยคอโลหะสีทอง
ตกแต่งจี้หิน จาก
DIOR



ตุ้มหูห่วงโลหะ
สีทอง จาก
BALENCIAGA



แจ็กเก็ตผ้าเครป
จาก GANNI



แจ็กเก็ตผ้าวูล
จาก ACNE
STUDIOS



IT'S CALLED SKIRT-SUIT

เสื้อสูทและกางเกงวไลต์มาส์คิ้วลิน
ซีซั่นนี้ถูกแทนที่ด้วยเสื้อสูทแบบเซ็กกับ
กระโปรง ที่ช่วยเสริมความสง่างาม
ได้อย่างชาญฉลาด ■ เอกบุตร
ศรีวงศ์อุดมสิน



กระเป๋าสะพายหนังสาน
พร้อมสายโซ่โลหะสีทอง
จาก BOTTEGA
VENETA



กำไลข้อมือโลหะสีทอง จาก
JW ANDERSON

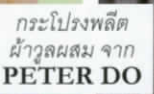
เครื่องประดับ
โลหะสีทองช่วย
คอมพิวเตอร์ดูดีให้สวยๆ
ดูโก้หรูมากยิ่งขึ้น



กระเป๋าทือตักแต่ง
ห่วงจับโลหะสีทอง
จาก CULT GAIA



รองเท้าบู๊ตตกแต่ง
กระดุมโลหะสีทอง
จาก BALMAIN



กระโปรงพลัด
ผ้าวูลผสม จาก
PETER DO

รองเท้าส้นสูง
จาก AMINA
MUADDI

THE CHAINS

โซ่เป็นแรงบันดาลใจหลักของเครื่องประดับและแฟชั่นเซาธ์อีสต์ในฤดูฟลอ/วินเทอร์นี้ ดีไซน์เนอร์จึงหยิบเอาโซ่มาปรับขนาด ตกความกระชับ ให้มีเส้นสายที่มินิมา เรียบง่าย แต่คงไว้ซึ่งความละดูดตา และคลาสสิกไร้กาลเวลา สุนภาพความแข็งแกร่งสไตล์ฟังก์ก์ไปอย่างสิ้นเชิง ■ เอกบุตธ ศรีวงศ์อุดมสิน



เข็มขัดโซ่โลหะสีทอง
และคริสตัล จาก GUCCI

ELLE PICKS



ตุ้มหูโซ่โลหะสีทอง
จาก BOTTEGA
VENETA



สร้อยคอโซ่โลหะ
สีทอง จาก
JW ANDERSON



สร้อยข้อมือโซ่
เขลโลวโกลด์ จาก
LOUIS VUITTON



สร้อยข้อมือโซ่โลหะสีทอง
และไม้ จาก DOLCE
& GABBANA



โซ่เกอริโซ่โลหะสีทอง
ประดับมุกและคริสตัล
จาก CHANEL



แจ็กเกตตัวสั้น
ผ้าทวิต จาก
BALMAIN



แจ็กเกตผ้าทวิตวินเทจ
กระดุมสองแถว จาก
CHANEL



แจ็กเกตผ้าทวิตตกแต่ง
กระดุมโลหะ จาก
BROGNANO

TWEED COMES AROUND

แจ็กเกตผ้าทวิตชิ้นเดิม
ที่สาวๆ ต้องมีติดตัว เข้าได้
กับทุกสไตล์ไม่ผิดวันเมื่อ



แจ็กเกตผ้าทวิต
ตัดต่อผ้าเดนิม
จาก **SJYP**



แจ็กเกตตัวสั้น
ผ้าทวิต จาก
LOULOU



เสื้อเชิ้ตผ้าไหม
พิมพ์ลาย จาก
DOLCE & GABBANA



แจ็กเกตผ้าวูล
พิมพ์ลาย จาก
MULBERRY

MAKE IT BLOOM

ลายพิมพ์ดอกไม้บนนาฬารุ
คือไอเท็มและสไตล์ที่สะดุดตา
ทุกครั้งที่เมื่อได้พบเห็น
■ เอกบุตร ศรีวงศ์อุดมสิน



กระโปรง
ผ้าแจ็กการ์ดทอลาย
จาก **OSCAR DE LA RENTA**



กางเกงขายาว
ผ้าคอตตอนผสม
พิมพ์ลาย จาก **PACO RABANNE**



กางเกงขายาว
ผ้าทวิตล์พิมพ์ลาย
จาก **MARNI**



บัลลิกา บุญยยืน

BEAUTY EDITOR

SOMETHING NEW

หลังกลับมาทำงานแบบเต็มตัวก็ถึงเวลาที่จะต้องสวยพร้อมปะพู่กัน มาเริ่มกันตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมผิวไปจนถึงเพิ่มระดับความหอม เหมือนได้ชำระล้างแต่ๆ เพิ่มพลังให้กลับมาสดใสด้วยผลิตภัณฑ์ความงามใหม่ๆ ■ บัลลิกา บุญยยืน



น้ำหอมกลิ่นใหม่เอาใจสายหวาน โดยเฉพาะ Omnia Golden Citrine (40 มล. 3,300 บาท, 65 มล. 4,050 บาท) จาก BVLGARI กลิ่นนี้ได้แรงบันดาลใจมาจาก Animation Park เป็นการรวมกลิ่นหอมจากธรรมชาติและแสงสว่างของอัญมณีอย่าง Golden Citrine โดยให้กระดิ่งงาและซีซีเลียน แมนดารินเป็นส่วนผสมหลัก หิงท้ายด้วยซีคาร์วีต

จะหยิบน้ำหอมผู้ชายมาฉีดเปลี่ยนมู้ดบ้างก็ได้ไม่ผิด อยากให้ลอง Guilty Pour Homme Eau de Parfum (50 มล. 4,200 บาท, 90 มล. 5,500 บาท) จาก GUCCI ที่นำกลิ่นไอคอนนิกมาสร้างสรรค์ใหม่ โดยนำเอากุหลาบและพริกมาเป็นส่วนผสมหลักของท็อปโน้ต แล้วเพิ่มกลิ่นของน้ำส้มสายชูและเกลือเป็นตัวนำความสดชื่น เขาเป็นว่าฉีกกลิ่นนี้ที่รู้สึกเป็นสาวมาสดชื่นขึ้นมาทันที



ไม่ได้ทำหน้าทีแค่ปกปิดจุดบกพร่องผิวรอบดวงตาเท่านั้น แต่ Skin Caviar Perfect Concealer (5,500 บาท) จาก LA PRAIRIE ยังมีส่วนผสมการบำรุงจาก Exclusive Cellular Complex สารสกัดจากคาเวียร์อีกด้วย นอกจากนี้แอปพลิเคชันก็ออกแบบมาให้ใช้งานง่าย เป็นปลายโลหะที่ช่วยลดอาการบวมพร้อมๆ กับการปกปิดความหมองคล้ำ เก๋ได้ง่ายและกลมกลืนไปกับผิวได้ดี



เป็นขั้นตอนหัวใจสำหรับใครที่ต้องการให้ผิวโกลว์ฉ่ำสดชื่น Glow Screen SPF 40 (1,250 บาท) จาก SUPERGOOP! ครีมกันแดดช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นผิว ให้ลูกลูตใสไม่หมองระหว่างวัน จะใช้เป็นไพรเมอร์แล้วค่อยลงรองพื้นก็ช่วยให้ผิวดูสวยเป็นธรรมชาติ

ขั้นนี้ช่วยเพิ่มขั้นตอนการเพิ่มความชุ่มชื้นผิว (2,400 บาท) จาก JURLIQUE เอสเซนซ์โลชั่นหรือน้ำตบที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติถึง 14 ชนิด ซอบกลิ่นหอมจางๆให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ก่อนใช้ให้วอร์มเนื้อโลชั่นบนฝ่ามือแล้วค่อยๆ กดลงบนผิว ผิวจะรู้สึกอิมฟู ชุ่มชื้นขึ้น



THE DRUNK LIFE

“เป็นชีวิตที่เบรคทีมาแรมมาการริ่งๆ หลังจากได้ยืมคำร่ำสือเรื่องคุณภาพและคุณสมบัติต่างๆมา มา พอได้ลองใช้เองก็เห็นดีเห็นงามกับพวกสัฟรึนบิว เป็นโปรดักต์ที่ใช้ง่าย ไปยุ่งยาก และเป็นมิตรต่อพวมาการริ่งๆคะ”
 ■ มลลิกา บุญยยืน

CULT BEAUTY

แบรนด์น้องใหม่สายคลีนบิวตี้ที่สาวๆต้องหลงรัก แค่อือแบรนด์ Drunk Elephant ก็ทำให้หลายคนตั้งคำถามแล้วคะ ซึ่ง Tiffany Masterson ผู้ก่อตั้งเล่าว่า ในขณะที่ทดลองส่วนผสมต่างๆนั้น มีน้ำมันชนิดหนึ่งคือน้ำมันเมล็ดมารูล่าที่มีตำนานว่าเมื่อซังกินเข้าไปจะเกิดอาการมีนเมา เธอจึงปึงใจเดียนนี้นำมาตั้งเป็นชื่อแบรนด์ได้แสนเก๋บวกกับแพ็กเกจจิ้งเรียบง่าย เดิมสึดเข้าไปอีกนิด Drunk Elephant จึงกลายเป็นแบรนด์ที่ได้รับการตอบรับจากคนยุคใหม่แทบจะทันที



YOUR DAILY DOSE

ความเก๋ไม่ได้ยู่แค่อือหรือแพ็กเกจจิ้ง แต่ Drunk Elephant ยังพัฒนาส่วนผสมในทุกผลิตภัณฑ์ด้วยความใส่ใจ เน้นส่วนผสมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพผิวเท่านั้น คุณจะไมพบส่วนผสมที่เรียกว่า Suspicious 6 คือส่วนผสมทำร้ายผิว อย่างน้ำมันหอมระเหย ซิลิโคน สารกันแดดแบบเคมี น้ำหอม สีย้อม SLS และแอลกอฮอล์ เพราะเลือกส่วนผสมที่เข้ากันได้กับเนื้อเยื่อภายในร่างกาย ช่วยลดความเสี่ยงปัญหาผิวต่างๆ



NEW LAYERING

นอกจากความรู้สึกรู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ทาลงบนผิวนั้นสะอาด ปลอดภัยไร้สารเคมี อ่อนโยนต่อผิวแล้ว เรายังชอบที่ทุกผลิตภัณฑ์ของ Drunk Elephant สามารถเลเยอร์กันได้ในทุกขั้นตอน ด้วยความที่เนื้อสัมผัสออกแบบมาให้มีโมเลกุลเล็กจึงซึมเข้าสู่ผิวได้อย่างรวดเร็ว ไม่เหนียวเหนอะหนะ แถมยังช่วยให้ผิวดูสุขภาพดีในระยะยาวอีกด้วย



ELLE

LUXE

กำไลข้อมือเฮลโลวีนโกลด์
คอลเล็กชัน 'Tiffany T'
สร้อยคอเฮลโลวีนโกลด์
คอลเล็กชัน 'Tiffany
HardWear' ทั้งสองจาก
TIFFANY & CO.
นาฬิกาข้อมือตัวเรือน
ทองคำประดับเพชร
รุ่น 'Elite Lady Moonphase'
จาก ZENITH
เสื้อเบลลาส์ผ้าคอตตอน
จาก DIANA ARNO

FOREVER AND A DAY

สารพันนาฬิกาและเครื่องประดับซึ่งมาพร้อมการสาดทอนดีเทลที่มากเกินความจำเป็น
และเพิ่มกลิ่นอายของความคลาสสิกจากยุค '90s ■ วันศุกร์ คงราณี

Photographer: Igor Pavlov Stylist: Liliya Simonyan

luxe



ตุ้มหูและแหวนเยลโลว์โกลด์
ระดับเพชร ทั้งสองจาก
H.STERN เสือเบลล่าส์
ผ้าคอตตอน จาก **LEMAIRE**
ชวา: สร้อยคอเยลโลว์โกลด์
ระดับเพชรและมรกต แหวน
เยลโลว์โกลด์ระดับเพชร
คอลเล็กชัน 'Cactus de Cartier'
ทั้งสองจาก **CARTIER**



luxe





แหวนยลโลวโรสโกลด์ประดับเพชร กว๊าไลซ์มือฝังโรสโกลด์คอลเล็กชั่น 'B.zero 1' ทั้งหมดจาก **BVLGARI** นาฬิกาข้อมือตัวเรือนโรสโกลด์ รุ่น 'Classic Fusion Green' จาก **HUBLOT** ชุดกระโปรงผ้าคอตตอน จาก **JULIA DAVIDIAN** ช้าย: นาฬิกาข้อมือตัวเรือนสตีลหน้าปัดเปลือกมุก รุ่น 'Coupole Classic' จาก **RADO** เสื้อเบลลาส์ผ้าโพลียูริเทน จาก **PETER DO**



HIGH (VOLT)AGE

หลังจากที่ Francesca Amfitheatrof เข้ามาดำรงตำแหน่งอาร์ตไดเรกเตอร์
ในแฟชั่นนิตยสารและเครื่องประดับจิวเวลรี่คนใหม่ของ Louis Vuitton ในปี ค.ศ. 2018
รูปแบบดีไซน์ของผลงานในแต่ละคอลเล็กชั่นดูเหมือนจะสอดคล้องไปกับเสื้อผ้าเรดิคัลแวร์
สุดโมเดิร์นของแบรนด์มากขึ้น และผลงานล่าสุดของเครื่องประดับเส้นโอบเดี่ยว
เปรี้ยวแซบแบบมูมิเช็กช้อย่าง 'LV Volt' ก็ไม่ใช่ข้อยกเว้น



จากประสบการณ์การทำงานที่ Karl Lagerfeld มอบหมายให้ทำสำหรับทั้ง Fendi และ Chanel ต่อด้วยที่ Marni, Asprey, Wedgwood, Alessi และลิสต์ลูกค้าที่ยาวเป็นหางว่าว ส่วนที่ Tiffany & Co. ก็เป็นหมุดหมายแห่งความสำเร็จ เพราะทำให้ยอดจำหน่ายของแบรนด์เพิ่มขึ้นอย่างล้นหลาม ไม่นับรวมการส่งเสริมความรู้ตั้งแต่ยังเด็กที่เดินทางข้ามทวีปติดตามครอบครัวไปทั่ว ทำให้ฟรานเซสกาใช้ความสามารถอันหลากหลายพัฒนาชิ้นงานในดีไซน์แบบนอกกรอบ เธอบอกว่ามันทำให้เธอ "คอยสังเกตทุกอย่างรอบตัวอยู่เสมอ และแรงบันดาลใจก็ไหลเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย" ดังนั้นแค่ตัวอักษร L และ V ด้วยอระดับไอคอนจุดกำเนิดของแบรนด์ เมื่อนำมาเชื่อมโยงกันด้วยรูปร่างและเหลี่ยมมุมเชิงเรขาคณิตจึงกลายเป็นงานกราฟิกของจิเวลรี่ชิ้นสูงที่มีความเป็นสากล ถ่ายทอดพลังแห่งการเคลื่อนไหวอันรวดเร็วและการทลายพรมแดนของเพศสภาพไปอย่างสิ้นเชิง

แว็บแรกที่แอลเห็นชิ้นงานในคอลเล็กชั่น 'LV Volt' ซึ่งจัดแสดงในบูติก ณ ปลาย วองโดม ช่วงปารีสแฟชั่นวีคล่าสุดเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ความรู้สึกแรกที่สัมผัสได้คือความ 'สด' และ 'ใหม่' เส้นสายที่ตัดกันก่อให้เกิดช่องว่างและมุมด้านในของพื้นที่ ด้วยวัสดุหรูหราอย่างเยลโลว์โกลด์ ไวต์โกลด์ และเพชรน้ำงาม ก่อเกิดผลลัพธ์ที่เชื่อว่าฟรานเซสกาเองก็คงภูมิใจอยู่ไม่น้อย ตัวอักษร L และ V นั้นเมื่อต่อกัน วางแยกกัน สลับที่ กลับด้าน หรือเรียงซ้อนกัน สร้างผลงานแบบปฏิวัติเกิดเป็นสายโซ่เส้นงามแปลกตา เป็นตาข่ายแนวโมเดิร์นที่ลื่นไหลไปกับคอระหงหรือข้อมือกลมกลึง เป็นรูปทรงสามเหลี่ยมอันน่าจดจำชวนพิศวง และเกิดเป็นภาพเสมือนไฟฟ้าแรงสูงที่ช่วยกระตุ้นพลังงานด้านบวกให้กับผู้สวมใส่ไม่ว่าชายหรือหญิง

ทั้งสร้อยข้อมือ สร้อยคอ กำไล ตุ้มหู คัพฟิลลิงก์ และแหวนในคอลเล็กชั่น 'LV Volt' จาก Louis Vuitton สะท้อนงานฝีมืออันประณีตประจำแบรนด์ ผสมผสานความหนักแน่นของลวดลายกราฟิกและโครงสร้างอันละมุนอ่อนช้อยเข้าไว้ด้วยกัน นับว่าได้นำพาแบรนด์เข้าสู่มิติใหม่ที่จิเวลรี่ไม่ได้มีไว้แค่สำหรับคุณสาว ๆ ทว่าผู้ชายมีสไตล์ก็สามารถสวมใส่ได้ และทั้งหมดจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มี 'ความกล้า' เดินหน้าจากสิ่งที่ไม่รู้ ดังที่อาร์ทิสติกไดเรกเตอร์สาวมั่นเคยกล่าวไว้ว่า "บางครั้งการไม่รู้นับเป็นสิ่งดี ถ้าคุณทำตามสัญชาตญาณตนเอง คุณจะสามารถทำในสิ่งที่ไม่มีความเคยทำได้ คนที่รู้มากเกินไปอาจส่งผลร้ายและอาจไม่นำมาซึ่งไฟแห่งการสร้างสรรค์ก็เป็นได้" ■ วันศุกร์ คงราษี



luxe

กำไลข้อมือเยลโลว์โกลด์
สร้อยข้อมือเยลโลว์โกลด์
(ใส่ที่ข้อเท้า) แหวนเยลโลว์โกลด์
ประดับเพชร (ใส่ที่นิ้วเท้า)
คอลเล็กชั่น 'LV Vell' ทั้งหมด
จาก LOUIS VUITTON
เสื้อแขนยาวอัดพลัด จาก
ACNE STUDIOS รองเท้า
ส้นเตี้ย จาก TOD'S

KEEP IT COOL

เพิ่มความเย็นไปได้อีกกับสไตล์การใส่เครื่องประดับชิ้นโปรด
แม้เป็นรูปแบบคลาสสิกก็ช่วยให้คุณสวยเก๋แบบก้าวกระโดด!

Photographer: Anairam Stylist: Molly Haylor

DIVINE LADY

DIOR JOAILLERIE เผยโฉมแคมเปญ

ใหม่ล่าสุดโดยได้เฟซเป็นนักแสดงและนางแบบสาวระดับไอคอนชาวอังกฤษ Cara Delevingne เพื่อถ่ายทอดชิ้นงานมาสเตอร์พีซจากคอลเล็กชั่น Rose des Vents ที่โลหะล้ำค่าสร้างความสวยงามยิ่งขึ้นด้วยเปลือกมุกและมาลาไคต์ ต่อด้วยชิ้นสวยในไลน์ย่อยอย่าง Mimirose ที่โดดเด่นด้วยมรกต ทับทิม เพชร และอัญมณีหลากสี ปิดท้ายด้วย Rose Célèste ที่นำพระอาทิตย์และพระจันทร์มาบรรจบกัน เพื่อเป็นการอุทิศให้กับเมอซิเออร์ Dior ผู้ซึ่งหลงใหลในศาสตร์แห่งดวงดาว จนนำมาต่อยอดเป็นแรงบันดาลใจอยู่บ่อยครั้ง

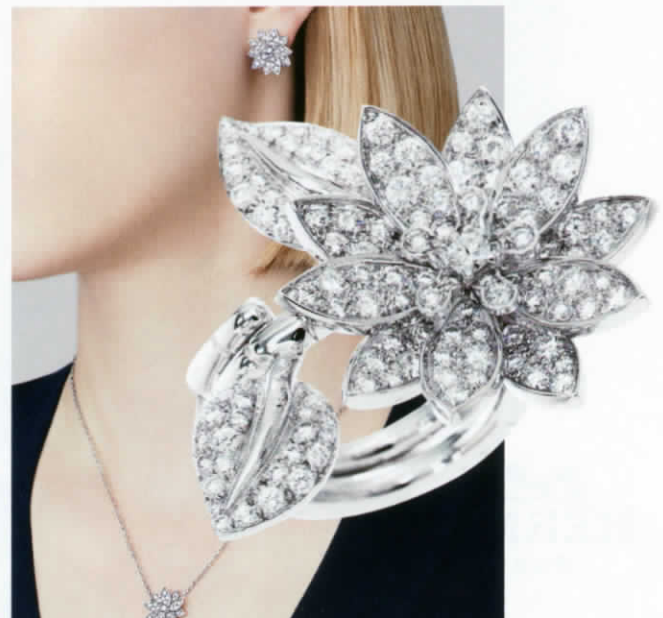


EQUESTRIAN ELEGANCE

อีกหนึ่งนวัตกรรมเรือนเวลาประจำปีนี้จาก HERMÈS อย่าง 'Arceau Cheval Cosmique' นอกจากคุณสมบัติอย่างงานดีไซน์ตัวเรือนโดย Henri d'Origny ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1978 และงานฝีมือเชิงทัศนศิลป์ของ Gianpaolo Pagni แล้ว ความพิเศษยังอยู่ที่หน้าปัดรูปม้ากำลังวิ่งเหยาะๆอย่างสง่างามจากคอลเล็กชั่นส่วนตัวของ Émile Hermès ผสมผสานกับลายเกลียวคลื่นที่สลักเสลาอย่างประณีต ผลิตในจำนวนจำกัดเพียง 2 แบบ แบบละ 24 เรือน แบบแรกตัวเรือนไวต์โกลด์หน้าปัดสีน้ำเงินเข้ม Aventurine เข้ากับสายหนังจระเข้เจดสีน้ำเงินเข้ม ส่วนอีกแบบคือตัวเรือนไวต์โกลด์ประดับเพชร หน้าปัดเปลือกมุก เคลือบสีลงยาตรงลายเกลียวคลื่น มาพร้อมสายหนังจระเข้สีครีม Chantilly ทำงานในระบบอัตโนมัติที่พัฒนาจากภายในโรงงานของตัวเอง เช่นเดียวกับส่วนหน้าปัด ตัวเรือน และสายนาฬิกา

LOTUS DE LUXE

เมฆ VAN CLEEF & ARPELS รังสรรค์ Lotus Collection ขึ้นด้วยการนำความงามและความบริสุทธิ์ของดอกบัวมาตีความและออกแบบให้ตรงตามสุนทรียศาสตร์ของแบรนด์ เป็นภาพของดอกไม้แย้มบานผ่านรูปทรงตัวเรือนลายโปร่ง กลีบดอกแต่ละกลีบซ้อนกันอย่างวิจิตรบรรจง ดูละเมียดละไม เพชรน้ำงามคุณภาพสูงเล่นแสงไฟด้วยเทคนิคการฝังลายเกล็ดมุกกุหลาบ (perle de rosée) เครื่องประดับไวต์โกลด์ประดับเพชรแต่ละชิ้นบ่งบอกอสิรภาพในการสวมใส่ ทั้งสร้อยคอพร้อมจี้ที่สามารถพลิกแพลงวิธีสวมใส่ตัดแปลงเป็นเข็มกลัดได้ หรือแหวนระหว่างนิ้วที่ก้านของแหวนหมุนได้เพื่อให้ดอกและใบบัวอวดตัวประดับเรียวนิ้วในรูปแบบที่ต่างกัมนับเป็นอีกหนึ่งของขวัญล้ำค่าที่เหมาะสมกับเทศกาลวันแม่ในเดือนสิงหาคมนี้ ■ วันศุกร์ คงราณี



NEW ICONIC MASTERPIECES

wavanไอคอนิกยุคใหม่ที่ไฉไลกว่าเก่า



หนึ่งในข้อได้เปรียบของแบรนด์แฟชั่นชั้นนำที่ผ่านร้อนผ่านหนาวมาหลายทศวรรษคือ การที่ผู้ก่อตั้งทิ้งมรดกทางความคิดในรูปแบบผลงานอันทรงคุณค่าเอาไว้ให้นักออกแบบผู้ก้าวเข้ามาเป็นผู้นำทัพรายใหม่ได้นำมาต่อยอดและพัฒนาเป็นผลงานในปัจจุบันและอนาคต "เราต้องไม่ลืมคุณค่าของงานออกแบบที่สืบทอดต่อกันมา เพราะแฟชั่นในวันนี้เหมือนเป็นสิ่งที่ไม่สลักไถ่กันไปแล้วก็โยนทิ้งไปในวันรุ่งขึ้น" คำกล่าวของตัวแม่แฟชั่น 'Donatella Versace' แสดงให้เห็นว่ากระแสส่วนหนึ่งของโลกแฟชั่นในยุคปัจจุบันถูกขับเคลื่อนด้วยรสนิยมที่สามารถนิยามได้ว่า 'ชอบง่ายหน่ายเร็ว' ซึ่งเป็นผลมาจากระบบธุรกิจสินค้าแฟชั่นแฟชั่นที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา แต่เมื่อโลกเผชิญกับวิกฤตโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และทำให้เครือข่ายการผลิตระบบขนส่งทั่วโลกต้องหยุดชะงัก จึงทำให้แบรนด์แฟชั่นน้อยใหญ่ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามจำนวนที่ต้องการ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น นำมาซึ่งความจำเป็นในการปรับราคาสินค้าของหลายแบรนด์ลักซ์ชัวรี ดังที่มีข่าวออกมาก่อนหน้านี้ทั้ง Chanel, Louis Vuitton และ Tiffany & Co.

ดังนั้นคำถามสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นในช่วงนี้ (ไม่ว่าจะประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจจากวิกฤตโควิดหรือไม่ก็ตาม) คือ 'อะไรที่คุ้มค่าแก่การลงทุน' ทั้งคุ้มค่าในเรื่องของคุณภาพการผลิตและดีไซน์ที่ดูร่วมสมัย ใช้งานได้นานเห็นกาลเวลาโดยไม่ต้องยึดโยงกับคำว่า 'อิน' หรือ 'เฮาต์' ซึ่งคำตอบของคำถามเหล่านี้คงต้องยกให้ชิ้นไอคอนิกของแบรนด์เก่าแต่เก่าจนยืนยันมาได้จนถึงปัจจุบัน รวมทั้งผลงานของนักออกแบบยุคใหม่ที่สร้างสรรค์ออกมาอย่างมีเอกลักษณ์ชัดเจน ไม่เขวไปมาจนดูไม่ต่อเนื่อง โดยเราพบว่ามีลูกค้ายของแบรนด์แฟชั่นพร้อมที่จะลงทุนกับสินค้าที่ 'ราคาสูง' แต่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น (สังเกตได้จากแถวของลูกค้านำร้านซูเปอร์แบรนด์ที่เยาว์ชันทูวัน) ลูกค้ายกลุ่มนี้จะเริ่มเมินสินค้าแฟชั่นที่เน้นเพียงรูปแบบของผลงานซึ่งอิงเทรนด์ในแต่ละฤดูกาล แต่ผลิตด้วยวัสดุที่มีคุณภาพต่ำ เพราะสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึก 'ราคาแพง' เมื่อเทียบกับเงินที่เสียไปนั้นไม่ได้สร้างความประทับใจ และไม่มีคุณค่ามากพอที่จะกลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่น่าลงทุน การเป็น 'ต้นฉบับ' ในงานสร้างสรรค์ที่มาพร้อมคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์เองที่แบรนด์แฟชั่นระดับโลกชิวรีหลาย ๆ แบรนด์นำมาใช้เป็นยาถอนพิษจากธุรกิจแฟชั่นแฟชั่น

โดยชิ้นไอคอนิกที่เราจะพูดถึงในวันนี้เป็น 'New Iconic' ซึ่งต่อยอดมาจากไอคอนิกระดับตำนานที่บรรดาผู้ก่อตั้งแบรนด์ชั้นนำได้รังสรรค์ไว้เมื่อหลายทศวรรษที่ผ่านมา และปัจจุบันกลายเป็นมรดกทางความคิดอันล้ำค่าที่มีอิทธิพลต่อนักออกแบบรุ่นหลัง ดังนั้นครีเอทีฟไดเรกเตอร์คนปัจจุบันของแบรนด์ดังเหล่านั้นจึงต้อนรับทศวรรษใหม่ด้วยการนำเสนอไอคอนิกที่ดูร่วมสมัย ด้วยการปรับรายละเอียดให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่ได้กลายเป็นแฟชั่นไอเท็มที่คุ้มค่าแก่การลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

CHANEL 19

กระเป๋าหรูล่าสุดจากกูตูร์เฮ้าส์ที่เก่าแก่และทรงคุณค่าแห่งโลกแฟชั่นมาพร้อมตัวเลข '19' โดยตัวเลขนี้ไม่เพียงจะสื่อถึงปีที่เปิดตัวในฤดูฟอล/วินเทอร์ 2019 และเป็นคอลเล็กชันสุดท้ายของกูตูร์เฮ้าส์ผู้ยิ่งใหญ่ Karl Lagerfeld แต่ยังเป็นถึงเลขวันเกิดของมาดามว์แซลชานเอลผู้ก่อตั้งแบรนด์ ดีไซน์ของกระเป๋าเป็นการต่อยอดมาจากกระเป๋าไอคอนิกใบแรกอย่างรุ่น 2.55 ที่รังสรรค์ขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 1955 แต่ปรับให้ดูร่วมสมัยด้วยการขยายลายควิลต์ให้โดดเด่น มาพร้อมสายโซ่ร้อยหนังเพื่อเพิ่มลูกเล่นให้กับกระเป๋า Chanel 19 จึงไม่เพียงเป็นภาพสะท้อนอดีต ปัจจุบัน และอนาคต แต่ยังเป็นการสรุปประวัติศาสตร์อันยิ่งใหญ่ของแบรนด์อีกด้วย



GIVENCHY ANTIGONA SOFT

ประวัติศาสตร์อันยิ่งใหญ่ของกูตูร์เฮ้าส์ Givenchy เกิดขึ้นโดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการรังสรรค์อารมณ์อันแสนงดงาม เป็นความสมบูรณ์แบบแบบของเสื้อผ้าที่ตอบสนองความต้องการของหญิงสาวผู้รักแฟชั่นยุคใหม่ แต่ต้องยอมรับว่าในอดีตที่ผ่านมาทางแบรนด์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับในส่วนของเครื่องหนังมากนัก จนมาถึงยุคของอดีตครีเอทีฟไดเรกเตอร์นามว่า Riccardo Tisci (ระหว่างปี 2005-2017) จึงเริ่มให้ความสำคัญกับกระเป๋ามากขึ้น หนึ่งในตัวอย่างที่วางก็คือกระเป๋า Antigona ที่เผยแพร่ในปี ค.ศ. 2010 และประสบความสำเร็จจนกลายเป็น it-bag ไปในที่สุด และในโอกาสที่กระเป๋าไอคอนิกรุ่นนี้มีอายุครบ 10 ปี ทางแบรนด์จึงขอเฉลิมฉลองและสรุปด้วยนิวยอร์กไอคอนิก Antigona Soft ที่ใช้งานง่ายและใช้ได้ทั้งหญิงและชาย



DIOR

NEW BAR JACKET

แบรนด์ Dior อีกหนึ่งกูตูร์เจ้าสัที่รังสรรค์ผลงานอันทรงคุณค่ามานานกว่า 7 ทศวรรษ นำเสนอชิ้นไอคอนิกใหม่ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากบาร์แจ็กเก็ตอันเลื่องชื่อที่เมอซีเออร์ดิออร์เคยรังสรรค์ไว้ และเผยโฉมครั้งแรกในปี ค.ศ. 1947 ในชื่อ 'New Look' แฟชั่นที่มอบความสุขและเติมเต็มความงดงามของสตรีโดยใช้อาภรณ์ที่เน้นเส้นสายและส่วนโค้งเว้าราวกับผลงานประติมากรรม ซึ่งถือเป็นการพลิกโฉมหน้าแฟชั่นของผู้หญิงจากช่วงยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 จนได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้น นำมาต่อยอดกลายเป็นคอลเล็กชันฤดูหนาวปี 2020 ผลลัพธ์ที่ได้คือบาร์แจ็กเก็ตตัวใหม่ที่มาในรูปแบบของเสื้อถักอย่างคาร์ดิแกนที่ดูล้ำลอง ให้สาว Dior สวมใส่ชิ้นไอคอนิกได้ทุกวันและทุกฤดูกาล



VERSACE VIRTUS

คอลเล็กชันฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อนประจำปี 1992 ถือเป็นหนึ่งนในคอลเล็กชันระดับตำนานที่กลายเป็นบทบันทึกทางประวัติศาสตร์สำคัญของ Versace เพราะไม่เพียงเป็นการเปิดตัวโลโก้ศีรษะเมดูซ่าในรูปแบบเครื่องประดับสีทองดูหรูหราถึงขีดสุดเท่านั้น แต่ในฤดูกาลนั้นยังเป็นการแนะนำลวดลายสไตล์บาโร้กสีทองอร่าม ซึ่งในเวลาต่อมากลายเป็นหนึ่งในโมทีฟสำคัญของแบรนด์ที่มีดีที่แฟนคลับได้ทุกยุคสมัย 'ไบอะแคนดัส' เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของลวดลายที่ว่าที่ถูกนำมาขยายให้เด่นชัดกลายเป็นคอลเล็กชัน 'Virtus' ไอคอนิกใหม่ของทางแบรนด์ โดยโลโก้ตัว V พันด้วยไบอะแคนดัส สัญลักษณ์ของการมีอายุที่ยืนยาวและสดใสตลอดกาลนี้ มิให้เหลือทิ้งในรูปแบบของเครื่องประดับ และ it-bag ไบล่าสุด



GUCCI ICONIC 1977

ในเมื่อกระแสดร็อกแอนด์โรลและเครื่องแต่งกายสไตล์สตรีตกลายเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมสมัยนิยม การเลือกสุนิกเกอร์ที่ใส่ได้บ่อยครั้งตามต้องการจึงถือเป็นอีกหนึ่งไอเท็มที่คุ้มค่าและน่าลงทุน Gucci หนึ่งในแบรนด์คัพเพชั่นที่ให้ความสำคัญกับเครื่องแต่งกายตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า จึงตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ด้วยการนำรองเท้าเทนนิสที่เคยได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุค '70s และต้นยุค 2000s กลับมาปรับโฉมใหม่อีกครั้ง ผลลัพธ์ที่ได้กลายเป็นสุนิกเกอร์รุ่น Tennis 1977 ที่เพิ่มดีเทลเป็นเส้นสายและแถบสีบนรองเท้าดีไซน์สุดคลาสสิก มีการนำตัวการ์ตูนชื่อดัง และลายโมโนแกรม GG หลากขนาดมาปรับใช้กับไอคอนิกคูใหม่จนโดนใจชาว Gen Z ที่หลงใหลในแฟชั่นสไตล์สปอร์ต-เรโทร



CELINE AVIATOR

ไม่ว่าจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยแค้นกันแต่รูปทรง Aviator ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่เสมอ แว่นรูปทรงนี้ถือเป็นอีกชิ้นไอคอนิกที่เหมาะกับสาว ๆ บ้านเรา เพราะไม่ว่าฤดูกาลไหนแสงแดดก็จ้าส่งผลกระทบต่อดวงตา Hedi Slimane นักร้องแบบมากความสามารถที่กำลังตกหลุมรักรูปแบบการแต่งกายของหนุ่มสาวในยุค '60s-'70s ได้นำแว่นรูปทรงนี้มาปรับสัดส่วนและสีสันใหม่ให้เหมาะกับรูปหน้าของสาว ๆ และกลายเป็นไอคอนิกที่สามารถพกพาไปได้ทุกที่ ใช้งานได้ทุกวัน และยังคงลุคของสาวแฟชั่นไปด้วยในตัว



CHRISTIAN LOUBOUTIN NUDE

สาว ๆ ผู้รักแฟชั่นทั่วโลกคงเฝ้าฝันที่จะได้ครอบครองรองเท้าพื้นแดงคู่มือของหนึ่งในราชาแห่งรองเท้าอย่าง Christian Louboutin โดยในปี 2020 นี้ทางแบรนด์ได้เผยโฉมรองเท้าไอคอนิกรุ่นล่าสุดพร้อมคอลเล็กชั่นที่ใช้ชื่อว่า 'Nude' ซึ่งเป็นการต่อยอดมาจากนู้ดคอลเล็กชั่นที่เผยโฉมในปี ค.ศ. 2013 และได้ผลตอบรับที่ดี "เพราะนู้ดไม่ใช่แค่เรื่องของสี แต่เป็นเรื่องของแนวคิด" ดังที่เมอซีเออร์ลูบูแตงได้กล่าวไว้ การสวมรองเท้าส้นสูงสีนู้ดในเจดิสต์ต่าง ๆ จึงดูราวกับว่าสาว ๆ กำลังสวมรองเท้าล่องหนที่ดูลึกลับไปกับเรือนร่าง อีกทั้งสีนู้ดยังแมตช์ได้ง่ายกับเสื้อผ้าหลากสไตล์หลายสีสันทันทีถึงแม้จะเป็นสีที่ดูสุภาพและให้ลุคดูอ่อนโยนเช่นไร แต่เมื่อเห็นพื้นแดงอันเป็นสัญลักษณ์ก็ทราบได้ทันทีว่าคุณนั้นคือสาวแฟชั่นตัวจริง

■ ฉนนากร เพชรตระกูล



สามารถติดตามอ่านวารสารใหม่ได้ที่

<http://libapp.rmutp.ac.th/newBook/?cat=10>

- ห้องสมุดเทเวศร์
- ห้องสมุดโชติเวช
- ห้องสมุดพณิชยการพระนคร
- ห้องสมุดพระนครเหนือ

