

dior.com - 0800 862 668



DIOR

Esquire

君子國際中文版
www.esquire.tw

2020 October

182

不改執著真誠

范少勳

生命
該浪費在
奢華上

GRACED
AND
EARNEST

依山傍水
永續居
貴族黃金年代

ENJOY
LUXURIOUS
LIFE

米其林
法菜新意

THE
GOLDEN
ERA

FUSION
BO
APPETIT

THE ONE
& ONLY IN
TIME

翻開刻在心底
的印記

秋冬男裝新輪廓

2020 A/W
TREND FOR
MEN



NT\$200

10





LOUIS VUITTON



Venezia, Celebrating the Great Beauty of Italy

台北市中山區中山北路2段39巷3號(台北晶華酒店、麗晶精品B1) • T. +866 2 2521 6110



STEFANO RICCI

CONTENTS

Esquire OCTOBER '2020

12 EDITOR'S LETTER

化不可能為可能

14 BULLETIN

THE SHORT STORY

20 ESQUIRE 2020秋冬男裝分析（上）

經過幾個季度的運作，傳統元素與街頭文化的兼容並蓄進入了新的階段，跳脫固有概念，從經典的設計、元素、風格與面料中找出新的絕對。

34 多一個「高腰」的理由

經過數月汗流浹背的氣候，天氣漸涼的此刻，是該考慮添購一些過去從未想過的事物，比方說高腰褲的使用方式。

38 一雙手工鞋的故事 林果良品

40 藝術品般精緻 旅行時尚伴身

44 香氛衣櫥的最佳導演

46 秋日玫瑰男香

47 登藝術之峰 造美學之極

48 翻開刻在心底的印記——ESQ&A曾敬驊、陳昊森

50 千年一鄭問

51 四十困惑

52 次世代主機的新頁

53 時間流動和串流服務一次上手

SPECIAL REPORT

54 生命 該浪費在奢華上

奢華，不該只以價格來界定，一如人生，也不該只用財富來填充。享受奢華，不僅是一種注重生活的態度，更是珍惜那些真正應該留存於世間的重要無形資產，也是每個成熟君子追尋人生蛻變的必修功課。

RICHARD MILLE

A RACING MACHINE ON THE WRIST



CALIBER RM 63-01
DIZZY HANDS

RICHARD MILLE BOUTIQUE

台灣台北市松山區敦化北路166號1樓文華精品 886 2 2718 9218

www.richardmille.com



CONTENTS

Esquire OCTOBER '2020



62

COVER STORY

范少勳 不改執著真誠性格

換上正裝的范少勳，翻轉之前我們在《下半場》時留下的青春熱血印象，顯得內斂而沉著。舉手投足，多了些新潮熟男的優雅，然而談吐之間，我們認識的范少勳始終未變，他還是那位純真友善，真誠不打詭語的鄰家少年。



54



106

Feature

- 72** Style 通勤者們
- 82** People 入戲就是我的超能力——劉冠廷
- 86** People 路間卓的臺灣郎穿衣指南
- 90** Watch 黃金年代
質感溫潤的黃金往往是貴氣的象徵，然而腕錶應用的材質多樣，貴金屬也有多種合金。銅與黃金調和的玫瑰金、粉紅金、紅金，天然純白的鉑金，以及澄澈的白色黃金。就算沒有值得誇耀的複雜功能，金質腕錶依然散發無可取代的貴族氣息。
- 96** Car 速度：關於純電車的新革命
- 102** Car 小改款 大變身
- 106** Life 依山而建 傍河而居

- 110** Delicacy 法菜新意
近年隨著米其林指南在臺灣深耕，被譽為世界上最講究的法國菜，有了不一樣的面貌。
- 114** Drinking 珍稀美醇何處尋
- 116** Fragrance 尋覓家的味道
- 120** Sex 振動至上
- 122** Sex 你的渣男指數有幾趴
- 128** WHERE TO BUY

ON THE COVER

封面人物／范少勳 攝影／林志陽
灰色雙排釦與橘色絲絨劍領夾克、白色棉質府綢襯衫、Dior Oblique 字樣鑲嵌珍珠胸針、CD 字樣純銀戒指、灰色小牛皮長褲、黑與亮棕色繫帶光滑小牛皮踝靴 by Dior men。





Love
Together



Esquire

君子雜誌國際中文版2005年9月創刊·2020年10月出版

全媒體編輯部

全媒體總編輯 簡士傑
全媒體主編 郭璈
全媒體執行編輯 蘇琬瑜
全媒體數位主編 黃博鉞
全媒體數位編輯 葉立斌
全媒體資深採訪編輯 賴震宇

All Media Editorial

All Media Editor in Chief Joseph Chien
All Media Managing Editor Leon Guo
All Media Executive Editor Chelsea Su
All Media Digital Managing Editor Ken Huang
All Media Digital Editor Ben Yeh
All Media Senior Feature Editor Geoff Lai

影音媒體製作

創意總監 劉政一
美術總監 朱振華
平面/動態影音攝影師 林志陽
美術主編 吳麗鳳

Video Production

Creative Director Johnson Liu
Art Director Didier Chu
Photographer / Cinematographer ZhiYang Lin
Art Managing Editor Sandy Wu

整合行銷

整合行銷經理 陳盈鈞
整合行銷業務經理 呂盛源
整合行銷業務副理 黃毓晶

Integrated marketing

Integrated Marketing Communication Manager Zoe Chen
Integrated Marketing Services Manager Max Lu
Integrated Marketing Services Deputy Manager April Huang

影音企劃製作 徐同誼

Video Editor Neil Hsu

行銷發行部

行銷經理 王新君
發行經理 林文鶯

Marketing

Marketing Manager Grace Wang
Circulation Manager Ivy Lin

新華克文化事業股份有限公司

董事長/發行人 張敏君
副總經理-執行 陳又齊
副總經理-業務 王銘煌

Chairman/Publisher Min Chun Chang
Deputy GM-Managing Darel Chen
Deputy General Manager-Advertising Eric Wang

行政

印務專員 梁福柱
行政專員 李韶恆
行政專員 謝幸玲
會計經理 施玟秀
會計主任 劉芝妤
會計主任 陳思如

Administration

Production Specialist Fu Chu Liang
Admin Specialist Darren Lee
Admin Specialist Shie Shin Ling
Accounting Manager Irene Shih
Accounting Supervisor Maggie Liu
Accounting Supervisor Jessy Chen



「有一種美，
過目難忘。」

CORY RICHARDS
攝影家兼探險家
佩戴江詩丹頓 OVERSEAS 系列腕錶


VACHERON CONSTANTIN | ONE OF
GENÈVE | NOT MANY.

Esquire

君子雜誌國際中文版2005年9月創刊·2020年10月出版

HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

Senior Vice President, General Manager & Managing Director Asia & Russia: Simon Horne

Director of International Licensing & Business Development: Richard Bean

Senior Vice President/Editorial & Brand Director: Kim St. Clair Bodden

Deputy Brands Director: Chloe O'Brien Fashion and Entertainment Director: Kristen Ingersoll

International Editions

Korea: Kiju Shin

Serbia: Milan Nikolic

Bulgaria: Vladimir Konstantinov

Latin America: Alberto Sanchez

Singapore: Norman Tan

China: Liang Zhaohui

Montiel

Spain: Jorge Alcalde

Colombia: Alberto Sanchez Montiel

Malaysia

Taiwan

Czech Republic: Jiri Roth

Middle East: Matthew Baxter-Priest

Thailand: Satiya Siripojanakorn

Greece: Kosta N Tsitsas

Netherlands: Arno Kantelberg

Turkey: Togan Noyan

Hong Kong: Kwong Lung Kit

Poland: Andrzej Chojnowski

UK: Alex Bilmes

Kazakhstan: Yuriy Serebryansky

Russia: Sergey Minaev

US: Jay Fielden

by Permission of THE HEARST CORPORATION

magazines, broadcasting, newspapers, book/business publishing

cable programming, TV production and distribution, newspaper features, syndication New York, New York, United States of America

Esquire Registered trademark licensed to Hwa Ker Publishing Company Limited by The Hearst Corporation, U.S.A.

新華克文化事業股份有限公司

台北市內湖區舊宗路二段181巷8號5樓(大漢科技總部)君子雜誌國際中文版2005年9月創刊·2020年10月出版
中華郵政台北雜字第1440號執照登記為雜誌交寄

法律事務顧問:安侯法律事務所 製版:科樂印刷事業股份有限公司 印刷:科樂印刷事業股份有限公司 國內零售:每冊新臺幣220元,特價200元

長期訂閱:一年12期新臺幣2000元 訂閱辦法:掛號寄書每年加計300元 戶名:新華克文化事業股份有限公司 郵政劃撥帳號:第17624966

信用卡簽名訂閱:VISA/MASTER CARD/美國運通/聯合信用卡/JCB

讀者服務專線TEL:(02)8797-8300 FAX:(02)8797-8600 e-mail:esquier@hwaker.com.tw

總經銷:創新書報股份有限公司 新北市新店區寶橋路235巷6弄6號2樓 TEL:(02)2917-8022 FAX:(02)2911-0053

7-11統一超商:大智通文化行銷股份有限公司 新北市樹林區佳園路二段70-1號 TEL:(02)2668-7071 FAX:(02)2668-6220

全省直銷代理商:名欣(02)2641-7711、均輝(02)2550-6609、典成(02)2570-2958、柏恆HIGO嗨購(04)2471-4486、
開元(06)208-1888、紫藤(07)331-9707、漢星(02)2833-8935、(06)275-9561、漢玲(04)2327-1366、璉寶(06)291-2186、
照豐(07)365-1007、漢學(02)2659-3557、翰江(03)533-2162、翰昇(03)542-2561、
龍芳(02)2967-6371、羅氏(038)537-228(以上順序以筆劃排列)

ESQUIRE君子雜誌國際中文版

2020年新華克文化出版品

著作權所有,非經本公司書面同意,不得轉載本刊任何圖文

君子本註冊商標係由美國商赫斯特公司 授權新華克文化事業股份有限公司使用

WHAT MOVES YOU, MAKES YOU

泰隆·艾格頓與他的 1858 系列世界時間腕錶
心之所向，堅定前行



MONTBLANC

Impossible is NOTHING. 化不可能為可能

*“Cherish the love we have / For as long as we both shall live /
Cherish the life we live.”*

— 〈Cherish〉 performed by Kool & The Gang

n.

z

每每經歷「收穫月 (Harvest Moon)」九月，心境總會感受到頗大的撞擊，或者如媒體前輩深刻的形容：「靈魂蛻下了一層皮」。好似從1999年九二一地震開始，每年九月總會遭遇到某些大事，因而從中體認到一些思考與學習。關於2020年的COVID-19疫情，我們大家都還在學習著如何面對它，然而在四月份體驗過成功轉化為線上模式的「鐘錶與奇蹟 Watches & Wonders 錶展」之後，九月份又見識到另一個突破不可能的盛事典範：2020年的第72屆艾美獎頒獎典禮 (72nd Annual Primetime Emmy Awards)。

自慚不是美劇的忠實愛好者，對於得獎作品實是無法有共鳴與感想，反倒是「頒獎典禮」本身吸引了我的深入研究。沒有「現場」的一場Live頒獎典禮，沒有眾明星爭奇鬥艷的紅毯橋段，完全在網路平台上舉行；分為5天進行頒獎，總共有138位入圍者，分別位在10個國家的114個地點，以live線上視訊的方式參與典禮，光是想像那龐大的前置準備，網路視訊團隊的繁雜分工，以及必須萬無一失的高風險狀態，已是令人佩服。典禮中的節目橋段，自是可以預錄方式來克服時空上的不便，但要讓入圍者各自在家中，能夠於宣佈得獎的同時獲頒獎盃，講出那發自肺腑的激動感言，背後花費了多少人力和創意構想，才能在同等尊重每一位入圍者的前提下做到盡善盡美，只要你有心瞭解，就會被主辦單位的用心與細心所感動到。面對困境，沒有真正的不可能，只有你不敢去動手實踐的不可能。

面對一些奢華的事物，你或許也會想：不可能啦，我怎麼有辦法擁有這些呢？事實上，在十月號專題中所介紹的奢華，都不是單純追逐價格層峰的頂級產品和服務，其中皆蘊含了深具意義的無形價值：將香水提昇至香精油等級的高級訂製香水、融合時尚精品與街頭文化的Dior訂製男裝、展現皮革罕見工藝的皮西裝、經典車聚中讓男人看得心跳加速的手工超跑……十種項目，都是為了傳達給君子們，如何有目標地追尋並享受真正有質感的生活。

七月號的台北電影節準影帝行列中，我們已曾與《下半場》的范少勳相遇；十月號邁上封面的范少勳，又讓君子們看到愈臻成熟的他。和他聊到了即將挑戰的長篇電視劇《比悲傷更悲傷的故事》，是的，這齣劇對他來說肯定是個大考驗，已有韓國版與臺灣版的電影橫擋在前，范少勳依然想要接受挑戰、冀求突破，這般初衷與態度，就已值得了掌聲。艾美獎與范少勳，都在面對不可能時創造出可能的突破。珍惜臺灣於全球疫情之下的偏安狀態時，相信身在寶島的我們，都能繼續地創造出更多令人驚豔的可能的。[2]

—總編輯 簡士傑



“超越一般規格 挑戰深潛極限”

NEDU

- 海軍實驗潛水部隊



軍事級的堅固紮實。抵禦深潛壓力的精準。微型氣燈的超卓光亮度。全新 **Engineer Hydrocarbon DeepQUEST II** 腕錶為最頂尖的特種潛水部隊而製。以整塊鈦金屬鑄造而成的錶殼，省去底蓋的設計，保障其1000米的防水性能。內置專利氬氣排放閥的錶冠，以非凡創意成就少數能挑戰深海壓力的專業時計。

昔日美國鐵路專用時計，今日世界級探險家首要裝備。堅固可靠，無與倫比。做你自己。

C.O.S.C.
瑞士天文台認證

防水性能達
1000米/3300呎

耐震性能達
7,500Gs

錶冠內置專利氬氣排放閥

單向轉動外圈備有
「Super LumiNova」
超級夜光塗層

1毫米高
自體發光微型氣燈



Engineer Hydrocarbon
DeepQUEST II
Automatic - 42mm

波爾錶 BALL

OFFICIAL  STANDARD
Since 1891

始於1891年，在惡劣環境中，依然準確無誤

台灣波爾表股份有限公司 電話：(02) 2719 0955  BALL Watch Asia



www.ballwatch.com

BULLETIN

The News
You Must Know



最有型的跑酷 Saint Laurent 2021春夏男裝秀飛簷走壁高樓間

透過極具品牌風格的影片發佈來取代實體時裝秀，已是各家品牌在這波疫情蔓延下的微妙共識，Saint Laurent掌門Anthony Vaccarello為2021春夏男裝設計了一場介於虛擬和現實的奇幻體驗，透過結合實體影像拍攝與擴增實境（Augmented Reality），為本季男裝完成一次微電影式的紀錄篇章。大秀影片以《No Matter How Long The Night Is》（遑論黑夜多長）為命題，帥氣的男模們在巴黎、紐約、北京的屋樑天台上率性跑酷（Parkour）。本季造型巧妙連結前季加州馬里布海岸（2020 SS）和紐約曼哈頓（2019 SS）的造型靈感，海洋元素飾品與大自然花卉圖紋層出不窮，並最終還諸於大師Yves Saint Laurent生前所鍾情的摩洛哥馬拉喀什異國風情。



襯托女性感性之美Ulysse Nardin 全新Lady Diver錶款

擁有174年歷史的瑞士品牌Ulysse Nardin雅典錶推出Lady Diver美人魚潛水錶，提供給你極致工藝，讓你在特別的日子對最珍愛的女性表達最誠摯的心意。美人魚潛水錶系列採用三種標誌性顏色：深邃藍、熱情黑和貝母白，三款腕錶背面印有描述地區風向的風向玫瑰圖案；採用曲面錶鏡和內凹形的單向旋轉錶圈，錶徑輕薄俐落，尺寸僅39mm。全系列還可選購錶圈鑲鑽款，共鑲嵌有40顆鑽石，每顆鑽石直徑為1.7毫米（總重0.92克拉）。

一個不夠掛兩個 Dior men串聯小包打造全新Dior Elite

時尚小包持續流行線上，還無法跟上的男士們，最大主因通常都是因為容量需求。Dior男裝當家掌門Kim Jones為這一層疑慮提供解答，於最新冬季男裝系列中推出的Dior Elite包款堪稱是近期男性配件設計的嶄新出口。提供皮革與Dior Oblique老花面料供男士選擇，脫穎自繞身小包的設計，既可越肩配戴或單手手提，標誌性的Dior Saddle馬鞍包曲線讓機能風也能如此優雅，這就是鬼才Kim Jones的本事，時尚與實用兼具的好貨，讓時髦小包風潮更上一層。

瘦子E.SO率性揭 露保養放空日常

法國人氣保養品牌歐舒丹明星商品「光萃肌活露」以包覆珍貴蠟菊精華油的光微導晶球漂浮在水感精華中，可有效及時穩定膚況。近日品牌邀請到素有「行走的賀爾蒙」稱號的瘦子E.SO拍攝重啟星光三部曲影片，向眾人揭露自己如何藉由音樂創作，以及搭配星光瓶的臉部保養程序，打造專屬心靈淨化儀式。





按摩的極樂體驗 OSIM uDream 5感養身椅

OSIM推出結合劃時代AI技術的按摩椅巔峰之作「uDream 5感養身椅」；首創「AI壓力檢測」，以革新醫學科技——透過生物傳感器能檢測出心率、呼吸頻率與心率變異性，同時運用美國史丹佛大學胸腔外科權威醫師Thomas Burdon的臨床研究，幫助使用者雲端分析出個人的「身體緊張度」，也就是「壓力指數」，打造「專屬個人」客製化的5感紓壓程式。所謂5感，乃是利用7種色彩情境燈光的視覺、歌劇院等級般環繞式音響提供的聽覺、內建「薰衣草」與「白茶」2種香氛味道釋放的嗅覺、OSIM特製「薰衣草黑巧克力」撫慰舌尖的味覺，搭配宛如真人按摩般專業等級的極上按摩體驗所打造的觸覺，讓使用者達到全面性解放身心靈的紓壓饗宴。

慕思雙品牌帶你入好眠

睡眠是生活最重要的一環，選擇優質床具更是人生的一大享受，台灣慕思寢具9月於紐約家具中心開設DeRUCCI慕思和法國TRECA Paris門市，分別呈現慕思品牌TS健康睡眠系統、全皮製的床架及全亞洲唯一使用太空樹脂球作為床墊原料，以及TRECA Paris來自法國工藝的皇室睡眠藝術品。消費者可分別親自內湖紐約家具中心1樓和3樓親身感受，未來雙品牌也將進駐新莊宏匯廣場6樓。



享受生活、盡情玩樂的百年靈全新 ENDURANCE PRO腕錶

日前於瑞士Geneva Watch Days錶展中，百年靈發表品牌旗下Professional 專業系列的終極運動休閒腕錶：Endurance Pro腕錶。既是輕量級專業運動型腕錶，也是休閒日常運動計時腕錶，其最大特點在於搭載設有溫度補償調節機制的 SuperQuartz™超級石英機芯；錶殼無比輕巧，不會讓任何人在日常訓練或運動上感到不便。加上活力四射的絢麗設計完美結合高精度與創新技術，堪稱理想的奢華運動腕錶。



張孝全亮色系點綴穿搭 力挺Brunello Cucinelli 麗晶精品店櫃開幕

被譽為「山羊絨之王」的Brunello Cucinelli於麗晶精品新增全台第三家專賣店，販售品牌男女裝與童裝系列。開幕暨秋冬新品發表會當天，內外兼具的演員張孝全以品牌摯友身分出席站台，他表示，向來偏好基本款的他特別鍾情於品牌精湛面料下所帶來的舒適穿著體驗，並示範如何使用些許的亮色系來為深藍西裝造型增添亮點，選擇深藍色格紋西裝搭配焦糖色皮鞋，並以胡蘿蔔橘針織衫作為中層內搭，再以橘色袋巾呼應之，點亮整體造型，僅以橘藍配色的精彩對比，帶來簡單又迷人的男性優雅。





身著LANVIN亮片衣 林柏宏閃亮有型夠 「怪胎」

法國時尚老牌Lanvin在台北信義新天地A9館1樓打造全新快閃店，邀請《怪胎》男主角林柏宏身穿品牌最新2020秋冬男裝裝束出席快閃店開幕，總是多以陽光形象示人的柏宏這次換上設計感顯著的亮片條紋毛衣，增益招牌的青春率性氣質。

Lanvin台北信義新天地A9快閃店將停留至明年2/28，目前店櫃將販售2020秋冬全新男女裝，以及獨家限定販售的新款Bumper運動鞋。



秋涼舒適野外 之旅的良伴 MIDO先鋒系列 全新腕錶

盛夏轉秋之際，樂山的君子們可否想要趁著涼秋，在國內享受露營、賞楓踏青之趣？戴上MIDO美度表全新打造的Multifort Power Reserve先鋒系列動力儲存顯示腕錶，更能以自強不息的冒險精神以及對卓越性能的不懈堅持，成為旅人們最佳的腕間夥伴。細緻的PVD煙煤灰色拋光不鏽鋼錶殼，時針、分針與秒針均採用鑽石切割工藝並經過三面拋光處理，垂直日內瓦波紋使錶盤隨著光線的變化交織黑與光影的舞動色澤，簡直美不勝收。



Burberry森林辦秀 讚頌海洋擁抱自然

Burberry首席創意總監Riccardo Tisci與享譽全球的藝術家Anne Imhof合作，將Burberry 2021春夏時裝秀搬至英國白金漢郡Black Park森林裡，並在Eliza Douglas的演唱之下，以現場零觀眾、全球零時差的直播方式發佈大秀。Riccardo希望藉由時裝的力量進行交流，採取行動並喚醒人們的情感共鳴。男裝使用大量海軍服橡膠與丹寧布料製作，出自創辦人Thomas Burberry之手的經典Gabardine防水布料也以各種型態出現，經典米色與藍、橘兩主色交錯呼應，帶來全新面貌，融合新潮與傳統優雅，並展現衣服的實用性。



超薄奢華選擇 RICHARD MILLE RM 016腕錶

輕盈，本是RICHARD MILLE腕錶的基本特質；RM 016腕錶不只輕，還有超薄身形。不論採用鑲嵌鑽石的白金，或經Titaly®處理的鈦金屬來打造錶殼，以鏤空機芯為基礎的RM 016腕錶，整體厚度都僅有8.25毫米，是錶壇中罕見的方形超薄錶款。在乎重量的同時，錶殼與錶耳的塑形方面也十分重視佩戴的舒適感。加上RICHARD MILLE獨家設計的可變幾何結構自動盤，品牌所重視的舒適度、運轉性能和奢華形象，一樣都不能少，肯定要讓你愛不釋手。

秋冬超強聯名 ZEGNA X FEAR OF GOD 全球震撼發售

強調精湛剪裁的義大利時裝品牌Ermenegildo Zegna與著重休閒而不失精緻的高端街頭潮牌Fear of God早在今年初宣布聯名消息便引起廣泛關注，如今全球已正式開放販售。兩個看似風格極端的品牌，透過毫無保留的真誠對話，呈現出色彩和諧統一、廓形寬鬆簡約的設計風格；這波聯名也是兩品牌各自首次突破傳統性別界線，推出一系列男女皆可穿搭的服飾，展現充滿現代感的別樣魅力，現已可在臺灣Zegna官方網站買得到。



Loro Piana 秋冬優雅神采

Loro Piana 一向採用奢華柔軟面料及珍貴紗線，為男士形塑優雅舒適的穿著感受。在品牌最新推出的2020/2021秋冬系列也延續此概念，以視覺上令人較有好感度的海軍藍、駝、灰等中性色系，搭配羅紋、麻花、繩結等創意編織技法強調面料的極佳觸感，打造可塑性極高、易於選搭的簡約單品。各自適合商務或休閒等不同時刻及場合，盡顯個人穿搭層次之餘，又能展現隨興的迷人氛圍。



彰顯紳士優雅奢華 萬寶龍《金牌特務》書寫套組限量上市

為慶祝電影《金牌特務：金士曼起源》(The King's Man) 上映，萬寶龍隆重推出包含經典大師傑作系列149鋼筆、筆記本和墨水的全新特別版套組，並於官方網路平台獨家販售。靈感源於該部片優雅且雋永之設計的149大師傑作系列鋼筆，筆尖上鑄刻著金士曼標誌。深湛湛藍的30ml墨水，玻璃瓶身則仿效金牌特務的經典藍色西裝，帶來更為完整的書寫體驗。筆記本封面的黑色小牛皮上，也以數位方式壓印金士曼標誌，極具紀念價值。





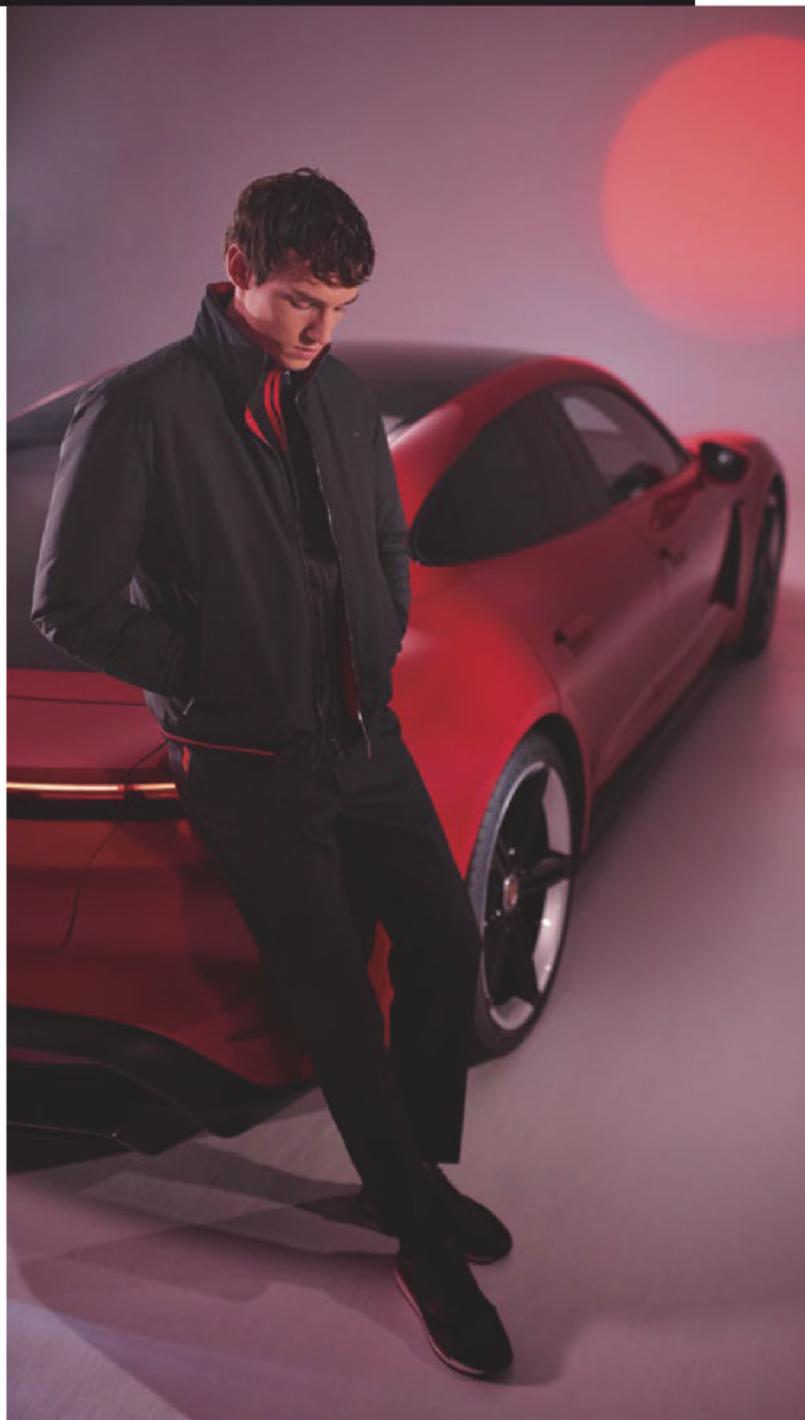
SAWAA讓男性保養蔚為藝術

新興純淨保養品牌SAWAA日前在臺正式上市，現場微型藝術展般的空間設計，以潮汐與海岸為靈感，映襯品牌主打適用敏感肌的輕保養系列，唯美呈現品牌遵循自然的純粹氛圍。發佈會當日邀請好久不見的男星胡宇威分享自己細膩繁複的保養儀式，他認為男性保養雖步驟簡單但更需要著重細節，日子長了，自然堆疊成一種無可取代的風格。



最適合秋遊攝影高手掌握的Leica V-Lux 5 探險家套裝

徠卡Leica全產品中最是適用於旅行、運動和野外攝影的通用便攜型相機V-Lux 5，近期搭配多種配件以套裝的形式再次發售。最大特點就是白金漢包 (Billingham) 的Hadley系列相機包——Hadley Digital。這款以其時尚風格和功能性而著稱的堅固相機包，巧妙的設計和防水材料，為相機提供充足的空間和最佳的保護。擁有從25到400mm超大焦距範圍的V-Lux 5，無論是旅行、體育賽事還是戶外探險，都可以用優異畫質捕捉理想畫面。



Porsche x BOSS 愛車人士無法抗拒的聯名系列

來自德國的時尚品牌BOSS與超跑名廠保時捷 (Porsche) 帶來最新第四度聯名合作男裝系列「Porsche x BOSS」，本次聯名持續發揚以跑車美學與汽車文化為訴求的設計靈感，再推出拼接絨縫尼龍外套繩褲、連帽厚棉T等單品，帶來更年輕化的運動機能訴求。本次聯名弧形接縫的細節由來於Porsche各種名駒超跑的誘人流線廓形；每件外套內襯的左側口袋巧妙呼應引擎啟動的位置，暗喻著內行車友們才瞭的浪漫。

THE Short stories

PEOPLE TO MEET | PLACES TO ENJOY | PRODUCTS TO BUY



the AUTUMN/WINTER 2020 TRENDS FOR MEN

ESQUIRE 2020秋冬男裝分析（上）

PART.1

經過幾個季度的運作，傳統元素與街頭文化的兼容並蓄進入了新的階段，跳脫固有概念，
從經典的設計、元素、風格與面料中找出新的絕對。

Text by 郭璈 Images: courtesy of 各品牌、Getty Images



Gucci 2020秋冬男裝伸展臺

格紋基本功不簡單

Plaid Checks!

讓我們先從最基本的開始。隨著氣溫下降，格紋的主場時刻就來了。這種基本款要做變化其實比想得容易，例如將格紋 Tone on Tone 「格上加格」的高調穿搭運用這在秋冬時節是最適合不過的了。為使周遭黯淡幽冷的氣候增添視覺活力，Burberry 掌門 Riccardo Tisci 本季設計一連串格紋套裝，讓這廣為人知的代表性元素穿梭於正式或休閒，彰顯品牌經典歷史；或者參考 Kris Van Assche 為本季帶來的 Berluti 大衣，一改經典威爾士親王格紋刻板印象，透過高調蘋果綠的詮釋，不管怎麼搭都不用擔心老氣。



Berluti

Dunhill

ETRO

Burberry

Versace

Burberry

Loewe



CELINE

Prada

Gucci

Paul Smith



Dries Van Noten

Dunhill

ETRO

Gucci

Rag & Bone

Versace

高調耍褲

●●● 在以往視覺上較為黯沉的冬季裡，高調的印花褲或圖紋褲其實很值得投資一件，上半身只需維持素雅簡單即可，就能夠在固有的風格裡帶來前所未有的體驗與變化。白褲與跳脫常規的格紋褲都算是較為初階的入門選項；華麗王者Versace的直條紋拼接皮褲則是高調中的極致；流行中毒者務必試試Dunhill創意總監Mark Weston本季所帶來的氈毛鱈魚皮褲，這真的堪稱近年最讓人驚豔的單品之一，既有皮褲的時髦感，更有合乎時代性的慵懶輪廓。



Ruby, 套裝穿紅色 Burgundy, Scarlet, etc.

我們非常鼓勵男人穿紅色，這在古早是屬於男人的色彩，象徵熱情與勇氣（特攝片戰隊隊長都是紅色的對吧！）本季設計師們非常推崇外套加褲子的全套紅風格，但就算敗一整套拆開穿也很好搭，值得一試。Giorgio Armani應用不同深淺的紅色來營造全身層次，堪稱同色系穿搭的必學典範；進階者可參考Virgil Abloh為Louis Vuitton潮男推出的全粉紅軍裝，打破軍服常規的陽剛味；而BOSS這季的深邃酒紅雙排扣西裝實在有夠正點，你甚至只要把原來的黑西裝換掉即可，可以視為紅色系套裝的入門選項。



MSGM



Prada



Dolce & Gabbana



Salvatore Ferragamo



Gucci

燈心絨的老派美好

Chic Corduroy

同樣也是橫跨季度的好貨，耐操好穿的燈心絨絕對榜上有名，質地厚實、觸感與保暖度極佳，剛柔並濟的布料特性，不僅可以從初秋穿到春末，款式更是從正式橫跨休閒。Miuccia Prada女士在本季Prada男裝使用這種材質製作各式外套，透過寓古於今的手法，為他著眼的三件式穿搭方程式提供解答，讓這種天生具有復古氣息的布料也能表現出未來感的摩登輪廓；Dolce & Gabbana則用上寬下窄的套裝示範了當代最佳Oversized典範，反映南義西西里島豪派男子的不拘小節。



開襟衫的不同表情

Dashin' Cardigan

一年四季都適合的開襟衫 (Cardigan)，其搭配手段也是千變萬化，最經典的斯文路線只是基本（但你要會），如Hermès創意總監Véronique Nichanian應用最能彰顯品牌奢華感的皮革元素，將之拼接於柔軟毛衣上，再應用擅長幾何美學裝飾之，簡單又不簡單的高深功力，滿腹墨水的書卷氣不言而喻；Alessandro Michele在今年秋冬男裝大量致敬Nirvana主唱Kurt Cobain，著名的Grunge頹廢風格當然少不了開襟衫與仿舊丹寧的碰撞。



束帶設計添細節

Strapped-Up Your Style

近年，男性的時裝消費力持續攀升，以致於設計師們也來越重視裝飾性與功能性設計（總是要端出些新鮮貨）。以下這玩意兒是這幾年逐漸成形的東西，且不論你的穿衣風格是傳統裁縫派還是機能街頭風都能嘗試——一條束帶/綁帶。越來越多設計師開始愛用這種束帶元素為制式的傳統服裝增添細節。你會發現其實這些造型都不會太難駕馭，時尚就是這麼神奇，多在一點小細節上下功夫，就能帶來絕佳的回饋。



Dries Van Noten



Dior men



Dunhill



Louis Vuitton



Emporio Armani



Ermenelegildo Zegna XXX



Valentino

Winter 冷峻花香 Flowerin'

花卉元素將持續至寒冬，不同於春夏重返童心的明亮意象，秋冬時的花花草草將以一種更文藝的藝術精神綻放，謹記，寒冷時節所開的花將越顯芬芳。例如Valentino每季定番影像印花，發揚浪漫主義的創意總監Pierpaolo Piccioli這次將知名荷蘭攝影組合Inez & Vinoodh鏡頭下的清晰花朵透過各種手法轉化於衣物上；Alessandro Sartori執掌的Ermenegildo Zegna XXX持續關懷時尚永續，回收性布料充滿花木紋理，發揚自然之美；CELINE掌門Hedi Slimane招牌的鉚釘裝飾與亮片刺繡美學，作出灼灼其華的時髦外套為搖滾明星著裝；Dior男裝總監Kim Jones再度發揚品牌高訂手藝，盡顯褶襖手藝的花朵配飾跳脫布料平面，堪稱男人戴花的最高標準。[2]





Gucci

Ermenegildo Zegna XXX

Dior men

Paul Smith

Prada

Valentino

更多抵禦寒冬的帥氣方案將在下一個月刊出。



風雨無阻穿長靴

●●● 長筒靴在本季回到男人視線裡，這種結合長筒馬靴與機能雨鞋兩者優勢的設計最為出眾，假如擔心身材比例不好，只要謹記搭配時避開過緊的褲型，以及保持褲鞋兩者顏色相近。



Givenchy



Fendi

Prada



Selectin' My
ZODIAC SIGN

命定風格 時尚占星學

熱愛希臘神話的Alessandro Michele這次將目光移到了12星座上，為「Gucci DIY訂製服務」家族增添新成員。銀河底下的星辰絮語幻化成個人專屬的時尚標誌，更別說總有十二分之一的機率是你的命中注定。

Text by 郭璇



今年Gucci DIY訂製首度加入全新設計的星座系列，可在各種指定款外套或衣物以人工嵌花工法嵌入面料（刺繡示範由左至右：巨蟹座♋、射手座♏、天秤座♎）。



不同單品會使用不同的面料刺繡（刺繡示範：獅子座♌）。

ESQUIRE

用《Esquire》一詞演示著名的ABCDEFGucci字母刺繡。

無論從神話學、占星學或是統計學的角度來看，星座永遠是個不褪流行的不敗話題，它似乎對於「性格決定命運」一說有了旁敲側擊的美好解讀，也不失為是一種令個人特質具現化的浪漫註解。

Gucci創意總監Alessandro Michele熱愛古希臘神話一事在時尚界早已出了名，奧林帕斯山庇蔭下的大小典故經常為這位才華洋溢的設計師提供靈感，並流動於天馬行空的實體設計或形象概念裡，成為他自成一派「Gucci宇宙」中的重要橋段。

首次推出 黃道十二宮星座訂製

近來，Alessandro Michele特別針對黃道十二宮端出全新設計，為品牌的DIY訂製項目提供12組饒富趣味的星座圖騰，這些圖像不但鮮明獨特，更充滿典型設計師的招牌風格語彙，除了有一目了然的星座特徵，在保有童趣玩心之餘，還帶有些許厭世感的街頭塗鴉特質。讓穿衣風格的元素與細節圍繞著個人特質（或說命運）打轉，呼應設計師的DIY精神，觀其脈絡由來也是合情合理。



星座棉布棒球外套（刺繡示範：金牛座♉）by Gucci。



不同款式的單品各有設計師指定的刺繡位置（刺繡示範：雙子座II）。

從衣袖處的字母刺繡得以窺見品牌在刺繡嵌花工法的細膩，刺繡連帽雙面穿拉鍊外套 by Gucci。

鑲邊字母刺繡羊毛大衣 by Gucci。

寬版絲質保齡球衫（刺繡示範：水瓶座III） by Gucci。

做自己時尚的設計師

行之有年的「Gucci DIY訂製服務」當年隨著Alessandro Michele於2015年上任後不久便推出，很快便造成轟動。對設計師而言，這種訂製概念由來自他對龐克青年文化的致敬——在固有的服裝配件上，透過個人化的創意、巧思與選擇來添加元素，作為宣示自我態度的手段，稱得上是Alessandro Michele執掌品牌後的眾多經典代表作之一，也與他向來提倡「用穿著做自己」的多元理念不謀而合。

這項客製服務隨著年年季度更新，訂製品項也從最早的Ophidia手提托特包、Ace皮革運動鞋、針織衫、西裝，拓展至此刻玲瓏滿目的衣櫃必備款單品，舉凡本季主打的棒球外套、Double Rider式騎士皮衣、雙面連帽外套、運動套裝、絲質或棉質的保齡球衫等，都能佐以設計師指標性的圖騰刺繡與26個英文字母加持，透過數以百計的排列組合表彰自我。許多一期一會的年度限定刺繡圖騰更是錯過不再，因而令全球Gucci Gang為之瘋狂。

「我喜歡在一些人們意想不到的地方體現自己的龐克魂，比方說一件簡單外套的花俏襯裡。——Gucci創意總監Alessandro Michele

讓人面臨選擇障礙的DIY訂製百寶櫃，包含襯衫領/袖口刺繡、釦子款式、ABCDEFGHIUcci字母選擇，以及多達16種以上的服裝內裡等。

字母刺繡皮夾克 by Gucci。



從休閒到正式

訂製選項延續前幾次大受歡迎的ABCDEFGHIUCCI托特包、男女皮夾、針織衫及Ace皮革運動鞋外，每個人一定有一個的「星座」就是本次DIY訂製主打歌，針對不同材質與款式的衣物，其客製圖騰與字母都有與之對應的固有選擇，例如，針織衣物與丹寧夾克的圖樣材質都會各有不同（僅是材質不同，設計圖像與架構不變），以確保設計師的眼光與呈現訴求。

除了DIY系列，男士最愛的MTM（Made-To-Measure 量身訂製）服務也將同步推出，讓十二星座的浪漫涵蓋日常、休閒及正式套裝。

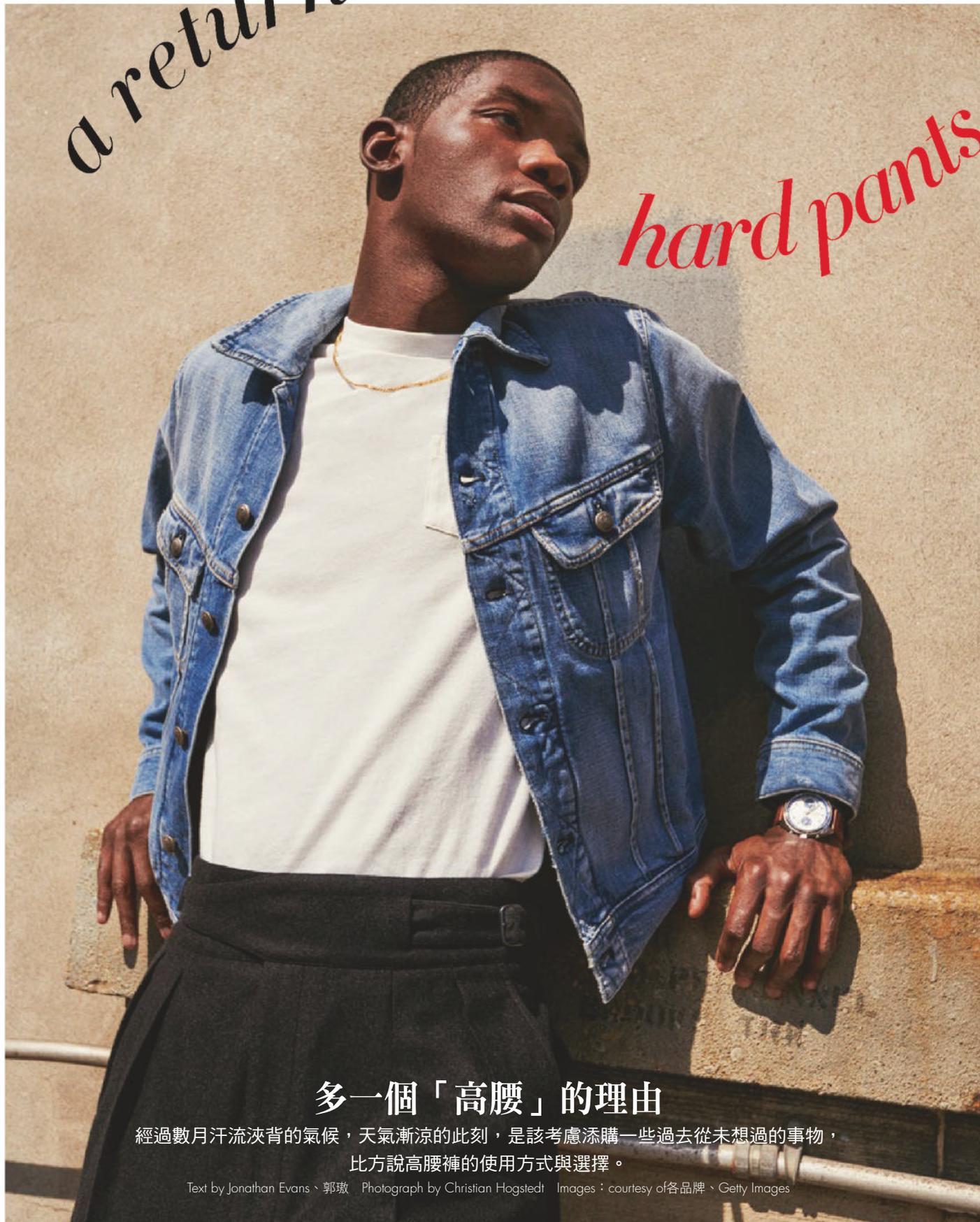
從本月開始，「Gucci DIY訂製服務」僅在台北101專門店接受訂製，在經過專業介紹與解說，以及一連串令人選擇障礙、猶豫不決的重重關卡後，你的客製單品將會在品牌家鄉義大利生產製作，需經歷4至5個月的漫長等待——因為這些精緻的項目元素都將採用人工嵌花工法嵌入面料，而非單純在固有成衣上加油添醋般縫製那麼簡單，得以成就個人特色的細膩工法絕對值得等待。E

THE SHORT STORY LET'S GET WAISTED

a return to

牛仔外套_約\$27,000、長褲_約\$20,400 by Polo Ralph Lauren；白色
T-Shirt_約\$2,700 by Levi's Vintage Clothing；項鍊_約\$10,400 by Tom
Wood；Grandrally系列腕錶_約\$15,000 by Zodiac。

hard pants



多一個「高腰」的理由

經過數月汗流浹背的氣候，天氣漸涼的此刻，是該考慮添購一些過去從未想過的事物，
比方說高腰褲的使用方式與選擇。

Text by Jonathan Evans、郭墩 Photograph by Christian Hogstedt Images: courtesy of各品牌、Getty Images

經典的牛頓力學或許能幫助我們解釋當前對於褲子的流行趨勢：「一條褲子在腰部的作用力會回饋其反作用力。」換句話說，當你的褲子越穿越柔軟、越穿越寬，不可避免地，腰部就會越來越高。（以上當然是胡謔的，抱歉喔我文組）

這應該很容易想像，當你穿上運動褲，腰部因褲腰鬆緊帶所伴隨的合身感，對舒適度完全是加分的，但運動褲理應只能出現在你運動的時候，所以我們需要像Gurkha這一類的傳統褲裝——這種將褲腰帶長及側腰並將環扣開闔集一身的設計，雖然會讓你去洗手間時多花一些程序，但這褲子真的帥，值得一試。

穿這種褲子的訣竅在於：把它當成普通的休閒褲。這種源自傳統男裝精神的單品用來配正裝絕對合情合理，所以我們需要來些好玩的——暫時忘記襯衫和領帶，換上乾淨的素T和卡車司機款夾克，務必將T-Shirt下擺紮好紮滿，秀出你褲腰帥氣的設計；等到時序漸冷，你的厚重毛衣或大學T也很適合與之搭配。

對高腰褲來說，略寬的版型會更符合近代流行與趨勢，腰間一小塊區域也成為設計師們增添巧思的重點部位，謹記，高腰褲的本質在於「秀出腰部」。例如Fendi用全身黑基本盤搭配搶眼高調的斑馬紋外套時，也不忘用一條簡單的腰帶做出內在比例；Salvatore Ferragamo啟蒙於工作服的隱藏褲頭結合搶眼腰帶的搭配，令全身Tone on Tone充滿巧思。復古老司機Gucci的高腰寬褲絕對稱得上是基本定番，等到天氣漸冷，記得換上保暖又好穿的燈心絨材質，質感滿分又強調品味；進階者可嘗試Givenchy本季秋冬顛覆傳統腰封的作法，應用針織與拉鍊帶來摩登感的運動風格，成為本季最另類（也最隨心所欲）的高腰表現。



短一點也不錯

每個男人的衣櫃都至少要有一條短褲。我有四條：一條牛仔短褲、一條有夠粉紅色的Patagonia Baggies運動褲、J. Crew的海洋風短褲，以及今夏在Suitsupply購買的Gurkha短褲。最後這一件特別出眾，高腰打摺剪裁，腰部兩側各有一條內置腰帶與扣環，穿脫可能很費力，但真的非常耐用好穿。這種褲型的名字來自尼泊爾舊時廓爾喀王朝（Gorkha Kingdom）軍隊中的精英兵種，這些兇猛的戰士自18世紀就開始以傭兵身分為英國軍隊作戰，包括經歷兩次世界大戰。腰間緊密貼合的設計讓士兵在長途跋涉與作戰移動時保持褲子的穿著完整，而不至於分心影響作戰。但在不用作戰的和平日子裡我們還是可以穿著它，秘訣就是不要太嚴肅：我給它們配上一件破舊的T-Shirt，有點紮染更好，和一雙舊舊的白色Vans，當你在公園散步遊憩時就這樣穿。

(Text by Michael Sebastian)



格紋長褲_ \$41,900 by Ralph Lauren Purple Label。

Banana Republic

The CLASSIC WARDROBE of A MAN of TOMORROW

眼見不為憑 未來式衣櫃基本款

告別春夏時節那處遠離世俗塵囂的世外田園，Fendi本季秋冬男裝帶領我們來到純白潔淨的未來城市，Silvia Venturini Fendi此次獻上復古未來主義（Retro-futurism）的風格思辨，你我所熟悉的基本款男裝，將不再以過去既定的外觀所呈現。

Text by 郭墩 Images : courtesy of Fendi

當男人在討論時尚時，往往離不開經典事物，這些通常都是和衣櫃必備品劃上等號的東西，且無論流行如何改朝換代，西裝、大衣、運動夾克等單品永遠都會佔有一席之地。Fendi第三代掌門Silvia Venturini Fendi在本季秋冬為傳統男裝做出了復古未來主義式的預言，就算是我們習以為常的基本款，在此刻（或未來），也應該要有更深一層的進化。

對此，品牌最具核心的二元性探討此次聚焦於單品的多功能性，多款上衣外套出現專為卡片、耳機、雪茄所設計的收納口袋，表現衣包合一的輕裝概念；應用錯視布料和翻玩比例的手法，也讓以往溫暖厚重的冬季布料表現不同以往的視覺感。

透過拉鍊拆卸的設計，既定印象裡的傳統服裝將帶來前所未有的視覺與穿著體驗。

各種翻玩品牌購物紙袋與紙盒的包款全由皮革製成。



以往多用於服裝和圍巾的編織羊絨毛也能打造成柔軟包袋。

Silvia Venturini Fendi秀後訪問

ESQ：大秀場景從春夏綠意盎然的花園，到本季一片純白無瑕，這次秋冬男裝想傳達什麼樣的訊息？

Silvia Venturini Fendi (以下簡稱SVF)：我每次都會試著歸零重新調整——你得忘記過去才能做到這一點——我從Karl Lagerfeld先生身上學到這件事。我想用這場秀和大家談論自然和科技，我認為科技將幫助自然；自然也將幫助科技，兩者理應對話毋須取捨或對立，就好像大秀結尾的壓軸服裝那樣。

ESQ：這場秀在結尾時發生了什麼事？

SVF：那是我們與日本品牌Anrealage所合作的四套聯名服飾，設計師Kunihiko Morinaga (森永邦彥)對我來說宛如當今時尚界的科學家或詩人，他已研究科技布料多年，我們一起開發出這種會隨著陽光照射而呈現變化的布料。大秀發佈時是用紫外線燈來做示範，但在現實中你只要到外面曬曬太陽，身上的衣服圖案就會有黃黑白三色的變化。

我喜歡這種令人驚訝的效果，透過陽光，你的大衣印花變得更加狂野，讓時尚存在於科技與自然兩者之間。這是Fendi的重點精神——事情從來不是只有表面上看起來的那樣。

ESQ：本季在包款方面有什麼新的設計？

SVF：我從基礎單品開始著手，我想著眼於男裝基本款。男裝多年來都是走基本盤：灰色法蘭絨西裝、細條紋、駝色大衣……等，我想為年輕世代與未來設計一些不同以往的基本款。

我自問，品牌最基本的東西是什麼？就是我們的購物紙袋，它一直都沒變，當你想到Fendi，先想到的就是購物袋，包含最直觀的品牌經典黃。本季許多外套……我稱作錢包外套(The Wallet Jacket)，它們有專用的口袋裝入手機、耳機、信用卡，各種重要的東西都在你身上。盒箱與購物袋都是皮革製的，但在視覺上你看不出它們跟紙袋、紙盒的區別。

ESQ：經典Peekaboo包方面有什麼新的設計？

SVF：既然我在服裝設計融合了配飾概念，相對的，在配件設計上我也反過來使用服裝思維，所以有了毛絨製成的Peekaboo包款，也有麻花紋Baguette包，它們摸起來跟套頭衫一樣柔軟。我喜歡讓「配飾」和「服裝」兩者間進行對話。

ESQ：鞋款在這一季裡有什麼新的亮點？

SVF：主要分成兩類：高底的鞋靴與運動鞋。我喜歡高底鞋或者是鞋底很平的鞋，當你用它來搭配西裝或大衣時，會帶來不一樣的態度，只要換一雙鞋就會變得完全不一樣。鞋子是當前時尚圈的重點項目。穿上份量感十足的高底靴時，會覺得自己是個戰士；穿上超輕盈的運動鞋時，會覺得自己是個跑者——我們稱之為Fendi Flow。

ESQ：你會如何定義這一季的Fendi Men形象？比方說像上一季的時髦圍丁。

SVF：我會說這一季的Fendi男士更加摩登，風格將聚焦在都會和城市裡。穿上本季服裝的男士理應表現更性感的風情。

1. 與Anrealage聯名開發出能夠隨著陽光照射而產生變色的科技感服裝配件。
2. 融入18世紀行李箱文化與當代硬殼箱風潮的「旅行用Peekaboo包款」。
3. 包款就跟衣物一樣需要換季，使用燈芯絨製成的Baguette更適合秋冬使用。



2

3

拿手的配件設計在本季大放異彩，設計師還原品牌之於消費者的購物初衷，將專櫃紙袋與紙盒當作設計靈感，應用頂級皮革打造有著黑色外框的黃色皮革購物袋及吊飾；運用單一或多色印花、嵌花的所組成的鏈結Animalia圖印是本季最搶眼的季度視覺，並巧妙將經典FF Logo隱藏其中；秀上壓軸造型則延續Silvia Venturini Fendi獨到的聯名眼光，與日本品牌Anrealage合作多款變色外套與配件，這些科技布料能透過陽光（紫外線）帶來超乎想像的變色視覺。

彰顯時裝屋手藝的異材質拼接工藝也在本季玩到極致，從概念、比例、款式到精神，設計師帶來各種顛覆傳統的穿著體驗，西裝或外套的下襬或手袖，透過拉鍊拆卸就能作出版型與款式變化，讓精彩的對比性更甚以往。所謂的傳統服裝，不見得只能是外觀所能呈現的樣貌與用途——好比一只看似購物紙袋的精品包款、或是經過陽光洗禮而變色的外套——Silvia Venturini Fendi希望透過這種「眼見不一定為憑」的思辨，來為男性風格的規範提供一種時髦的解放與遠見。

藏有FF Logo的高底鞋靴極具份量，為整體造型大大加分。



THE STORY OF SHOES

一雙手工鞋的故事 林果良品

每一雙手工鞋背後，都有著一個時代的故事，製鞋數十年如一日的老師傅，在燈光下仔細打磨鞋底，拉幫鞋面，為的就是每個收到鞋的人，能享受最具風格且舒適的鞋履。

Text by Ken Huang Images: courtesy of 林果良品

擁有一雙手工鞋是形塑自我風格的第一步，然而現代男士買皮鞋早已習慣諸多國外品牌的成衣鞋，卻比較不清楚臺灣本身也有極佳的製鞋品牌。曾經世界數一數二的製鞋大國，在1976年極盛的黃金年代，更曾產量破億雙，一度獨佔世界第一，如今製鞋工藝卻退居歷史幕後，逐漸消失。所幸我們還有那些不願放棄的人們，依然以推廣紳士皮鞋為目標，為臺灣男士打造最美好的鞋履。

沒有淡旺季的製鞋人生

我們有幸參訪臺灣代表性的皮鞋品牌ORINGO林果良品（下簡稱林果），深入他們位於三重的製鞋工廠，第一線直擊「一雙手工鞋的誕生」：從鞋楦開發、設計師製圖、開版製作樣品、皮革剪裁、縫製、拉幫鞋面、黏合中底之後烘烤，最後拔釘上膠，縫上大底，每一個步驟流程，都是老師傅多年的經驗與手工，一個動作出差錯，鞋款就

會不如預期，是非常精緻的作業。包含相當重要的拉幫皮革、粘合中底，都是由一組師傅完成，維持品質數十年如一日。

「其實你看這些師傅，他們的專業度並不會輸給義大利的手工製鞋師傅。」ORINGO林果良品創辦人曾信儒信心滿滿，雖然大家看林果創業迄今14年，像是全新的製鞋品牌，但其實作為鞋廠第二代的他，更是在替這個產業尋找未來的可能性，把最優質的在地手工藝介紹給臺灣人。2020年全世界面臨疫情衝擊，在低迷的時代裡面林果當然也多少被影響，信儒提到他一度找不到方向，直到老師父一句話點醒他：「生意跟人生不是春、夏、秋、冬四季，只有淡、旺兩季；怨天尤人是淡季，努力耕耘天天都是旺季。」製鞋師蘇志雄如此對他說。不要失志，這都是暫時的，我們從那製鞋數十年的眼光中，看到智慧的光芒與不放棄的希望。

一雙手工鞋的製程





SIMPLE TEXTURE

極簡需要巧思

穿著可以簡約，但追求簡單並非只是單調的日常例行與循環。今年邁入140週年的法國品牌Montagut在本季秋冬探討極簡主義命題，越是單純的事物，就越需要深厚的功力與工藝美感鍛造之。

Text by 編輯部 Images: courtesy of Montagut

保持極簡 一往無前

品牌在本季秋冬著重保持經典元素，紡織紗線廠起家的百年功力一直是Montagut立足的驕傲核心，高級面料不僅帶來絕妙舒適的穿著體驗，也讓簡單但精緻的剪裁顯得更加不落俗套。所謂經典，即是無需太多贅詞誇飾，並憑藉對單品的選擇眼光與基本功，就能奠定絕對性的風格。

這種還原穿搭基礎的概念即是Montagut本季設計訴求，從極簡主義設計理論與包浩斯（Bauhaus）建築風格中汲取靈感，整體色調以沉穩的中性色調當作主軸，點綴以明亮對比色調為特點的單品，在沉穩與年輕化之間保持平衡，呈現簡單有力的搭配組合。

溫暖、和諧與優雅是本季設計語彙，以流線型美學引領當代精神，輕鬆營造魅力紳士的不凡品味。合身俐落的立領夾克是本季重點品項，以衣櫃必備品的存在為時序漸冷的氣候多了添購衣物的絕佳理由；美麗諾針織衫與休閒格紋襯衫的結合則是暖男氣質穿搭定番。

小巧思就能跳脫常規

越是極簡的設計，其美感體驗就越會反映在衣著輪廓與質感等細節，然而追求簡單並非鼓勵一成不變，一點點的反差與小巧思更能突顯其風格魅力。本季休閒服飾以講究的科技面料為主，就連運動服也帶來更加洗練的線條，並應用拉鍊和反光內襯的當代配飾手法，用細微設計塑造驚喜。

高領毛衣混搭運動背心是近年運動潮流掛帥的嶄新形象結合，讓溫暖紳士多了幾分好動的活力感；基礎的深色牛仔布料搭配鋼灰色、金色、藍綠色和閃爍紅等反映城市景觀的摩登色調，讓極簡精神注入現代氣息，在簡單中營造不簡單的穿搭方案，才是更貼近這個時代的服飾配件訴求。





(左) Raw Edges設計之Dolls座椅、(右)旅行用酒箱。

SAVOIR FAIRE @TAIPEI

藝術品般精緻 旅行時尚伴身

結合經典硬箱作品與Objets Nomades系列，本月開幕的Louis Vuitton Savoir Faire典藏作品展，不僅展現品牌位於巴黎城郊Asnières工作室的精湛工藝技術，更彰顯用心實現每一位旅行者心中夢想的牌核心精神。

Text by Joseph Chien Images : courtesy of Louis Vuitton

「Show me your luggage and I'll tell you who you are.」Louis Vuitton在1921年的一句廣告標題，言簡意賅點出每位旅行者與行李箱用品的巧妙關係。而品牌於1854年所創製出既實用又優雅的現代版行李箱，不但迎合當時的交通運輸模式，也改變了客人的生活形態，更是奠定Louis Vuitton成為行李箱專家的專業形象。

熟悉LV的君子都應知曉，品牌的行李箱從嚴格篩選皮革、仔細縫製、敲打至完工，始終秉持皮革師傅世代相傳知識和技巧，以最謹慎態度來達到卓越品質的要求。每一款皮件都見證品牌創立以來的專業和品味：藝術品般精緻細節，駕輕就熟的皮件處理技能，與不斷地追求品質的決心，共同建立行李箱絕佳耐用性的名聲。為了講究生活品味與細節的君子，品牌也提供滿足各種需求的訂製化服務：為了擺放香檳、威士忌和紅酒而設計的酒箱，內有放置杯子以及冰桶的空間方便攜帶；保證器皿安全的同時，也使顧客在旅行途中能夠享受小酌之歡。還有專門放置腕錶的硬箱，可分門別類收藏多支腕錶，讓藏家得以一目了然所珍藏的機械美學。

2020年秋冬男裝秀上首度亮相的Monogram Cloud與Monogram Mirror後背包硬箱，由品牌最具歷史代表性的法國Asnières工坊精

心打造而成，不僅展現出精湛的行李箱工藝，並使行李箱更具實用性且方便攜帶。Monogram Mirror後背包硬箱還可搭配選購一個採用Monogram印花布料、具有防水功能的專屬帳篷，凝望空間內藍天白雲的同時，即能瞬間踏上超現實之旅，啟程前往遙遠的異國，或彷彿置身於庭院的舒適天地。

展覽的另一項重點：Objets Nomades系列，則是一個不斷擴展的限量、可收藏的家具寶庫。靈感源自於品牌的旅行DNA以及基本精神的重新詮釋，多方與當代極富創意的設計大師們合作，創造別出心裁的輪廓、材質與產品。此次展覽將可鑑賞到Andrew Kudless設計的Swell Wave Shelf置物架、Campana兄弟的Bulbo皮革座椅、Raw Edges的Dolls三元素式座椅、Marcel Wanders的Diamond Sofa鑽石沙發，以及Zanellato/Bortotto迷幻風格的曼陀羅屏風。還有一項2020年全新發表的Babyfoot手足球檯，其中手足球檯球員以1921年廣告角色 Groom為靈感所設計，每一個皆是手工鑄造的鋁質人偶，再由專業藝術家以巧手繪製隊服顏色，搭配訂製帆布或皮革遊戲檯，充分彰顯Louis Vuitton的品味風格與專屬歷史。



Babyfoot手足球檯

WHAT IS AVAXHOME?

AVAXHOME-

the biggest Internet portal,
providing you various content:
brand new books, trending movies,
fresh magazines, hot games,
recent software, latest music releases.

Unlimited satisfaction one low price

Cheap constant access to piping hot media

Protect your downloadings from Big brother

Safer, than torrent-trackers

18 years of seamless operation and our users' satisfaction

All languages

Brand new content

One site



AVXLIVE **ICU**

AvaxHome - Your End Place

We have everything for all of your needs. Just open <https://avxlive.icu>

的Montblanc萬寶龍，肯定是君子們的最佳選項。

精心製作的萬寶龍皮件，優質皮革結合簡約經典的設計，可謂是奢華與品質的代言詞，尤其是「大師傑作 (Meisterstück)」系列中，採用粒面軟皮製成的精美作品，更是行家們的最愛。相較於一般皮革，取材自最珍貴、最具韌性之牛皮層的粒面軟皮，再加上專業工匠繼承悠久傳統的製作工藝，更加提昇它的手感與觸感。近日在臺面市的萬寶龍大師傑作粒面軟皮系列，樣式經過重新設計，更為時尚俐落，恰巧反映出當今商務生活。選用全新霧面柔軟皮革打造的包款，融入打破商務、休閒界線的大膽思維，不管是工作場合或是日常穿搭，均可營造出瀟灑魅力。男人別再只有一個皮夾而已，時常在機場或航班上看到、專業人士最鍾愛的萬寶龍皮件包款，最是男人犒賞自己、商務休閒兩相宜的實用配件。



MORE THAN A LEATHER BAG

君子必懂的大師傑作

誰說男人就不能愛名牌？男人就不能有好幾個包？
找尋商務工作與休閒工作兩者之間，皆能輕鬆替換運用的皮件包款，
肯定是蛻變為成熟君子必要修習的重要功課。

Text by Joseph Chien Images : courtesy of Montblanc

對男性來說，從步入社會、辛勤打拼開始，第一項選擇入手的精品，常是一個體面的皮夾。事實上在男人成熟之後，就會逐漸發現皮件的適當運用，可以大幅提昇個人的整體質感與。試想像，步入與客戶交流討論或商業談判的會議裡，你喜歡手上拎著寬口軟質帆布的托特包，還是提著整齊硬挺皮革的公事包？走進商務論壇安排的五星級飯店，你希望肩背著塑料尼龍布、廠商餽贈的大背包？還是素色厚皮革、舒適觸感的軟皮後背包？整體質感的高低，不言可喻。

除了皮夾，男人還需要哪些包款？平日可手提與運用細皮帶來單肩、斜肩背的公事包，加上可放入印刷品與平板電腦的文件夾，就能應付多數商務需求。進階至差旅頻繁的主管，不妨再購入中小型行李袋，寬口的牢固拉鍊，方便放置衣物；內外分隔方便物品取用，再搭配肩帶會更能靈活運用。晉升到「空中飛人」跨國商務人士，就要添購舒適的後背包，在轉乘交通工具、肩背貼身重要物品的同時，能空出雙手來處理突發狀況。那麼，該選擇哪個精品品牌的優質包款呢？創立於1906年



What MOVES YOU, MAKES YOU

向心而行 自有所成

不竭追求的熱忱，成就了現在的自我。

陳坤，一位光鮮亮麗的男演員，近來會受到精品品牌 Montblan 萬寶龍的青睞，邀請擔任品牌代言人，被重視的不只是舞臺上的精采演出，更包括他在步下舞臺時，對於普羅大眾所散放出的溫暖與光亮。

Text by Joseph Chien Images : courtesy of Montblanc



聽到陳坤這位男演員的名字，你首先聯想到的關鍵字是什麼？是電視劇《金粉世家》裡的金燕西？還是電影《畫皮》之中的王生？亦或是徐克執導劇作《龍門飛甲》裡的雨化田？這些形象，都是陳坤站在表演舞臺上、演繹地活靈活現的角色。然而，若是你再進一步去瞭解他，那個步下舞臺、依然持續前進的陳坤，不難發現到主持心靈公益計劃「行走的力量」的他，以及與藝界好友們共創「山下學堂」的他，早已綻放出迥異於其他藝人的生命光芒。

行走的Move 身心一同邁步往前

古諺云：「萬事起頭難。」而當一件事、一項計劃能夠持續運作長達10年之久，尤其還是一個關於心靈建設的公益項目，相信其中的難度亦不亞於那起心動念之時。2011年，甫創立個人工作室的陳坤，立刻發起了命名為「行走的力量」的公益計劃，冀求引領著志同道合的人們，以最基本的行走動作，配合著「止語」的靜默形式，讓身體活動、心靈平靜，「以行走觀照內心，在安靜中喚醒內心力量」，藉此鍛鍊心智、傳遞正能量。這個Move，是身體的行走，也是心念的行動。而今，2020年已邁入第10屆的計劃，面對新冠肺炎疫情依然照常舉行，「十年，行走不止」的主題，與20位來自各地、通過三輪篩選的行者們，前往內蒙古草原，展開為期一週的行走行動。

十年間，西藏、青海、喜馬拉雅、敦煌、香格里拉、川藏、滇西北、四川等等各地，都曾留下了陳坤與夥伴行者們的行走足跡。曾經的他，在演藝事業上的刻苦打拚後，收獲無數的鮮花與掌聲的同時，陳坤卻因這突如其來的名利而變得抑鬱；無法掌握的人生讓他感到悲傷、厭世。幸好，他努力地用行走來自癒了。「行走，只要開始，就不會結束。」從第一年前往「世界屋脊」西藏的行走，來到第十年在內蒙古草原上，藉由「營地生活」的學習，倡導回歸生活本來的美好，「只有內



心的平靜，才能夠幫助你解決和面對外部世界的變化。」年復一年、日復一日，持續Moving的陳坤，持續地發熱發光。

教學的Move 提攜後進不遺餘力

舞臺下的公益貢獻之餘，陳坤也把對於表演上的熱情，竭盡所能地想要傳遞出去。由華人名導演陳國富，和演員陳坤、周迅於2017年共同創辦，後續還有導演烏爾善、演員舒淇加入行列的「山下學堂」，就是一個以「表演」為教學主軸的學校。陳坤在接受媒體採訪時曾表示，從「需要一個純粹探討表演空間」的起心動念，三位演藝界好友就在完全不顧營運績效、單純提倡表演的共識下，毅然成立了山下學堂，「它更像是一個由夢想驅動的實驗室。」

相較於山下學堂中的「大師班」、「職業演員班」，陳坤投注了較多的心力於非專業演員入門的「新人班」。在學員們眼中如同班主任、甚至是「大哥哥」形象的他，會透過信件之類的平等溝通管道，來循序教導著每一批熱愛表演的弟妹們。就像是其近來為Montblanc萬寶龍所精心拍攝記錄的影片中，由陳坤親自配音朗讀的

手寫信函，正是他親筆寫下紙條、提供個別指導給每一位學員的循循善誘。「我們重視學員們的自主性，讓每個人依據自己的特性來自由發展。」影片並呈現出山下學堂的學員參加表演課、即興表演和跳舞等課程的每一個時刻。這個故事闡述著一位將自身熱情與興趣積極回饋社會的人，目的是為了激勵人們追求真實且充實的生活。「這是個獨一無二的學堂，因為有獨一無二的你。不錯過每一次好奇，不落下每一段成長。」從旁引領著學員們的成長，陳坤和其他創始人都冀望他們能夠順利地進入劇組、步上舞臺，完成自己心底蘊藏已久的夢想。

對表演的熱愛，推動（Move）了陳坤站上舞臺，獲得人生的成功；這樣的動力，他也藉由創設學校的教學，無私地傳遞給同樣擁有表演熱情的後輩們。心靈上曾經的困惑，陳坤也以行走的Move來自我療癒，更進一步將善念推播了已有10年之久；「向心而行，自有所成。（What Moves You, Makes You.）」，陳坤真可謂是一位世人眼中成功卓越的熱情實踐家（Mark Maker）。

Best DIRECTOR of Fragrance WARDROBE

香氛衣櫥的最佳導演

法國精品香氛品牌Maison Francis Kurkdjian向來以優雅、古典與奢華並存的精緻藝術在沙龍香界佔有一席之地，在打開這座香氛衣櫥之前，你得先了解品牌靈魂調香師Francis Kurkdjian在想什麼。

Text by Chelsea Su Images : courtesy of Maison Francis Kurkdjian



Francis Kurkdjian被稱作天才並非浪得虛名，早在26歲那年為Jean Paul Gaultier所調製的香水作品Le Male開始，他的初試啼聲之作就此一砲而紅，直到現在還在全球銷售榜上留名，也就此展開他璀璨亮麗的調香生涯；30歲時榮獲在法國有著香水界奧斯卡的François Coty Award終生成就獎，在這個一般人事業正起飛的年紀就有此成就，實在不是簡單的事。

細數他的創作生涯，曾為Giorgio Armani、Yves Saint Laurent、Acqua di Parma、Dior……等高端時尚品牌創作香水，但這位聚集才華與名聲於一身的天才不甘只是為人抬轎，腦海裡靈感迸發的他一心想擔任自己香水作品的導演，於是

在2009年用自己的名字創立了香氛品牌Maison Francis Kurkdjian。其首創且不斷強調的「香氛衣櫥」——「每款選用的香氣都呼應當下的心情與服裝」概念，相當程度地顛覆了一般人使用香水的習慣。

這次適逢品牌再度帶來最新力作「L'Homme À la rose 紳士玫瑰淡香精」之際，我們專訪這位人人尊稱天才調香師的Francis Kurkdjian，他大方與我們分享創作理念，以及香氛創作之於個人的幕後故事。

Esquire (以下簡稱ESQ)：你如何走上調香師這條路？

Francis Kurkdjian (以下簡稱FK)：

我並非出身調香世家，青少年時期的我曾想成為古典芭蕾舞者，但在一次比賽失利後，我想著除了舞蹈跟音樂，自己在成長過程中對於時裝與奢侈品那樣的手工藝世界一直嚮往不已，便將人生方向轉往時尚。但很不幸地，我似乎不太有繪畫天份。14歲那年，我在雜誌上讀到一則關於調香師的報導，那像是一個啟示，從此之後我沒再懷疑過自己作為調香師的這個選擇。

ESQ：談談對你來說別具意義的香水？

FK：我從來不眷戀回顧過去，調製香水時也一樣。每個我正在創作的氣味作品，就是我當下最感到興奮，並且深深著迷的最愛。

ESQ：你如何佈置自己居家空間的氣息？

FK：我愛用美好家香（Homes Sweet Homes）系列的芳香蠟燭。在現在這個被限制出門的時候，我大部分時間都待在位在巴黎的家。所以我開始創造屬於自己的蠟燭衣櫥，挑選那些符合我心情和能量狀態的香氣，例如從一早的La Trouverie到下午的Aqua Universalis，最後則是以傍晚的Au 17做完美的收尾。

ESQ：你對原物料的選用上特別喜歡或不喜歡的嗎？

FK：我不是會被原料影響意念的調香師，我發自內心覺得原料只是協助我把心裡想像的氣味，用好玩的方式具體化的工具。原料之於調香師就如同文字之於作者，或者顏色之於畫家。我喜歡這世上所有的氣味，它們是這世界上生命的一部分。所以我會說，凡是能幫助我完成近期創作的，就是我最喜歡的原料。

ESQ：你對於某些品牌強調「混香」、「疊香」的效果的看法為何？

FK：我絕對不贊成混香，每一款香水都是以最好的比例精確調配而成的。就像來到一間頗有名氣的餐廳，你點的無論主菜或甜點，送上來就是最完美的配搭，你不會隨意拆解，這道理跟選擇香氛是一樣的。

ESQ：請簡述你一天（甚至一週）的工作內容？你最喜歡這份工作的哪一部分？

FK：因為我的香氛事業經常需要和來自世界各地的人交流、開會，時常覺得調香師這份工作最迷人的地方在於——我們沒有所謂典型的工作流程。我的一天通常這樣開始：一大早起床大致瀏覽及回覆電子郵件，我能坐在我的位置上半天之久；如果我正在創造一款作品，我就得花費更長的時間準備。接下來我會出發去我主要的工作室與同事碰面，和我的商業夥伴、私人秘書及公關同事討論新品發表事宜；或者和我的產品經理討論我的新計畫。這份工作最吸引我的地方是「創造美」，給予那些體驗過我的作品的人無可取代的快樂。

ESQ：調香師是否需要在某種心情或精神狀態之下才能工作？



La Trouverie佩爾什鄉村農莊香氣蠟燭_\$2,980。以薰衣草、迷迭香、百里香交織成清新的香草氣息，喚起Francis Kurkdjian童年時期與表兄弟在法國鄉間探險的純真記憶。



Aqua Universalis永恆之水香氛蠟燭_\$2,980。以明亮的海洋香氣、百合與甜橙，搭配微量木質麝香，是任何場合都適用的永恆之水實體化身。

FK：創作香氛需要非常開放的心胸與靈魂，鼻子只是媒介。仔細聆聽及體會圍繞在我們周圍的事物，在充滿創造力的狀態下，才會知道如何把故事傳達進香氣裡，我認為這是最重要的事。

ESQ：從發想到完成，你創作一款香水需要多少時間？

FK：大致上來說，調製一款香水大概需花費18個月。初期我需要一段時間深思熟慮，在腦海裡回顧自己的情緒與感知，同時想像不同香氣相互調和的樣子。我從來不為自己設定任何規則，但我沒辦法在心裡沒有主題靈感及故事情境的狀態下調製香水。當我覺得自己對於要做什麼、要去哪裡有非常清楚的想法時，我就會開始著手實踐——前往實驗室調製配方、開始創作，完成後發表。

ESQ：L'Homme À la rose 紳士玫瑰的創作起源為何？

FK：幾年前，我跟品牌CEO兼共同創辦人Marc Chaya討論到，我們調製的皇后玫瑰（À la rose）、玫瑰之水（l'eau À la rose）都是為女性而生，難道男性就沒有穿戴玫瑰香氣的權利嗎？我不這麼覺得，於是很快地，紳士玫瑰（L'Homme À la rose）的單字組合浮現我腦海，我們非常喜歡這個名字，也認為發展故事的可行性極高，於是才有後續發展。

ESQ：你會建議現代男子如何挑選香水、找到自己最適的氣味？

FK：選擇香水就像談一場戀愛，你可能會一見鐘情，也一定會找到一生摯愛……畢竟這就是時間的課題，就如同你需要花時間了解一款香水的前調到後調。痕跡對我

來說是香水最重要的一部分，而且香水絕對是為被穿上而生。所以請不要猶豫在自己身上嘗試不同款式的香水，直到你有了真切的想法為止。[2]



L'Homme À la rose 紳士玫瑰淡香精 70ml_\$6,980。

Men Glamor With Rose

秋日玫瑰男香

秋意漸濃，天氣漸漸涼了起來。除了服裝，你的香水衣櫥也是時候換季。何不嘗試以玫瑰為主調的木質調香氣，輕輕傳遞你的沉穩魅力？

Text by Chelsea Su Images: courtesy of Unsplash、各品牌

玫瑰被稱為花中之后，容易被和諸如「熱戀」、「性感」……等描繪女性的詞彙做聯想，因此被歸類為專屬女性的味道。但其實從歷史上看來，玫瑰本身就與男性有著莫大關連，例如在古羅馬時代，貴族長老召開秘密會議時習慣掛一束玫瑰在門上，演變成後來「Under the Rose」有著請勿打擾的意涵。

另外，情人節送玫瑰花這項傳統也是其來有自，且充滿英雄主義色彩。古羅馬時期有一位遭拘捕的基督教徒，在受刑期間與獄長雙目失明的女兒相戀，他被處死後，女子在他墳墓前種下玫瑰以表情思。在玫瑰柔性的外表下，其實暗藏著雄性力量的這項特質，讓玫瑰雖然較少被應用在男香，卻始終佔有一席之地，就連被譽為天才調香師的Francis Kurkdjian也在近期為男性爭取穿戴玫瑰的權利。

告別酷熱夏季慣用的馥郁花香調，時序漸入秋，開始進入玫瑰生長的季節。這個時候穿上以玫瑰為基調的香水再適合不過。以下幾款閃耀在香水歷史上的玫瑰香水，不僅是某程度上向歷史上的男士致敬，也為現代男士日常帶來絕對迷人魅力。

耐聞系玫瑰木質香

香水系列一向受到文青香迷追捧的Aesop，在今年中推出的Rôzu馥香水令筆者大為振奮，Rôzu讀音近似日語口音化的Rose，恰巧說明了是將玫瑰氣味原型做了微妙的轉譯，採用名為夏洛特·貝里安 (Charlotte Perriand，與法國現代主義設計師同名) 的日本瓦巴拉庭園玫瑰，結合苦橙、佛手柑、紫蘇、些許胡椒辛香，以及尾調的檀香、岩蘭草、麝香，煙燻木質調香氣再度凸顯玫瑰的獨有香氣，聞起來既強烈又柔和，既細微又廣闊，除了是一款花香融合木質調的香氣經典，更是不限性別的中性香代表作。



Rôzu馥香水50ml_\$5,300 by Aesop。

胡椒與玫瑰的驚喜融合

熱愛花卉的藝術家Jean-Michel Othoniel以一系列水彩結合金箔與水墨的繪畫及雕塑作品聞名。在2019年巴黎羅浮宮玻璃金字塔建成30週年時，他在由魯本斯 (Rubens) 創作的油畫作品中，發現一朵新婚男女在互致誓詞時掉在地上的玫瑰，進而有了將這朵玫瑰化作香氣故事的起心動念。他將玫瑰、粉紅胡椒、黃葵籽與廣藿香巧妙結合，讓整體作品帶有更令人驚豔的多重香氣，是更罕見、更高端的嗅覺驚喜，實為一款擁有無比罕見力量的香氣鉅作。



Othoniel Rosa淡香水100 ml_\$5,300 by Diptyque。

2020 ART TAIPEI官方時計
HUBLOT宇舶錶以Big Bang
Sang Bleu II 墨藍計時碼錶皇金
款，完美展現時間之美。



THE SHORT STORY EXHIBIT & PLAY



楊順發，嘉義縣東石鄉掌潭村，2016，90x126cm，藝術微噴、無酸相紙。

2018年創立的「台灣藏家聯誼會」也在過往3年持續舉辦「台灣藏家收藏展」，藉由收藏作品的規劃拉近與觀眾的距離，今年亦推出與ART TAIPEI相互呼應的「Art for the Next」，立足在地收藏，落實「產、官、學、藏」藝術生態鏈的推動策略。

鼓勵藝壇傑出後輩，也是ART TAIPEI所肩負之承先啟後的重要角色。與文化部自2013年開始合作的「MIT新人推薦特區」，今年則是增添關於原民文化的延伸探討，與原民會攜手從文化經濟面向，考量共同推動原民文化發展政策，在ART TAIPEI展出「原住民新銳推薦特區」和「資深原住民藝術家特展」。資深原住民的主題策展不談原權、土地、政治等批判性的嚴肅議題，而是從另一個角度來認識台灣瑰寶文化中生活美好的一面。

ART TAIPEI 2020 登藝術之峰 造美學之極

當新冠肺炎疫情讓世界的腳步變慢了，藝術依舊是撫慰人心的重要源泉。即將於10月23日開展的2020 ART TAIPEI台北國際藝術博覽會，仍將排除萬難、如期舉行，延續這即將邁入第27屆，已是世界矚目焦點的年度藝壇盛會。

Text by Joseph Chien Images: courtesy of 社團法人中華民國畫廊協會

時節已近深秋，國內藝壇都會開始期待著亞洲的藝術盛會「ART TAIPEI 台北國際藝術博覽會」，而在全球處於新冠肺炎疫情的陰影下，2020年的此一藝術展會更是受到全球藝文界的注目。1987年創立於瑞士蘇黎世的MAI 36 畫廊 (MAI 36 GALERIE)，2020年都將首次參展 ART TAIPEI，相信就是最佳的例證。國際知名杜塞道夫學派的藝術家Thomas Ruff、Pia Fries，馬格納斯普萊森 (Magnus Plessen)，以及自1988年就由MAI 36畫廊代理之重要攝影家羅伯特梅普爾索普 (Robert Mapplethorpe) 的經典系列，想必將會帶給亞洲藝術鑑賞者們不同的欣賞體驗。

ART TAIPEI每年用心策劃的特展，最是令人趨之若鶩的藝術靈魂食糧。繼過往3年以時間序鋪陳的「台灣前輩藝術家」、「台灣戰後藝術家」以及「台灣解嚴後與當代」三大特展，今年則策劃了「彼邦·吾鄉—東南亞戰後留台藝術家特展」，整理1950年代後期留學台灣的僑生作品，展現留台僑生歸國後如何將汲取自台灣的藝術能量在故土澆灌，培養出藝文的花朵。另一方面，

在公共藝術主題方面，繼2019年邀請香港藝術家黃宏達、以色列藝術家Beverly Barkai等人的精美作品，今年將曾遠赴巴黎展出於羅浮宮金字塔內，年僅45歲的日本當代藝術家名和晃平之名作《Throne》，帶入ART TAIPEI展覽之中。作品打造出一座金色的王座，飄浮於金字塔中心，引發人類思考自文明開始所遺留下來的權力體制，並思考未來的可能性。與環境空間互動的藝術展覽，還有以台北101為主角的「表裡之城Visualizing the City」。對於許多台北市民而言，台北101已是無所不在：從101觀看城市，也從城市中凝視101。曲直並陳，人們的城市記憶在當下形塑出想像的共同體；在視差、全景、座標及鏡像的形式表現裡，體現建築內外、互為表裡的錯縱複雜。

最後，ART TAIPEI還積極將台灣藝術推薦給全球，成功與世界最大藝術品消費電商ARTSY締結合作關係，以藝博會主辦方的角度一次性導入台灣畫廊的資料，進而將台灣畫廊行銷至國際；另一方面，也疏通了與ARTSY的交流渠道並建立良性互動機制，有助於為台灣畫廊未來與國際電商接軌而提供策略、累積經驗。十分期待於2020年的ART TAIPEI，每位參觀者都能將美感經驗內化為深刻感悟，在這夙興夜作的一年裡依然保持著對藝術的熱情火種，共同參與這場彌足珍貴的藝術盛會。👉

▶ 2020 ART TAIPEI 台北國際藝術博覽會 ◀

公眾展覽：2020/10/23 (五) ~ 10/26 (一)

展覽時間：11:00~19:00 (10/23於14:00開幕，10/26提前至18:00閉幕)

展覽場館：台北世貿中心一館

展覽地址：台北市信義區信義路五段5號

The one and only in Lifetime

翻開刻在心底的印記——ESQ&A 曾敬驊、陳昊森

對於80年代臺灣受到壓抑的同志故事，在才通過同婚不久的現在看來還以為是幾百年前的傳說，事實上這樣的情感迫害在幾十年前真實存在。《刻在你心底的名字》就是這樣一部具有史詩意義的青春電影，新生代演員曾敬驊與陳昊森的演出令人驚艷，兩人在藉由作品提醒著我們無需再為與多數不同的性別認同而懷抱罪惡的同時，也大方與我們分享身為演員的價值觀，以及本片幕後拍攝故事。

Text by Chelsea Su Images: courtesy of 氧氣電影

那是在1987年臺灣剛戒嚴時所遺留下的青春碎片。在那同志被視為異類的年代，打從在學校游泳池初見王柏德，原先建構在張家漢腦海裡的世界像加上了濾鏡，一瞬間由黑白變彩色。儘管從小到大接受的教育不停告訴他「愛上同性有罪」，可他卻只在與王柏德在一起的時刻才真切感覺自己活著。

片中一個瘋瘋的、一個很正常（到結局實則翻轉的）王柏德與張家漢，分別由兩位新生代強勢崛起的演員曾敬驊與陳昊森飾

演。兩人演出經驗還不多，因此導演的適度引導絕對重要。而具備識英雄的慧眼，進而探索與挖掘演員最深層的潛能這件事，想來正是執導偶像劇成績單相當出彩的導演柳廣輝與監製瞿友寧最為擅長的。

曾敬驊與陳昊森回顧彼此在拍攝一年前相識，剛開始藉由一堂堂的表演課、蒙上雙眼的肢體接觸，感受彼此細微的觸碰與情緒；到開拍的前一個月，兩人也在劇組安排下開啟同居時光，並天天寫交換日記，日積月累長成了相互扶持的默契。儘管

兩人私下並沒有真的時常膩在一起，但到了拍攝當下，陳昊森坦言內心總會有一個「我愛他」的直覺竄出，感受到兩人之間好像有一條無形的線繫著彼此。

從片中兩人一個舉動，甚至一個眼神都有著藏在壓抑表象下擋不住乾柴烈火的表演層次，總讓人有點難相信他們這是第一次合作，甚至忘了兩人其實都還不超過25歲，在不遠的將來，還有著無窮潛力。



→在電影《刻在你心底的名字》裡，陳昊森（左）飾演張家漢、曾敬驊（右）飾演王柏德。

Esquire（以下簡稱ESQ）：請與我們談談你們眼中的監製瞿友寧和導演柳廣輝。

曾敬驊（以下簡稱驊）：瞿導像爸爸，在表演上總是能給你一個清楚的方向去盡情嘗試；柳導像媽媽，總有許多親身經歷可以分享。他們都能給予我很大的安全感。

陳昊森（以下簡稱森）：瞿導感覺溫暖但其實很嚴格，但他非常愛護演員；柳導隨時都有很多故事可以說，總是溫柔的回應我的每個問題。我覺得能跟他們一起工作是很幸福的事情。

ESQ：請與我們分享在現實生活中，那個曾經「刻在你們心底的名字」。

驊：我的初戀陪伴了我大學的時光，偶爾看到學生情侶放學下課，一起去搭車、吃晚餐、看電影，就會想到她。

森：我阿嬤從我有記憶以來從沒看過她生氣，這幾年她過世，我曾經跪在她的照片前哭了很久，覺得為什麼老天爺要用病痛折磨那麼善良的阿嬤，為什麼我的電影不能讓阿嬤看見。到現在我還是會寫信給她，她的善良始終被我放在心底，我答應過她要做一個善良的人。

ESQ：在片中你們都是樂隊成員，能與我們分享音樂對你的影響嗎？

驊：影響我最深的是George Benson的《Nothing's gonna change my love for you》，還記得小時候家裡的播放器裡面只有這首歌，每天晚上都跟姊姊一起聽到入睡。

森：音樂是陪伴我長大的朋友，小的時候家裡比較嚴格，幾乎沒有跟朋友出去玩的机会，每天就是和琴相處，那段過程中讓我學會了獨處，這也是演員非常需要的一種能力，謝謝小提琴。

ESQ：影響你們最深的一部影視作品？

驊：電影《壁花男孩》讓我想起我的學生時期，那個安靜又善解人意的男生可能跟學生時期的我有一點點相似（笑）。但整部戲最吸引我的還是那種明明很靠近卻無法跨越的愛情距離，為什麼人總會愛上跟自己不對襯的人呢？因為人總是會選擇自己覺得值得愛的人。

森：《獅子王》，我相信成功不是單靠一人努力的，在成長過程絕不能忘記一路上的夥伴、家人，我都要求自己盡量記住所有和我工作過的朋友們，但真的好容易忘，所以我現在會帶小本本隨身紀錄。

ESQ：心目中理想演員的典範？

驊：瓦昆·菲尼克斯（Joaquin Phoenix），

其實我最喜歡他的一部作品不是《小丑》，是2010年的一部作品《我仍在這裡》（I'm Still Here），以及2013年的《雲端情人》，喜歡他的古怪個性，不油膩且穩定的發言態度，爭取動物權益這塊更是讓我覺得他很帥氣。

森：李奧納多狄卡皮歐（Leonardo DiCaprio）。

ESQ：兩位覺得無論是在生活或是事業層面，聽過別人給你最好的建議是什麼？

驊：努力的人一定會被肯定的，事實的真相總會有人知道的。

森：持續努力。我很喜歡彭于晏說的一句話：「如果有努力做不到事情，那就是更努力。」

ESQ：兩位心中最理想的生活模式大概會是什麼樣子呢？有沒有特別收藏嗜好？

驊：我想要過的很平凡，家旁邊有舊鐵軌，下午可以跟家人沿著鐵路走回家。想要收藏古董車。（有錢再說……）

森：我希望能夠住在山裡，然後時常帶家人到處走走看看。我喜歡藉由收集實體CD、卡帶和DVD來收藏自己愛的作品。

ESQ：在辛苦的工作後，你們通常都會用什麼方式來犒賞自己？

驊：一頓火鍋大餐，我是火鍋狂熱者。

森：好好的吃一頓飯、在家泡一杯美祿喝。

ESQ：如果讓你們來解釋，會覺得什麼是「Esquire」？

驊：隱匿在人群中沉默著，卻時時刻刻給予別人幫助及關心。例如莫子儀，他待人非常有禮；我也很喜歡他說話的節奏，聽起來很舒服。

森：我心中的Esquire應該是很有個人特色和反差感的，像是防彈少年團V金泰亨，雖然有很像活在異次元的個性，但上了舞台就是換了一個靈魂、充滿魅力。我覺得就是那種陶醉在自己愛的事物啟發了我對於藝術的想像，我也想找到那種享受的感覺。☺

CHEN UEN, THE ONE

千年一鄭問

「我總是在追尋，嘗試著捕追虛幻與無邊的可能性。」

只有鄭問，才能夠告訴大家他自己是誰。

Text by Joseph Chien Images: courtesy of 大辣出版、牽猴子整合行銷



《千年一問 CHEN UEN：鄭問紀錄片》
大辣出版

緣份，有時真的很奇妙。雖然人生中的第一部漫畫，並不是鄭問老師的作品（而是當時家喻戶曉的《淘氣阿丹》、《娃娃看天下》和《老夫子》），但第一次鍾愛到用「剪報」方式來蒐集的漫畫，就是鄭問老師曾於時報周刊上連載的《戰士黑豹》。之後因搬家而丟失了它們，也未有緣蒐集到單行本，但是那特殊的人物設定、奇幻故事內容，和連載漫畫的鋪陳結構，甚至還有《裝甲元帥》的番外篇，對於一個未滿10歲的國小男孩來說，就是新鮮有趣的奇幻新天地。國中短暫的水墨畫學習，在閱及鄭問老師的《刺客列傳》之後，更是驚為神作。不論是筆觸和構圖，都迥異於學生臨摹的梅蘭竹菊，卻又是如此磅礴大器，叫人不愛也難。自此之後，雖稱不上鐵粉，仍對於老師作品保持密切關注，面對他猝逝的惋惜，也與普羅大眾相同。

透過群眾的募資管道，在紀錄片上映前提早拜讀這本《千年一問 CHEN UEN：鄭問紀錄片》，才發現到自己之前對於鄭問老師的知之甚淺。如同董陽孜老師的題字，「千年一問」，一位誕生於桃園

大溪的漫畫家，雖是靜默地耕耘著一筆一畫，但是在他58年的生涯中，所震撼的力道早已遍及臺灣、香港、日本與

北京、珠海等地，然而在一點一滴地閱讀咀嚼裡，赫然發現到這本著作與這部紀錄片，製作上難以想像的高困難度。



要講鄭問老師，好似難就難在他的寡言。仔細耙梳，老師極少接受媒體的公開採訪，談自己和他的無數作品，因此要更為完整地瞭解鄭問老師，真是一個製作拼圖般的過程，而且似乎在拼整的同時，會發現到這張圖遠比原先想像的要大很多。每位出現在鄭問老師生命裡的人，都是一塊寶貴的拼圖。看似以地域來切分的章節，其實也隱含著時間序的鋪陳。而透過一篇篇規格簡明的Q&A訪問，好似不同的繪畫技法，有工筆、也有潑墨，似水彩、又似油墨，可黑白、也可彩色，層層堆疊出鄭問老師的容貌；共同的反饋，都有著相類似的闡述：無私、付出，和驚豔。他看似沉默無語，卻是會主動打電話給香港的溫紹倫，希望能夠與黃玉郎合作《大霹靂》的人。即使

在世時未曾有機會與日本的池上遼一見面，兩人卻早已用《東周英雄傳》等畫作，有了精神層面上的對話。花了最多心神閱讀的，是鄭問老師的臺灣助理們，對於老師的點滴細述。助理群中被鄭問稱為「二師兄」的蕭言中，說來最是貼切：「他所有生命的每一秒，都是獻給漫畫。」在歌詞創作者巴布狄倫（Bob Dylan）都能夠獲得諾貝爾文學獎肯定的現代，臺灣是否也能將漫畫家鄭問老師的精心作品，推上Fine Art的境界來看待呢？

閱畢此書，即使依然熱切期待著十月初的紀錄片上映，但心底也知道電影勢必無法如書籍一般，鉅細靡遺地承載這字字句句，是可惜、也是不得不的取捨。誠心建議，若在觀賞紀錄片之後仍感到意猶未盡，細細咀嚼這本書作，相信必能讓熱愛鄭問老師畫作的心靈，獲得寬心滿意的飽足感。或是，「喜歡我作品的讀者，就去看我的漫畫吧！我想說的，都畫在漫畫裡了。」

」

的聲音宛如蔓延在夜晚的Club，伴隨電吉他的幽幽聲響，不斷出現的擬聲發語詞像是一種惡趣味的牢騷（更別說那幾乎貫穿整張專輯的Oh Yeah! Come on! Alright!），唱著「已經過了會去思考未來的年紀」，然而對世間觀察的諷刺眼光卻更為精準；承襲而來的〈台北人沒有鄉愁〉交織著12小節藍調與牛仔鄉村樂，輾轉於輕快與緊湊間；在兩段復古味濃郁的起頭後，〈真正的愛情〉將情緒竄回樂團正宗Proto-Punk本色。

由左至右：吉他手兼主唱阿強、吉他手大頭、鼓手東祐、Bass手冠伶。

NEVER FADE AWAY 四十困惑

是的，這是中年的故事，專輯名稱都開宗明義指出了。臺灣樂團八十八顆芭樂籽（88 Balaz）近期推出生涯第6張錄音室專輯《我的心正為你這個中年翹臀燃燒著！》。

中年龐克，不像少年維特那樣煩惱，厭世不是人設而是靈魂不可分割的部分，很多苦悶參酒吞肚笑笑就好。

Text by 郭璇 Images: courtesy of 獨一無二娛樂文化、Sony Music

若說四年前讓樂團獲得金音獎「最佳現場演出獎」與「最佳搖滾專輯獎」的《龐克佛洛伊德》是一次夢境式的史詩級寓言；新專輯就是這匹龐克醒來後重新面對世界的姿態與觀點。身為創作核心，八十八顆芭樂籽的內容始終以主唱兼吉他手阿強（Balaz Lee）的人生體悟為主幹，新舊兩張專輯間，樂團經歷長時間世界各地的巡迴，《我的心正為你這個中年翹臀燃燒著！》稱得上是他步入不惑之年後的困惑總結。

樂團第一次找來專職A&R（Artist and Repertoire）來為作品提供判讀意見——由製作人李百昱（前張三李四團員）兼任，並於歌曲製作初期就參與討論，也間接幫助團員用減法哲學思考編曲架構。但這不代表樂團就因此變得世故或流行化了，尤其對八十八顆芭樂籽這種一直很重視歌曲Grooving的吉他派來說，所謂的進化，不需要討好的合成器聲響。新專輯有著一如往昔的搖滾四件式組合，保留過往那種充滿「人味」的編曲追尋，但樂器間彼此空隙顯得更為輕鬆舒展。這種經過深思熟慮後所萃取出來的狂野與反叛，似乎也更貼近中年苦悶的主題訴求。

開場曲〈午夜城市旅人〉用復古鼓點與老式藍調旋律帶出，阿強



八十八顆芭樂籽《我的心正為你這個中年翹臀燃燒著！》

把〈女孩〉這種悅耳旋律唱得又凶又帥是阿強的本事與魅力；狂野躁鬱十足的〈質感〉充滿標準Balaz式諷刺美學；穿插口白的〈No Blues No Smith〉帶來極具戲劇化的效果，詮釋沒有布魯斯

（威利）也沒有史密斯（飛船）的世界末日。有著濃郁衝浪搖滾（Surf Rock）氣息的〈銀行關門後〉是一齣黑色悲喜劇，歌詞講述「計畫一年的銀行搶匪因為睡過頭而導致行動失敗所以寫信客訴結果還被行員主管噏」的故事。

〈大鯨魚〉則延續《龐克佛洛伊德》的龐克詩人氣質，爽快不做作的氣場描繪著海國島民生活；情緒略為沉重的〈請不要悲傷在我們狂歡後那一天〉與終曲〈獨立的雕〉為全輯「反正世界就是這麼Bullshit但日子還是得用自己舒服的方式去過啊」的調調寫下完美劇終。

曾經一段時間，厭世這種私密的情感被去脈絡化，成為一種可以複製的人物設定或消費型態。當今獨立樂壇裡，沒有人能夠把厭世做得像阿強這樣帥氣，尤其在這個吉他音樂逐漸式微的年代，比起那些形式/設定大於內容的疲軟歌曲，這種大叔的認真吶喊，反而更接近青春的形狀。雖說專輯主題設定在一種中年眼光的觀察，但那種年輕時渴望去激怒這個糟糕世界的念頭還是未曾退卻，活得像隻龐克就是如此。當然，不是說非得要貴古賤今或是去定義搖滾什麼的（這樣也很不酷），但你很清楚88 Balaz在唱的這些東西——那就是搖滾樂，而且是非常純粹的那種。🎸



Xbox Series S (左) 建議售價_ \$9,480; Xbox Series X (右) 建議售價_ \$15,380。

NEW ERA OF NEXT-GENERATION

次世代主機的新頁

下半年的次世代主機大戰開打！

Text by Ben Yeh Images: courtesy of SIET、台灣微軟、Getty Images

2020下半年的遊戲圈相當熱鬧。微軟宣布全新Xbox Series X以及Xbox Series S的全球售價以及發售時間；同時台灣索尼互動娛樂 (SIET) 也宣布Play Station 5的上市資訊。

PlayStation 5：剛開預購就秒殺

SIET在9月中宣布PlayStation 5將於2020年11月19日在台上市。PS5數位版及搭載Ultra HD Blu-ray光碟機兩款型號均利用相同的客製化CPU來處理高達4K的高分辨率畫面，均配備同樣超高速的SSD及整合式I/O。PlayStation 5所搭載的CPU為AMD Zen 2八核心，GPU則是AMD RDNA 2，能達到最高8K 60Hz/4K 120Hz更新率畫面輸出，其他則有16GB主記憶體，高速SSD。功能部分首度搭載硬體加速光線追蹤 (Ray-tracing) 以及「Tempest

Engine」增音效沉浸感。新的控制器名為DualSense，搭載「自適應扳機」與「觸覺回饋」兩項功能，在拉弓時也可感受控制器上的輕微震動。PULSE 3D無線耳機組、HD 攝影機、媒體遙控器 (內建麥克風，可使用串流服務)，以及DualSense充電座也是此次推出的周邊設備。

PS5 數位版 建議售價_ \$12,980；搭載Ultra HD Blu-ray光碟機的PS5 建議售價_ \$15,980。



Xbox Series X與Xbox Series S：佛心價引玩家暴動

台灣微軟宣布Xbox Series X與Xbox Series S將在11月10日在台上市。兩者皆採用8核心AMD Zen 2 3.8GHz CPU，以及AMD RDNA 2 GPU，支援120fps以及光追技術等。兩者部分規格不同，例如Xbox Series X有1TB SSD、支援4K；Xbox Series S有512GB SSD、遊戲畫面最高為1440p，以及僅能使用數位版遊戲。

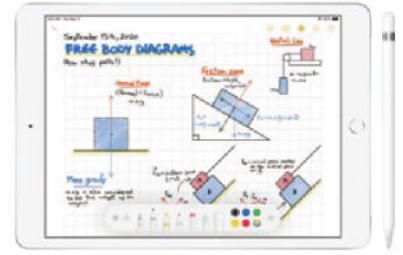
台灣微軟表示，未來更新後，Xbox Game Pass Ultimate 會員將能夠在 Xbox 系列平台以及Windows 10 裝置上玩 EA Play。也就是說只要有一個會員帳號，就能玩到EA的遊戲。

獨佔遊戲 成鞏固玩家關鍵

有高階主機就該搭配好的遊戲，近期兩家大廠陸續發表將可在該平台玩到的遊戲。在Sony的直播開場便以在全球有眾多粉絲，由SQUARE ENIX創造的經典遊戲《Final Fantasy》新作《Final Fantasy XVI》作為開場，驚豔全球玩家。其他將登上PS5的遊戲有《Five Nights at Freddy's Security Breach》(暫譯為佛萊迪五夜：安全漏洞) 以及《Hogwarts legacy》(暫譯為霍格華茲傳說)；Xbox的獨佔遊戲以《最後一戰》最為知名，在Xbox Series S上可望玩到《最後一戰：無限》(Halo Infinite)，相信有更多遊戲能登上該平台。



第6代Apple Watch
Hermès建議售價
_ \$12,900。



第8代iPad建議售價_ \$10,500。

APPLE EVENT 2020 TIME FLIES

時間流動和串流服務一次上手

蘋果在9月16日舉行秋季新品發表會，本次發表的內容有功能更豐富的Apple Watch Series 6、平價版Apple Watch SE、以及全新的iPad與iPad Air。軟體服務則有Apple One，一次享用Apple Music、Apple TV+、iCloud雲端空間等內容。

Text by Ben Yeh Images : courtesy of Apple

Apple Watch SE：平價版本選擇

蘋果推出萬元以下的Apple Watch SE，作業系統與Apple Watch Series 6同樣是WatchOS 7，內建多項必要功能，包含睡眠、家人共享設定，能以多樣化的形式保障孩子安全。此外也搭載Retina顯示器及S5雙核心處理器；當然更配備最新的揚聲器與麥克風，提升撥接電話、Siri及對講機的音質。

Apple Watch Series 6：配色更豐富

最新的Apple Watch Series 6，強調健康方面的應用，並搭載S6雙核心處理器、U1晶片以及超寬頻天線，可執行數位汽車鑰匙等功能。這回蘋果首度推出沒有扣環、具有彈性的單圈錶帶Solo，可輕鬆戴上與卸下，防水功能當然也沒問題。此外同步推出的有Nike、Hermès聯名錶帶。



Apple Watch SE建議售價_ \$8,900。

第8代iPad：手寫更直覺

全新一代 iPad 配備 10.2 吋 Retina 顯示器與先進的相機，搭載 Apple Pencil（第一代），新的 iPadOS 14 更為其開發多種新功能。其中「智慧型選取」功能將親筆書寫取代為鍵盤輸入，更便於輕鬆選取及剪下手寫文字，轉換為鍵入文字在另一份文件貼上；資料偵測器與手寫文字順暢搭配，可辨識電話號碼、日期、地址與連結，也讓使用者能用筆撥打電話。並搭載 Touch ID，可透過手指來解鎖。

iPad Air 2020：超美藍色登場

iPad Air 2020 建議售價_ \$18,900。

全新的 iPad Air 搭載 A14 仿生晶片，全新的四核心繪圖處理架構，可將繪圖處理效能提升 30% 之多。其螢幕為 10.9 吋、插孔改用 USB Type-C，與其他工具連接（例如顯示器）將更方便。2020 年版的 Wi-Fi 機型有 64GB 與 256GB 兩種配置，也有銀色、太空灰色、玫瑰金色、綠色及天藍色五種精美外觀可供選擇。



Apple Fitness+ 線上健身功能：居家健身新選擇

健身訂閱服務可選擇跑步機訓練、瑜珈、核心訓練等多達 10 種可在住家進行的運動影片，在 iPad、iPhone 或 Apple TV 電視螢幕播放。同時 Apple Watch 會提點使用者步態，並顯示心跳速度等資訊。

Apple One 訂閱服務：一次享受所有串流服務

Apple One 包含四種服務：Apple TV+、Apple News+、串流遊戲 Apple Arcade 與 iCloud，訂閱後即可於 iPhone、iPad 以及 Mac 等蘋果平台使用服務。📺



生命 該浪費在奢華上

奢華，不該只以價格來界定，一如人生，也不該只用財富來填充。一直很喜愛廣告大師葉明桂創作的經典台詞：「生命，就該浪費在美好的事物上。」享受奢華，不僅是一種注重生活的態度，更是珍惜那些真正應該留存於世間的重要無形資產。打造經典名車、高級腕錶的工藝，剪裁高端時尚的技術，甚或是萃取時間菁華的釀製，融合時光、自然材質，透過巧手工法淬鍊出的奢華，是每個成熟君子追尋人生蛻變的必修功課。

Text by 編輯部 Photography by 林志陽 Images : courtesy of 各品牌、Getty Images



1

掌握時間的精華

眾人皆知曉若能擁有時間，必是人生中最奢侈之事。可惜，人類科技尚未先進至可將時間密封保存之奇妙，因此我們至少要能夠珍惜分秒光陰。一只懷錶，好似舊時代的產物，卻以全新的科技與技術來打造，不僅是對於時間的一種致敬，更是藉此重新審視了鐘錶的黃金時代。RICHARD MILLE精心研製的這只RM 020 Tourbillon Pocket Watch 陀飛輪懷錶，運用機械、物體和化學特性均十分穩定的碳奈米纖維底板，搭載由兩個發條盒並聯驅動、滿鍊時穩定擺動可維持10天之久的陀飛輪裝置。62 x 52毫米的18K紅金錶殼，正面直方、側看圓弧，頗有方圓並濟之美。錶盤上能清楚看到櫛比鱗次的機芯結構，和

交織著獨特紋理的碳奈米纖維機板；再加上以ARCAP銅鎳鋅合金做為機板與錶橋的連接零件，擁有非磁性、耐溫差、抗腐蝕，以及高度延展性，能更周全地穩定保護機芯，避免任何震動與碰撞的可能影響。在製作、研發方面皆投入眾多資源與心血的RICHARD MILLE，對於鐘錶的零件也是毫不馬虎。平日，它是隨伺在佩戴者身旁的時間管理夥伴；夜晚，解下RM 020懷錶那可快速拆裝的精巧鈦合金錶鍊，可換上另一組錶冠蓋，放置於獨特設計的錶架上，霎時就成為精緻又大方的書房座鐘。RM 020懷錶，代表了18世紀最偉大的製錶價值與21世紀工藝美學的完美相遇。

置產蘇格蘭的新目標

在此所談論的「置產」，並不是購入城堡、莊園之類的房地產，而遠在臺灣，仍然有辦法到遙遠蘇格蘭購買的投資商品，那就是近來在酒界引起話題的「威士忌包桶」。這項由SPEY為臺灣廣大威士忌愛好者所提供的私人訂製威士忌服務，簡單來說，就是酒廠開放單桶（250L裝）的認購「存酒」服務。顧客買下酒桶之後，酒桶仍儲放在SPEY原廠由專人全程控管的酒窖裡，而每年酒廠也會支付6.2至8.6%的存酒「利息」，以等值的典藏贈酒回饋給買主。目前提供2000年之後的威士忌酒桶裡，實際風味究竟如何？有兩種方式可確認：參加由酒廠安排、每年一次的參訪旅程，或是支付少許的運送費用，在臺灣品飲200ml的樣酒來確認風味。



中國的某些地方習俗中，有「狀元紅」、「女兒紅」之類，與兒女誕生慶賀相關的花雕酒；現今雖然較為少見，卻也有不少人會認購子女的出生年份，或是人生中極具意義之年份的威士忌收藏。甚至有人曾合理推論，若以目前威士忌投資市場10年高達500%以上的報酬率來推估，為2000年後誕生之兒子認購出生年份的單桶威士忌，等待他年滿20歲時再裝瓶，不僅能擁有慶賀成年的20年威士忌，甚至還能以數瓶威士忌來籌得他的高等教育學費需求，更可能為兒子掙得人生的第一桶金。傳承，不一定只有上百千萬的名貴腕錶，單桶威士忌也是可以考慮的一種選項。

香豔有聲的腕上春光

● ● ● 翻開人類情色史，對於慾望的展演與描繪，早已深入所有的文明。據傳中國早在漢代就有春宮畫，唐代更有不少描繪情色的小說，再近代一點，日本浮世繪畫家葛飾北齋著名的創作《章魚與海女》更是春宮畫的代表。提了這麼多，最主要是想引薦寶珀（Blancpain）在春宮人偶錶上面值得讚揚的技術。早在17世紀末期，西方社會就有不少名人雅士在懷錶上訂製「春宮活動人偶」裝置，偶爾彼此見面時還會交換意見，作為小小的情趣與品味。但後來受到衛道人士禁止（可以想見當時的保守氛圍），春宮錶甚至被教會查禁、最終絕跡。過了150年後，才在1993年由寶珀再度重現。

Blancpain春宮三問結合卡羅素大複雜功能腕錶，背面為手工金雕的春宮人偶畫。



當時全世界第一只的春宮三問錶，精細的春宮動態雕刻被放上錶盤有限空間中，彷彿魔術般的技術。後來到2006年也再度將此機芯升級，問錶打簧的聲音更加

清脆，如同教堂鐘聲（Timbre Cathédrale）般折服人心。之後則是2011年加入獨家的「一分鐘飛行卡羅素」高複雜功能。「Karrusel」卡羅素譯名為「旋轉木馬」，透過將擒縱系統設置在如同木馬的旋轉框架載臺上，減少地心引力對機芯影響與動能消耗，此功能也是消失近一世紀的精彩工藝。不過此寶珀動態人偶雕飾三問錶，全都是採客訂制，每一支都獨一無二，幾年前臺灣則有資深錶友訂製了一款《章魚與海女》三問錶，相當精彩。可見即便是藝術創作，都能透過精湛的手工金雕藝術再度回歸，曾經一度失傳百多年的工藝，讓這傳續三百年的技術差點劃上句點，還好有人們不放棄的精神，以及對藝術創作的執著。誰說欣賞色情不對，在追逐情色的歷史上，人們直面慾望，卻也觀照出自我的真實。

全世界唯一結合「春宮三問」與「卡羅素」兩大複雜功能腕錶的腕錶，採客問客訂 by Blancpain。



電視待機時，會依照牆面風格顯示適宜的畫面，電視就像畫一般。



Soundbar Q950T可搭配電視創造更佳的沉浸感。



4

客廳的奢侈温暖

• • • 客廳，是所有人歡聚歡笑的空間。不論是與家人在一起，或是與親友一同玩遊戲，開啟Netflix等OTT，或是玩些Party Game，都能創造美好回憶。這時我們需要一台大尺寸電視，最好還能播放手機的照片，將手機的畫面投到電視上。三星QLED 4K量子電視Q80T採用獨家金屬量子點顯色技術，呈現100%的色域空間，還原真實的色彩，打造超逼真的視覺體驗。同時採用獨家極控光直下式技術，畫面呈現極致的對比細節；OTS魔術音效透過AI智慧分析音頻與場景，讓聲音配合影像畫面移動、變換，創造如魔術般的效果。另搭載三星獨家內建「變色龍模式」，讓電視輕鬆融入於居家裝潢之中。有優良的電視當然要有良好的音箱，增加沉浸感。Soundbar Q950T具備聲音訊號分析功能，依場景提供優化過的聲音，看電影時不怕錯過重要片段。近年家機遊戲當道，當然有針對遊戲調整的音場。兩者搭配建構環繞音場，聽覺只有舒服而已。

私人訂製豪華會所



Mulliner Bacalar限量12部，英國當地報價為新台幣6,000萬元。

除了圖石灘車展外，沒有其他可比英國Salon Privé更能彰顯奢華之意的場合。Bentley選在這裡做為自家Mulliner手工極品首發的表演舞台，當然你也能夠在這裡的角落，偶然間瞥見從沒見過的眾多手工超跑。

堪稱為Bentley Continental家族近期最奢華之作，由客製化部門Mulliner賦予精品靈魂的Continental GT Mulliner以雙門Coupe和敞篷Convertible雙車型，9月22至26日於英國Salon Privé風光現身，偕同以當今Continental車系為基礎打造的Mulliner Bacalar，引領整個古董車展今年最華麗的主題。

Continental GT Mulliner光是前後輪22吋十輻鋁合金輪圈，就足以令你看得驚心動魄，但這兩款車壇藝術最大的賣點，還是那象徵品牌手工訂製精湛技術的車內菱格紋路刺繡，呼應了水箱罩呈現的特殊菱形柵欄，配合著金剛石材質處理的鞍座扶手，為頂級雙門豪車的內裝時尚感和工藝價值給予新的定義。

Mulliner版本Continental GT同樣提供6.0升W12雙渦輪增壓和4.0升V8雙渦輪增壓兩種引擎型式，靜止破百加速分別為3.8秒和4.1秒成績，W12動力版本甚至可達到時速333公里的極速表現。

展前就開始受到熱烈討論的Mulliner Bacalar，擁有後輪軸比Continental GT長20mm所造就的驚人車寬，其動力系統採用的是與Continental GT和Bentayga的6.0升W12雙渦輪增壓引擎，另外更搭上近期Bentley車款風潮，使用了48V供電系統所支援的Dynamic Ride System 動態駕駛系統，可榨出650匹最大馬力和91.83kgm最大扭力的恐怖數據。



首度以實車現身的硬頂雙門車型，擁有Mulliner巧手加持的最精緻造型。



車室內隨處可見菱格紋理，特別是以40萬針細膩縫製的刺繡細節。

Mulliner針對全車除了材質上使用鋁合金以及底盤上的碳纖維外，同時還運用3D列印技術。環繞式車艙的內部大量運用了英格蘭東部沼澤中自然倒下風乾的5000年原木製作，座椅選用Belugar鯨魚黑頂級皮革，並加上少數陽級氧化處理的鈦金屬飾條，專屬的one-of-12標章飾牌，椅背上花費148119針的刺繡工藝，整個內部空間只能用誇張的富麗堂皇來形容。

6

變了形的法拉利

這幾天的Salon Privé除了每年各大經典車聚會都可見到的稀世老車外，另外最有看頭的便是向傳奇車款致敬的新作，例如義大利米蘭汽車設計公司Touring Superleggera推出的限量15部Aero 3。Aero 3擁有Stratosphere Red 紅色烤漆，流線則源自1926年就創立的Touring Superleggera早期車款，車身採用了耗時5000小時以上打造的碳纖維鈹件。由於底盤結構和6.3升的V12引擎乃採用自Ferrari F12berlinetta，因此進入車內也能感受濃濃的法拉利風味……至於車尾那碩大的垂直尾翼，據原廠說法，這只是裝飾用的！





7

最內行的低調奢華

• • • 在奢華精品Hermès的世界觀裡，男裝除了經典的絲巾宇宙外，不若有柏金包（Birkin Bag）、凱莉包（Kelly Bag）等經典夢幻逸品撐場，但這不代表他們家的男裝就因此能被眾人低估。自1988年起，設計師Véronique Nichanian便負責品牌男裝總監一職，如此長期的非家族合作關係（高端精品與聘用設計師）堪稱業界模範。超過30多年的日子裡，Véronique為愛馬仕公子哥兒設定的衣著方案，其優雅考究絲毫不輸女性造型。她與鞋履設計師Pierre Hardy合作無間，並強化品牌精美講究的皮革工藝，從「鞋」與「皮具」為根基，延伸出簡約不凡的男裝品項，定調愛馬仕貴公子的精緻內斂的衣著方案。

今年秋冬全新的Second Side系列包打破近年輕裝常規，將托特包對折成新包概念，包袋側邊摺痕堪稱高難度技術，表現設計師招牌幾何美；毛線衫也應用彩色羊皮拼接裝飾來傳達品牌對皮革工藝的堅持；在鞋履方面，設計師Pierre Hardy將披頭四最愛的Chelsea Boots融合雕花鞋工藝，充滿低調的細節也非常符合品牌氣質。只做「經得起時間考驗」的事物是Véronique的一貫方針，你甚至可以說這是每個季度的品牌男裝主題，對一般消費者來說，要出錢買單精品服飾不是太容易的事（但配件包款就可以），然而對愛馬仕貴公子來說，穿衣從來不需要什麼誇張的Logo或Monogram來證明自己，絕對的質感就是讓他們掏錢的理由。

由上至下：Second Side系列Togo小牛皮包_ \$153,000、法蘭絨灰針織高領毛衣（彩色小羊皮拼接細節）_ \$112,200、Vincenzo系列黑色小牛皮短靴_ \$41,900 by Hermès。

男人的高訂

Dior男裝總監Kim Jones不僅喜歡融合時裝精品與街頭文化，Christian Dior先生的高級訂製服(Haute Couture)歷史也是他執掌品牌後最尊崇的設計宗旨。透過高訂工藝製作成衣的時裝屋很多，但是Dior men的方針則是還原其藝術性與歷史——這在2020冬季男裝最為明顯。秀末壓軸以擴散式的刺繡珠飾設計製作大衣與襯衫，此乃向大學長Marc Bohan 1969年的高訂作品致敬。



皮西裝 考驗男人的品味、口袋與身材

●●●再怎麼排斥時尚的直男，大概也都還滿願意穿上西裝和皮衣（姑且先不論穿得如何），但能夠會把這兩件事放在一起駕馭的男人就真的是少數了——即便我們將穿著者的內外條件拉高，皮西裝還是一件難以越級打怪的SS級選項。且就基礎標準來說，西裝還是合身最好看，越緊的西裝的確越難做，用皮革來製作更是對面料與技術的艱深考驗。這種關乎層峰男人的衣著，Berluti最瞭，這個奢華手工鞋起家的精品大牌，是當前LVMH集團旗下唯一一間純男裝時裝屋，這在精品產業裡可說是稀有動物。在過去，品牌歷任創意總監每季多少都會推出皮西裝這種高級戰袍，但沒有人能表現得像現任掌門Kris Van Assche那樣如此完美——更別說西裝本就是他的拿手強項之一，自前東家Dior Homme時期所磨練至今的本事，並發揚Berluti工坊專利的Venezia皮革技術和Patina古法染色工藝，讓堅韌而柔軟的鹿皮化作合身硬挺的西裝。在以前，皮西裝是專門用來混搭的產物，能夠把全套當定番，當前唯有Berluti。當然違論成套與否，這絕非口袋有點閒錢就會願意嘗試的東東，不僅口袋要夠深，你還要有點品味——而且身材還得有一定程度的維持和標準。



延續半世紀的頂奢香氛傳奇

與高端鐘錶品牌RICHARD MILLE來自同一家族，Henry Jacques自於1975年創立起，創辦人亨利·科莫納(Henry Cremona)在法國香水首都格拉斯(Grasse)建立專屬高級訂製香水工坊，只為上流皇室貴族量身打造個人香調、香水瓶身及包裝盒完整系列。一直到最近幾年推出Les Toupies陀螺水晶對香，以及可供香迷成套搜集的Les Classiques成品香水，無庸置疑地，要價依然不斐。Henry Jacques在頂級香水工藝領域，之所以無法被超越的核心在於其運用的珍稀原料，以及以珠寶精雕細琢打造的精緻瓶身。其訂製香水的原理如同釀造美酒，將形形色色的花瓣分門別類，萃取香精並結合樹脂，只為求得份量不多純粹精油的曠日廢時自然少不了。調製而成的精品比較像是「香油」而非香水，只消沾取一點點便可與肌膚融為一體，並持香許久。全世界僅有六間Henry Jacques的實體銷售據點——在英國、杜拜、巴黎、比佛利山莊、新加坡與馬來西亞的實品精品店面，在在以富麗堂皇的店裝設計，細膩襯托著Henry Jacques高雅奢華的香水工藝品。



品牌創辦人
Henry Jacques
Cremona。



Geoff and Earnest

不改執著真誠性格
范少勳

換上正裝的范少勳，翻轉之前我們在《下半場》時留下的青春熱血印象，顯得內斂而沉著。

舉手投足，多了些新潮熟男的優雅，然而談吐之間，我們認識的范少勳始終未變，他還是那位純真友善，真誠不打誑語的鄰家少年。

Produced & Text by Geoff Lai Style by 郭璦 Photography by 林志陽





Dior and Judy Blame刺繡藍與灰色科技
緞面棒球外套、Dior and Judy Blame
金屬Logo刺繡淺藍色條紋襯衫、Dior
Oblique字樣飾水晶項鍊、黑色工裝褲
by Dior men。

戲劇的作用，往往在於人們是否能從中找出人生的領悟和關於未來的線索，就如同《教父》系列電影（Godfather）名導法蘭西斯柯波拉（Francis Ford Coppola）四十餘年的事業生涯中給觀眾的提示——人們遇到困境時，電影總是能作為抒發的管道提供解決方法，並讓我們了解癥結所在——將這樣的戲劇世界反映在年方27的范少勳過去歷程中，這句話有著相當程度的呼應。

若要說影劇作品這幾年成就了范少勳，倒不如說這位光芒乍現的新人在工作的過程中領悟了更多。這幾年的歷練，造就了范少勳從一位開過Uber、做過保全的少年家，蛻變為影展最佳男主角的熱門人選，但這都是表面；重要的，是范少勳對人事物有更深刻的觀察與體悟，了解何謂他真正所渴望的成就。「如果結果是好的，過程怎樣又如何呢？」范少勳的生涯完美地證實了尼可拉斯凱吉（Nicolas Cage）這句話……這位奧斯卡影帝在叔叔柯波拉當年說出上述話語時，可能還落魄地在電影院賣著爆米花；對於范少勳來說，生活已變得愈來愈美好，相形之下，過去嘗過的磨練與冷暖都不重要，愈臻成熟的他，已經學會更深刻地了解並珍惜周遭他關心的人，以及與他有關的一切聯繫。

泛出內心潛藏的渴望

還記得前幾個月趕在台北電影節見到當時入圍最佳男主角的他時，舉手投足表現出宛如《下半場》「姜秀宇」般的青春熱血，迄今不消數月，現時接近入秋時分再次看到的范少勳，彷彿偷搭了時光機讓自己談吐的成熟魅力倍增。自從《下半場》囊獲殊榮後的他始終未曾讓自己閒下來過，緊接著在七月又投入長篇電視劇《比悲傷更悲傷的故事》的拍攝；轉換心境成為螢幕中的「張哲凱」，范少勳再次點燃戲魂，努力激發自己定義這個從影以來演繹過「最悲傷」的靈魂。

為我們這次封面人物拍攝不辭勞苦地接受數小時鏡頭前肢體折磨後，范少勳仍不減奕奕神采，仔細地對著我們回顧著《比悲傷更悲傷的故事》的開拍前後的細節，一句一句回覆著來自我們的問題。

范少勳在進入該劇拍攝期，經過兩個月的工作過程後最大的收穫，不只是透過於其他角色的互動讓張哲凱的性格與身影變得更清晰，同時關於家庭的情節多少也補足范少勳對現實生活思考的不足，特別是父子互相了解和緊密互動的渴望。複製韓國原版電影的精髓，《比悲傷更悲傷的故事》也以同樣一句「從此我們都是一家人」的信念貫穿劇中關於家庭的情節。范少勳將自己的經

驗轉化至張哲凱身上，多半逃脫不掉讀劇本時他對主角與自己人生經歷相似度的那份訝異，特別是父子間緊密的情感連結，他坦言，這的確是他有生以來最渴望的一部分；至於劇中母子間的關係，范少勳認為特別之處在於更深刻、更刻骨銘心的親情拉扯，因人生遭逢巨變，告別自己的母親，情節中對母親的不捨和種種愛的表達，放在劇中來映證現實生活裡千千萬萬的生離死別，始終是他飾演該角以來心底最無法承受之重。

我們留意到范少勳提到父親情感時字裡行間傳達關於嚮往的關鍵字時，神情禁不住一股真實的渴望，因此刻意詢問他現在跟父親之間的相處如何？或許這類問題在受訪時多多少少曾經具體描述過，但范少勳因新戲劇情的關聯，再對照過去自己與爸爸的互動，似乎有了更深層的體悟。他坦言自己過去和父親之間就如同亞洲社會的常態，彼此總有些認知差距而衍生的隔閡，很少可以敞開胸懷說說心底真正的话。從過去因父親事業上的變故造成全家經濟的窘蹙，到目前自己開始有能力去照顧家人，他經過這幾



這幾年造就了范少勳從一位開過Uber、做過保全的少年家，蛻變為影展最佳男主角的熱門人選，關鍵就在於他對人事物有更深刻的觀察與體悟。

年的淬鍊之後慢慢能夠體會父親過去面臨的困境；然而或許是因為作為演員而獲得不少情感上的啟發，他能夠以更多不同的角度去觀察事物，特別是爸爸對他的愛。

「不管怎樣他都是我的父親，但我並不會刻意針對我們之間的互動去改變太多。有時對他們的感情或對過去的狀態討論太多，反而就不像真正的家人了。」范少勳認為父子間的交會從過去的零到目前的狀態，並不是放諸多心思讓兩人變得更多話，或甚至像兄弟一樣勾肩搭背無所不談，而是簡單的問候和提醒，例如叮嚀不要吃太快免得噎到，或是天涼加件衣物這類的話語。聽似平凡，實際上卻顯得更加雋永，宛如細水長流，一點一滴令他如飲甘露，反而更能感覺到箇中溫暖。

悲傷 不是光靠想像

儘管前頭已經有了韓國電影《最悲傷的故事》和2018年《比悲傷更悲傷的故事》的台版電影，但事前包含范少勳在內的所有演員、導演、其他劇組人員並未特意拿這些作品作為制式設定的



米色棉質與帆布大衣、多彩變形蟲圖騰不對稱
長版襯衫、灰色羊毛與真絲斜紋長褲、黑與亮
棕色繫帶光滑小牛皮踝靴 by Dior men。



Dior and Judy Blame金屬Logo
刺繡淺藍色條紋襯衫、黑色
工裝褲、Dior Oblique字樣飾
水晶項鍊 by Dior men。

參考；也就是說，絕不是拿權相佑或劉以豪的演法作為參考來放大悲劇的滲透力；開拍後，所有工作人員總是隨時以開會討論的形式，將眾人凝聚在一起，彼此腦力激盪出他們認為應有的描繪及演法，特別是對於與他有不少對手戲的王淨，便時時在他面前呈現專業演員所擁有的能力和智慧，事前針對兩人的戲碼都能快速溝通，每經過一幕後也能迅速與他溝通完下一段戲碼，整個過程令范少勳感到舒服且流暢。

人們絕不會否認《比悲傷更悲傷的故事》這種因病別離的催淚敘事軸線，最核心的關鍵就在於演員如何將傷感傳達得更貼近真實人性，揣摩出更具力量的悲情抒發。為了重新賦予張哲凱靈魂，閱讀劇本期間，除了翻閱白血病為主題的書籍，他另外也選了尼克凱薩維茲（Nicholas Cassavetes）執導電影《姐姐的守護者》（My Sister's Keeper），借鏡片中血癌病患的家庭細細體會面對重症尋求解決之道時，他人如何透過表現來傳達感情和理性間的角色力與掙扎。范少勳認為若非親眼所見，不管如何強裝病容或哀號，都很難演得入木三分，因此他也在開拍前抽空前往台灣髓緣之友協會擔任志工，透過與白血病患、過去罹患白血病但已痊癒的過來人、白血病患者家屬、醫生和護理人員間的溝通，以及他站在門診室、病房時的觀察，感受到親友間的別離、治療時的痛楚，以貼近切膚之痛的同理心慢慢拼湊出張哲凱應有的神態。

儘管經過了一整個下午緊湊的拍攝過程，范少勳在之後的傍晚時分仍不減活力的與我分享他所感受的一切，在我們眼裡，這位逐漸在演技能量上積累豐富經歷的新銳演員，明顯表現出隨著戲齡增長所培養出的一股內斂而穩重。此時我們也將我們對他的觀察與他分享，當然，我們絕不比他更了解自己，特別在問到這幾年來經過幾部戲時所獲得的感染和影響時，范少勳也清晰地概述他的心境。比方在扮演張哲凱時所表達的執著則反映著現實生活中自我的性格，不管是面對宋媛媛（王淨飾演）或是個人家庭，主角慣於堅持的性格，宛若帶出感情張力的引子，其中特別是因張的執著所導引出與宋媛媛間的淒美愛情。

工作時間的范少勳總是很能沉浸在角色和狀態之中，全力投入表演且不負所託；跳脫出虛擬的人物性格後，他通常會選擇進入不同的環境或狀態，讓自己獲得更多喘息的機會，同時藉著更多體驗來獲得滋養；例如去年拍完迷你劇集《通靈少女2》後便跑去環島，即便無法旅遊，他也會透過不同性質的工作來轉換心境，如上一部作品拍攝完畢後加入的實境節目。能夠巧妙地做到這一切，他不諱言要歸功於經紀人對他狀態的了解所提供的協助，偶爾自己太沉溺於工作情緒時，經紀人也會試著強迫他去做別的事情，適時讓心情獲得轉移。



過去的磨難都不重要，愈臻成熟的他，已經學會更深刻地了解並珍惜周遭他關心的人，以及與他有關的一切聯繫。

戀上開車的孝子

范少勳剛毅的外表下總是藏著赤子之心，之所以能夠保持純淨的性格在演藝圈打滾，不少來自於媽媽在他入行後對他的支持和信任。不同於一般的母親會擔心兒子收入是否穩定、工作是否能堅持下去，大部分的時間，范少勳的母親總是能溫暖的給予他鼓勵和建議，同時更重要的是不會讓他感受到任何一絲壓力。「她是個很有勇氣的媽媽，她認為只要我能夠做自己喜歡做的工作，堅持自己的理想就好。」他回憶媽媽唯一給他立下的條件，就是遇到難題時要學會自己去解決，即便是靠自己拓出一百種紓困方式，也不能有任何一分是依賴別人，或甚至兩手一攤什麼也不作為。

秉持初衷，且單純地一如往常，只要你觀察過范少勳私底下的生活，絕對不會對這點提出質疑；笑稱自己已經忙到沒時間去衝浪、登山，但范少勳周末時光總是會抽空回家，載著媽媽去賣場購物，完全不帶明星的包袱，純粹就當個貼心的好兒子。「你知道嗎？我載她的這部車，還是瞞了一年後才讓她知道這是我自己存錢買的。」小時候家裡因為經濟因素無法購車，現在他有了能力，自然就會想圓兒時的夢，開著車載著媽媽，想去哪就去哪。但當他做出手握方向盤的動作時，一方面也讓我們想起過去他曾提及自己駕駛車輛的嗜好，於是再次重溫這樣的話題，范少勳免不了雀躍地進一步分享他對開車的濃厚興趣……他對駕駛的喜好，非關乎競速或性能改造的範疇，而是純粹想像著當一名稱職駕駛者的迷人風采，載著朋友、家人所被賦予的信任，以及穿梭在各個角落探索所創造出來的驚奇體驗。

一言以蔽之：真誠

「毋忘初衷，我想是這回事吧！」提到演員工作帶給自己的價值時，范少勳給了這個相當精簡的答案。比起能夠提供給自己家人大房子的財富，他更在意自己目前為止生涯的表現是否能對得起期許；而這份壓力除了自我的賦予，還有他希望回饋給一同給予意見、支持他的經紀人和其他團隊夥伴的回報……當然還有曾經提攜他的前輩和好友。愈漸成熟的范少勳未來能步向何等境界，我們當然無法想像，但至少我們能肯定一點的，便是未來那一端依舊會是那始終如一旦表裡真誠的范少勳。✎

范少勳 Fandy Fan

生日：1993年11月4日

星座：天蠍座

電影：《不想一個人》、
《下半場》、《樂獄》、
《六弄咖啡館》

電視作品：《比悲傷更悲傷的
故事》、《四樓的天堂》、
《通靈少女2》、《HIStory2-
越界》、《超完美任務》、
《歡喜相逢》、《課間好時光
一年二班》

灰色雙排釦與橘色絲絨領夾克、
白色棉質府綢襯衫、Dior Oblique
字樣鑲嵌珍珠胸針 by Dior men。



跳脫出虛擬的人物性格後，范少勳通常會選擇進入不同的環境或狀態，讓自己獲得更多喘息的機會，同時藉著更多體驗來獲得滋養。

灰色波光塔夫 斗篷外套、多彩變形蟲圖騰刺繡羊毛與真絲針織衫、黑色斜紋羊毛長褲 by Dior men。

Make Your Own Path

不設限的冒險心

開創而不失初心，全新的Pasha de Cartier這次找來五位新生代，
透過他們分享對表演及美學的看法——敢於挑戰、謙遜不吝於合作，
他們正以開放的胸懷改變這個世界。 Text by Ken Huang Images : courtesy of Cartier





今年對於Pasha de Cartier腕錶是特別的一年，再度回歸的Pasha閃亮耀眼，更邀請到紐約時尚攝影師克雷格·麥克迪恩（Craig McDean）掌鏡，找來五位耀眼的新生代人物，以他們獨特風格演繹全新的Pasha，他們分別是——專業演員雷米·馬利克（Rami Malek）、特洛伊·希文（Troye Sivan）、薇洛·史密斯（Willow Smith）、麥茜·威廉斯（Maisie Williams）等新星，以及席捲新世代的歌手王嘉爾。

Pasha de Cartier於1985年推出，獨樹一幟的外形元素一直以來都深深擄獲鐘錶愛好者的心。錶款從誕生起可說歷久彌新，圓形的錶殼、錶盤中方型的設計、鮮明的四個方位阿拉伯數字時標以及藍寶石凸圓形錶冠，甫一推出就驚豔眾人，如今始終不變的經典元素，再度以挑戰的熱情回歸。卡地亞國際行銷及傳播總監Arnaud Carrez這麼形容道：「Pasha腕錶自1980年代誕生以來，便以突破傳統的鮮明設計以及其懾人的力量，詮釋對成功的獨特見解。如今，錶款更彰顯先鋒態度，與揮灑才情的年輕一代形成共鳴。」

1. 雷米·馬利克（Rami Malek）

五位在表演領域的先鋒人物之中，雷米·馬利克就是最佳代表之一。比如《波希米亞狂想曲》中演出傳奇皇后樂團主唱佛萊迪·墨裘瑞（Freddie Mercury），細膩的情感表達讓人驚艷。「我偏好可以啟發人心且積極進取的角色，希望我的選擇有助於推動電影產業進步。」向來勇於挑戰的他，總是以富有張力的角色顛覆自我。

2. 薇若·史密斯（Willow Smith）

曾被老佛爺卡爾·拉格斐（Karl Lagerfeld）欽點的薇若·史密斯，是歌手、名模，更積極參與社會運動，為人權議題奮鬥不懈。她認為：「每一個人，尤其是藝人，都必須超越自己所能，才可以進步，而且要證明自己什麼都做得好、可以變得更強。」如此開放的人生哲學，讓她成為挑戰多元的代表。

3. 特洛伊·希文（Troye Sivan）

樂壇超新星特洛伊·希文雖然年輕，自行經營的YouTube頻道早已突破六百萬訂閱人次，影片總播放量超過2.7億次。被稱為「美麗少年」的他，天生的慵懶氣質與演藝天份讓看過的觀眾都印象深刻。「我這個人和我的作品是緊密相關的，我就是用自己想要的方式說出真心話。真誠的創作引發不少人共鳴，是年輕世代的代表人物。」

4. 梅茜·威廉斯（Maisie Williams）

「要從零到有，將想法一步一步轉化為成熟的作品，一定要靠團隊合作才做得到。所以對我來說最重要的是找到適合的團隊和自己信任的人。」以《冰與火之歌：權力遊戲》展露頭角的梅茜·威廉斯，近期更演出二十世紀影業的《變種人》，謙遜的她將自己的成功歸功於團隊，是既善於合作又富有開創性的新時代創作代表。

5. 王嘉爾（Jackson Wang）

「人生沒有最終目的地，但目標邁進的每一步、人生中每一個篇章，對我來說都非常關鍵。最重要的就是要有自信，開創自己的歷史。」以饒舌、跳舞等多元表現席捲整個世代的香港歌手王嘉爾，出身體育世家，現在則是中國及韓國兩地的當紅新星，鼓勵年輕世代追夢，與團隊合作的進步思維，讓他充滿魅力。



PASHA DE CARTIER精鋼腕錶，41毫米。五位超新星點亮了Pasha de Cartier的道路，立基於冒險性格之上的改變，始終秉持著錶款的精神，勇於挑戰，探索而不設限，卻不失去合作的精神。作為新生代的錶款之一，Pasha確實值得成為新一代成功典範們的印記。

FEATURE STYLE

毛衣、襯衫、短褲、手提包、
貝雷帽 all by Dior men。



THE 通勤者們 COMMUTERS

匆忙趕車時別亂穿。在熙來攘往的手扶梯上，
可是上班族的隱形伸展臺。
Photography by IESS Style by Shin Eunji
Translation by Chelsea Su



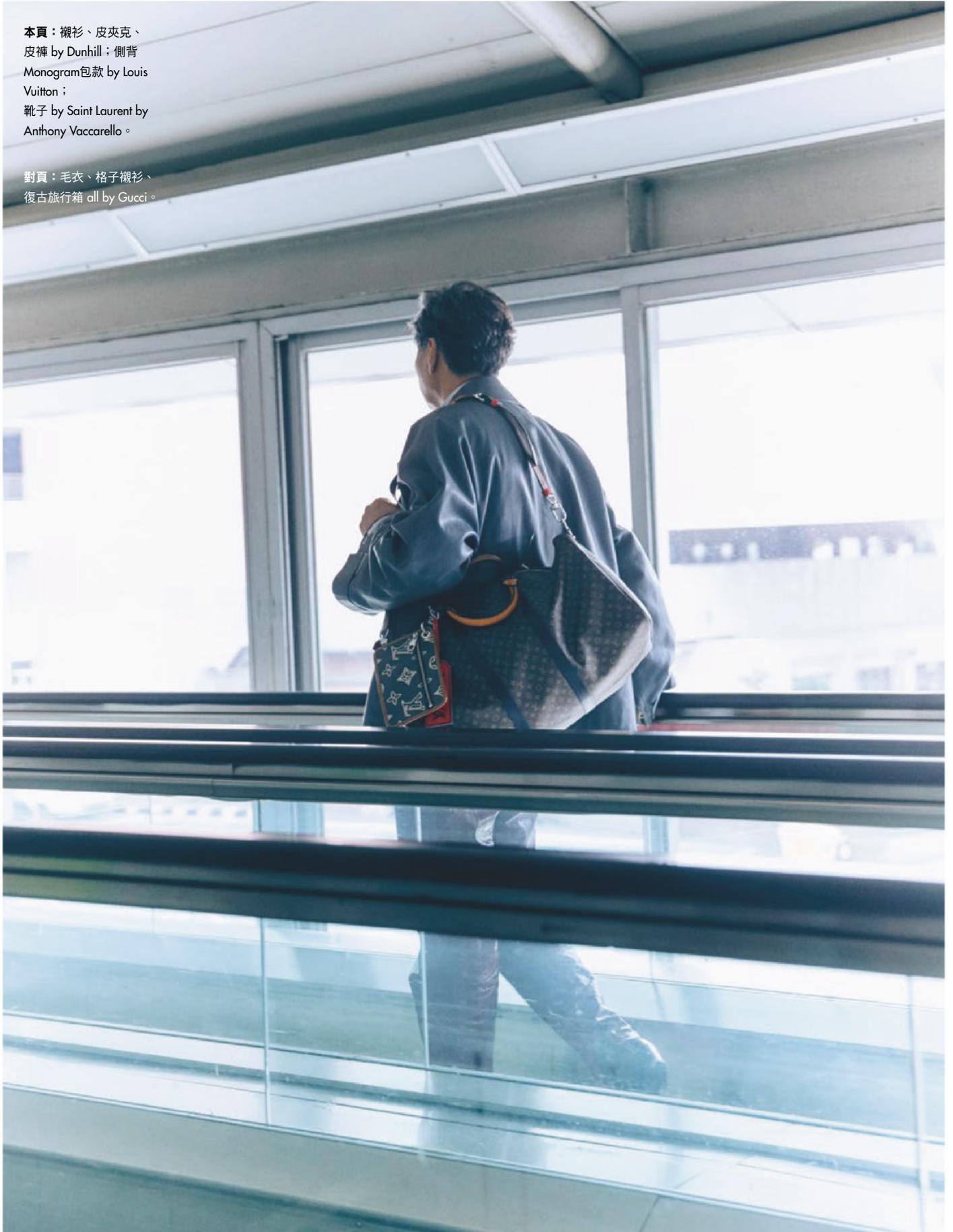
(左) 夾克、針織上衣、裙子、靴子、運動包、手套、項鍊和耳環 all by Saint Laurent by Anthony Vaccarello。

(右) 外套、長褲、白色斜背小包、黑色小包、德比鞋 all by Valentino Garavani。

FEATURE STYLE

本頁：襯衫、皮夾克、
皮褲 by Dunhill；側背
Monogram包款 by Louis
Vuitton；
靴子 by Saint Laurent by
Anthony Vaccarello。

對頁：毛衣、格子襯衫、
復古旅行箱 all by Gucci。





FAKKE





FEATURE STYLE

對頁：（左）皮革風衣、
球衣、靴子、手拿包
all by Bottega Veneta。
（右）燈芯絨大衣、針織
背心、襯衫、褲子，
靴子、波士頓包、領帶
all by Prada。

本頁：夾克、襯衫、皮
褲by Dunhill；鞋子 by
Saint Laurent by Anthony
Vaccarello；手提包
by Hermès。



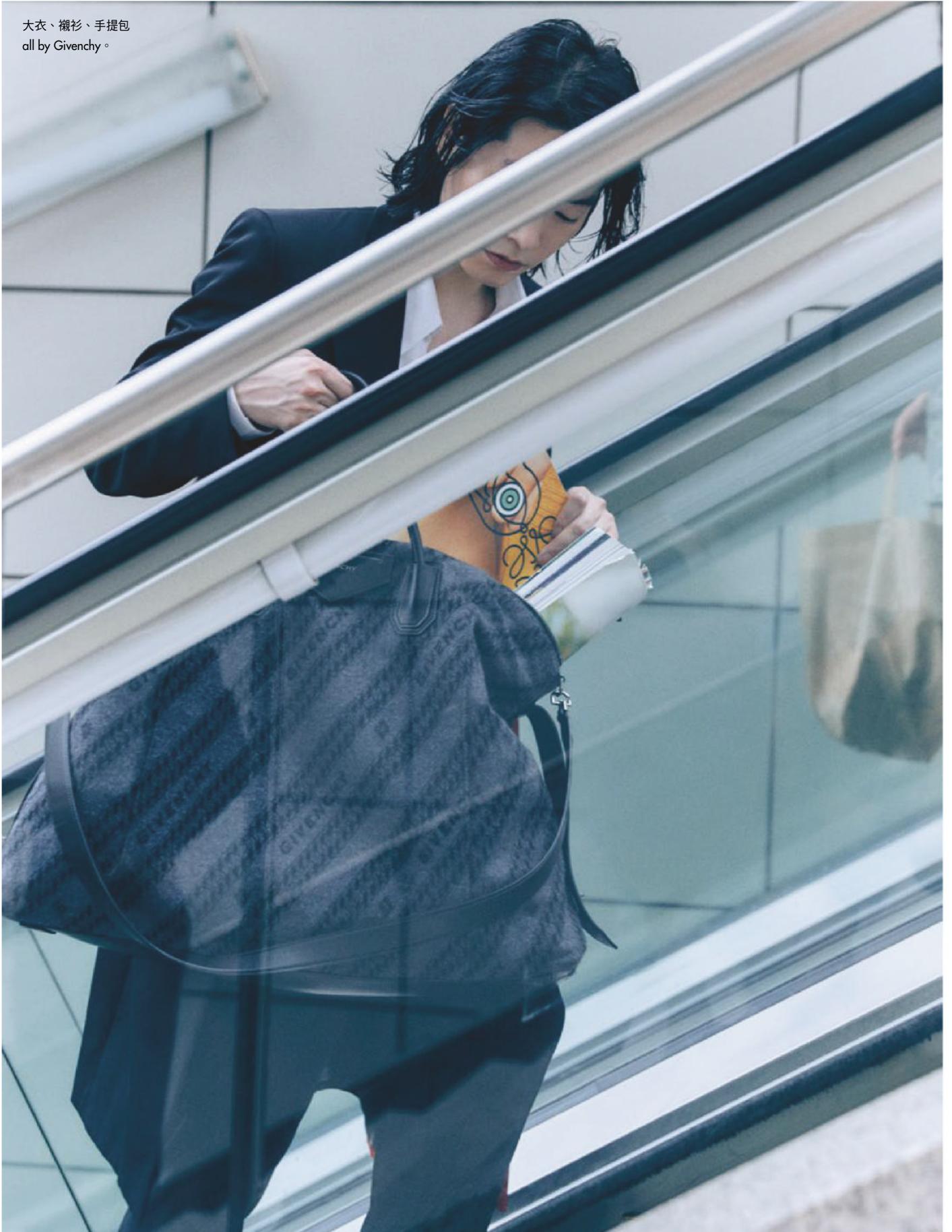


對頁：Orange Color
Neo Classic手提包 by
Balenciaga。

本頁：背包 by
Balenciaga；運動鞋 by
Louis Vuitton。

FEATURE STYLE

大衣、襯衫、手提包
all by Givenchy。



外套、針織上衣、
牛仔長褲 by Wooyoungmi ;
運動鞋 by Louis Vuitton ;
後背包 by Moncler 。

Hair&Makeup \ Lee Eunyeon 攝影 \ Han Jimhee / Jo Inhee / Lee Minsu / Kim Jongmin / Son Jongbeon 總編輯 \ KIM DONGHEE 攝師 \ PARK MINJIN





TAKE ONE ACTION!

入戲就是我的超能力——劉冠廷

曾奪下金鐘、金馬最佳男配角，雙金加持下，劉冠廷今年又更多新作品。這次他不再是《陽光普照》中殺氣滿盈的「菜頭」，而是《消失的情人節》中，慢活出神，癡情男子漢般的可愛公車司機「阿泰」。

Text by Ken Huang Images : courtesy of 牽猴子整合行銷

說劉冠廷是今年臺灣國片最亮眼的新星一點也不為過，個人就出演了七部電影，彷彿演藝圈公務員。在幾個角色間轉進轉出，像是將一段又一段的人生穿過來又翻過去，而他的每一次現身都是不同樣貌，絲毫不見生澀。這種天生的演技派，通常未來會被稱之為戲精、戲骨，感覺要洞穿人世間，要有點老練。但你和他一說上話卻又發現，這人這輩子就只會是這個劉冠廷，演過這麼多部戲，卻還保有一種大男孩氣質，愛開玩笑。我們問他，第一次當電影男主角心

情如何？他突然驚慌失措，對著《消失的情人節》電影海報說：「真的假的我是男主角？其實我到現在都還不太敢面對。」

「慢」工出細活

《消失的情人節》是陳玉勳導演又一部愛情喜劇，故事講述一位慢到不行的男主角「阿泰」，如何追尋兒時車禍時身處隔壁病床，活潑卻又急躁的女主角楊曉淇的故事。由於兩人過著一快一慢的人生，最終一個人過日子快到少一天，



生命慢到「時間暫停」是陳玉勳導演又一奇幻設定。

另一個卻活到多了一天，奇幻的故事就此交疊，復古懷舊的情境，時間暫停的場景，很難想像這是二十年前就寫好的劇本構想。為了演出這個角色，劉冠廷必須做足角色功課，舉凡配合故事職業學開公車，揣摩阿泰慢吞吞的個性，這讓個性有些急躁的他吃了點苦頭。

「我一開始是試著讓自己生活慢下來，後來想到跟人對話時，我心裡複誦一次對方講的話，然後再做反應。」為了讓角色更自然，劉冠廷思考各種「調整速度」的方式，「阿泰這個人雖然慢，但他也會有屬於自己急躁的時刻，我就要不停去調整重心。」這個角色算是他和陳玉勳導演一同琢磨出來的，一開始還一度因為調得太慢，勳導說：「你這樣太慢，看起來很像變態。」可是他認為阿泰就算慢，本質上還是個純真善良的人，而且他表現出來的都是很真誠的部分，兩人最終調整出最佳的節奏。

走急了才視若無睹

因為角色慢，生活也走的緩，劉冠廷在調整步調的時候體悟到，我們日常都太匆忙了，因此很難去感受周遭事物。「就像小時候一天過得很長，可是長大後一天卻過得很快，不小心就一年了。」他說我們都因為忙著趕路，錯過了沿途風景，就像有一次女主角李霈瑜（大霈）跟他說：「我發現你一直在我旁邊，我卻沒有看到你欸！」對於時間的不同感受，確實最終會決定生命的樣



即便楊曉淇多次見過阿泰，卻從沒真記得他。

貌，在大霈飾演的角色眼裡只有劉老師，自然對默默守候一旁的阿泰視若無睹。

和劉冠廷聊天會忍不住思考很多事情，就像生活的哲學家，人生每個階段的疑問他都想認真找出答案。他一面笑說人生沒有什麼道理，發生了就知道了，但你問他這些角色故事，他又能精準分明地跟你說出答案。他說演阿泰的時候，就很像小時候男生談戀愛，一談就覺得眼前的女朋友是一輩子的，想保護對方。然而人會長大，受了傷，純真好像就不見了。

入戲就有超能力

我們可能在很多部電影裡面看過劉冠廷，他演過《陽光普照》裡面兇狠的流氓菜頭，無賴的威脅讓人害怕。在《花

甲男孩轉大人》裡，他又以一位玩世不恭的「臺客」單親爸爸，在戲謔中同時演出癡情與真心，一如你我周遭都可能認識的、那種有故事的老家親戚。而他在《無聲》中又化身正義感十足的特教老師，到了《同學麥娜絲》可能又變成跟你一樣有中年危機的老同學。演出的角色跨度實在太大了，他本人都不禁笑說：「我覺得大家都很大膽，都不怕，敢把這些角色放在我身上，而且都不一樣，我覺得自己很幸運。」

演員在片場聽到最多次的是「Action！」與之相對的就是「卡！」這是一個工作的段落，用力表演的過程。有人下了戲卡不了，角色就帶在身上了。但劉冠廷不太一樣，給自己的高要求與壓力，到了開演的那瞬間，他說自己就像突然有了超能力，被賦予扮演這個角色的能量，原本怕的事情都變得不怕，進入另外一個狀態。或許沒有機會現場看到他演戲，但至少能走進戲院體驗這些故事，讓他陪著我們遁入電影中，暫停時間，一起享受那生命的魔幻時刻。



劉冠廷和李霈瑜在戲中快慢超不搭嘎，卻譜出意外戀曲。



能演出男主角，劉冠廷迄今都覺得不可思議。斑馬條紋印花襯衫，價格店洽 by Just Cavalli；深色長褲，價格店洽 by H&M。

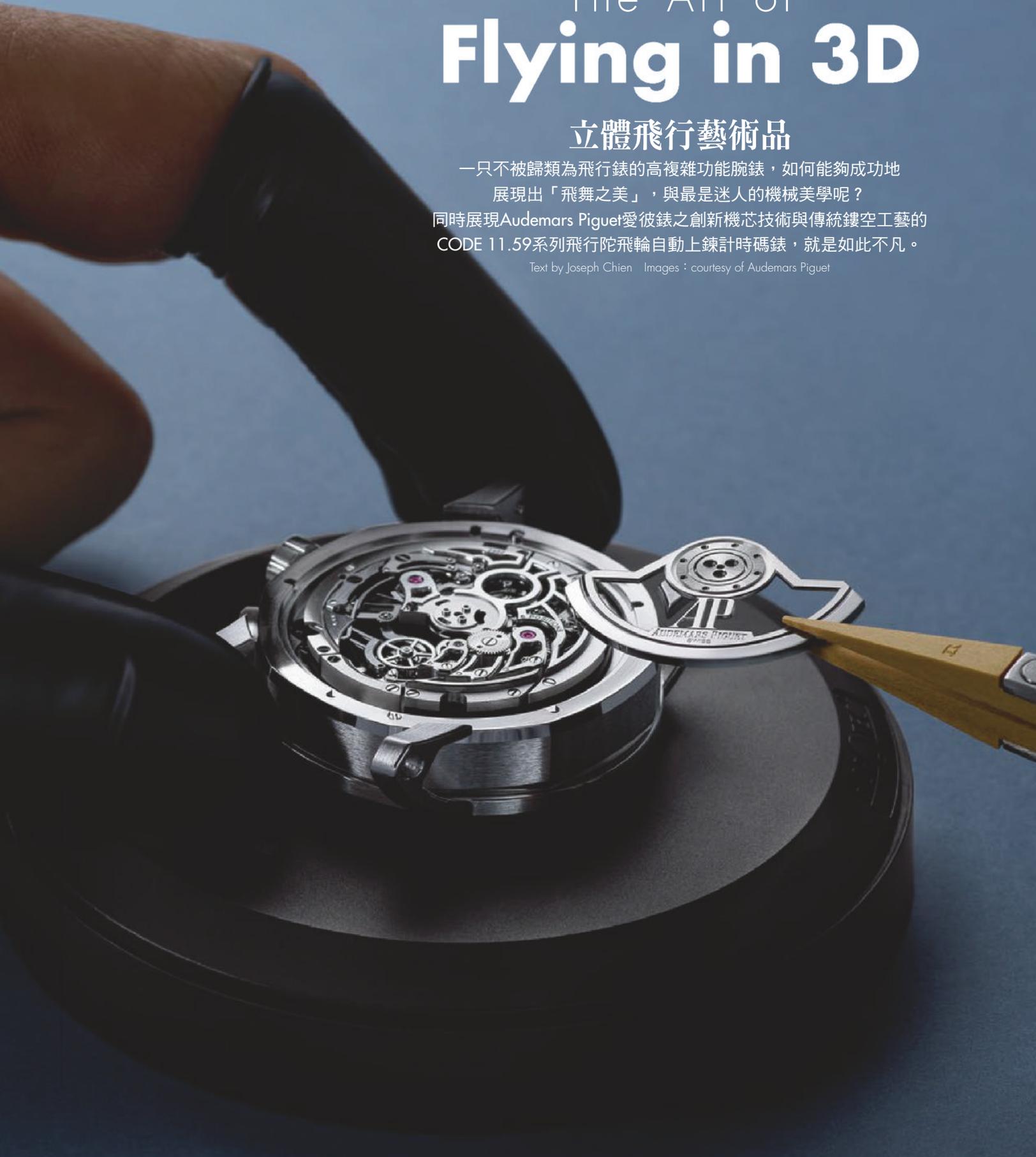
ESQUIRE COLLECTION

The Art of Flying in 3D

立體飛行藝術品

一只不被歸類為飛行錶的高複雜功能腕錶，如何能夠成功地
展現出「飛舞之美」，與最是迷人的機械美學呢？
同時展現Audemars Piguet愛彼錶之創新機芯技術與傳統鏤空工藝的
CODE 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶，就是如此不凡。

Text by Joseph Chien Images : courtesy of Audemars Piguet





熱衷於賞玩高級腕錶的君子們，都明瞭它與一般機械腕錶的最大價值差異，常是源自於兩大內涵：與時俱進的創新設計，與細緻費神的手工打造。同樣是機芯中精巧運轉的機械美學，高級製錶品牌所投注的設計心力與精工裝飾，才是將錶款推向藝術品等級、令人痴迷的最大助力。這般理念，起源於瑞士布拉蘇絲的Audemars Piguet愛彼錶，自1875年創立時就已深諳此道，尤其在2020年所推出的CODE 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶，更是忠實具體展現。

飛舞光采 從陀飛輪啟動 前後皆美

身為率先開發陀飛輪腕錶的錶廠之一，愛彼早在1986年就由當時年輕的製錶工程師Serge Meylan，開發出史上第一款自動上鍊陀飛輪機芯的腕錶，此舉不僅為整個高端製錶業開闢全新的發展方向，也掀起陀飛輪複雜功能復興的熱潮，其中所搭載的自動盤，構成第一項位於機芯背面、自動上鍊的「飛舞之美」。2018年，愛彼在皇家橡樹概念系列飛行陀飛輪腕錶上，首度內置飛行陀飛輪裝置；2019年初，再次於CODE 11.59系列中展露它的「飛舞之美」。移除上層支架、看似懸空的飛行陀飛輪規律旋轉，彷彿一股在錶面上舞動的旋風，不但抵消了重力的影響，同時加強了腕錶計時的精準度。

第三項「飛舞之美」，則是來自於飛返計時功能的碼錶秒針。1999年首次結合陀飛輪與計時碼錶兩項複雜功能，愛彼打造出Jules Audemars Tradition d'Excellence n°1腕錶；品牌並不因此而自滿，接著又在2003年發表兼具陀飛輪和計時裝置的2889手動上鍊機芯。2020年，首次以飛行陀飛輪搭配計時碼錶、實現新穎創意的CODE 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶，看著計時秒針運作當下，伴隨按壓歸零按把的動作，迅速飛返起點，記錄下全新的一次計時行程，這能掌握於指掌間的飛舞，甚是迷人。

以創新設計彰顯傳統工藝 愛彼的勝利演算法

為了在限量50只的CODE 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶裡，盡現細緻的「飛舞之美」，愛彼為它設計了一個完美的空間：巧奪天工的鏤空機芯。自1930年代至今，愛彼已熟稔於製

作鏤空時計的手工技藝。此次在愛彼自製2952自動上鍊機芯中，更重要的是跨越錶盤與機芯設計界限的「3D立體結構設計」。透過鏤空零件的層層交疊，營造優美的立體深邃層次感；迥異於一般的鏤空腕錶。再經過黑色PVD鍍膜或銀色鍍銻的電鍍處理，讓不同零件之間的對比更加鮮明。

藉由製錶大師們的巧手，機芯中111個僅能以人手打磨的內角，全數以手工完成倒角打磨與精修潤飾，這些需要整整兩週方能完成的工序，兼顧零件優美外觀和技術可靠性以取得適當平衡，可謂是一項極為艱困的挑戰。無論是透過雙曲面藍寶石水晶玻璃鏡面，或是藍寶石水晶玻璃底蓋，都可細細鑑賞機芯在霧面打磨、噴砂處理交錯裝飾的鏤空夾板間若隱若現。也難怪愛彼的複雜功能總監Michael Friedman能夠自豪地表示：「無微不至的手工精修裝飾，締造出美輪美奐的光線輝映效果，這個特色在愛彼Code 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶上更加顯眼，更鮮明的光線反差，以及鏤空錶面和多層複雜機械結構各部分的強烈對比，猶如一首光線譜成的詩歌。」融合三項「飛舞之美」，再加上愛彼最為人讚賞的鏤空工藝，CODE 11.59系列飛行陀飛輪自動上鍊計時碼錶的誕生，可謂是將奢華經典與現代運動風格合為一體的藝術級時計傑作。



鹿間卓 Taku Shikama

年齡：60+

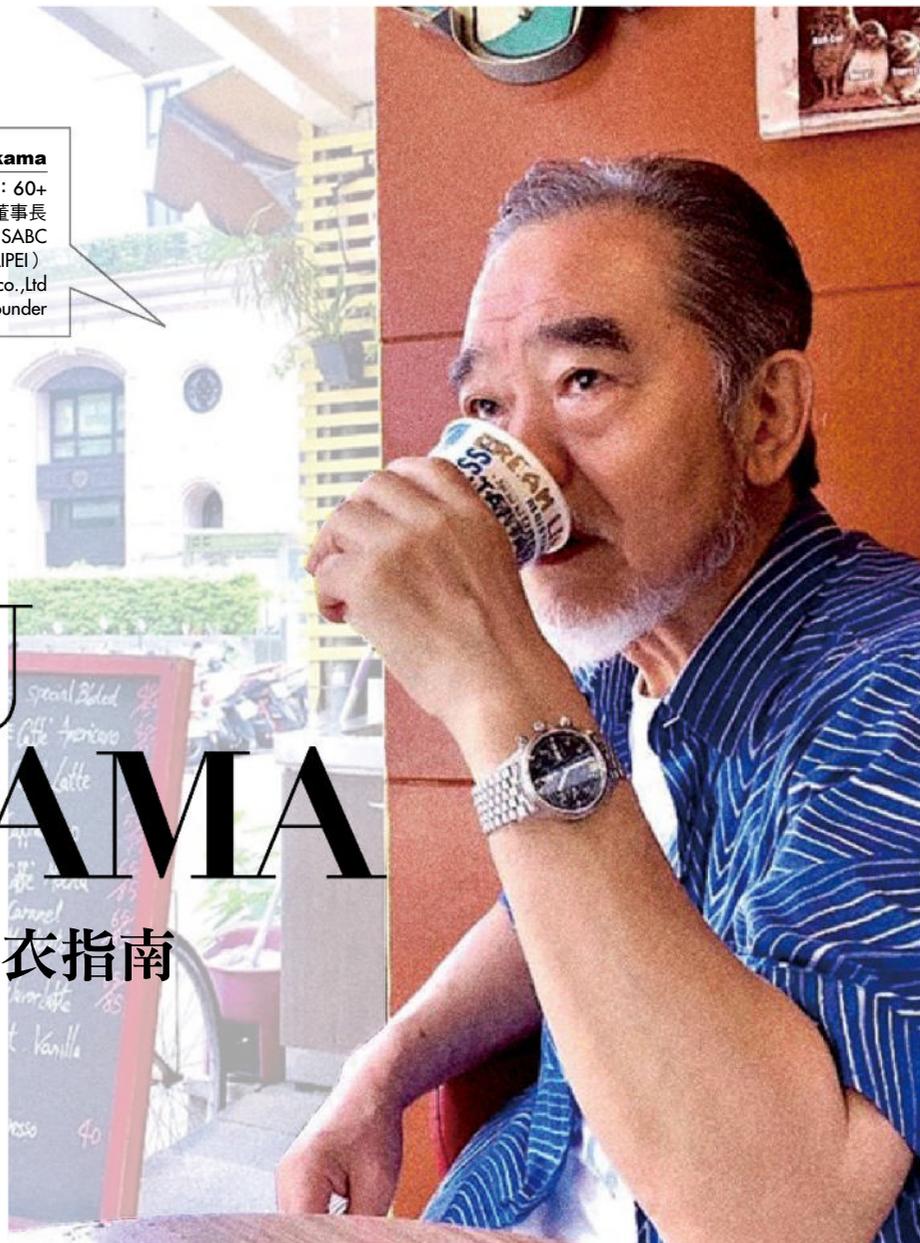
經歷：前日本鎌倉襯衫臺灣分公司董事長
現職：亞洲商務管理股份有限公司（SABC INTERNATIONAL CORPORATION/TAIPEI）
SEO&CO-founder、株式会社iMarts Japan co.,Ltd（Tokyo）代表取締役社長/SEO&CO-founder

Man Style's Guide from TAKU SHIKAMA

鹿間卓的臺灣郎穿衣指南

現職為商業顧問的鹿間卓先生，
住臺灣已有36個年頭。
他經常出現在時尚圈，頗受矚目。

Text by Ben Yeh Images : courtesy of Taku Shikama



日本老牌襯衫品牌《日本鎌倉襯衫》臺灣總代理在2019年中熄燈。帶進品牌的臺灣鎌倉襯衫董事長「鹿間大叔」鹿間卓，在卸下職務後，繼續在臺灣的亞洲商務管理股份有限公司擔任代表取締役社長。這段時間，他看過男人穿著隨便而失去業績與收入，Esquire希望藉由與鹿間大叔的對談，提供上班族們以及40歲以上男士，穿著更好看的時尚指南。

Esquire（以下簡稱ESQ）：首先請介紹自己吧！您在什麼機緣下來到臺灣？

鹿間卓（以下簡稱Shikama）：我我在東京的專修大學畢業後，進入商社工作，並外派於亞洲各地。我在1984年來到臺灣，當時我的同學多選擇外派歐美，只

有我瞄準東南亞國家。我也曾到香港工作過，但廣東話很困難，物價很高；相較之下臺灣人大多會說日語，物價比較低，幫助我很多。

我服務的商業顧問公司，在1991年成立，先後在上海、越南、馬來西亞等地成立分公司。在2008金融海嘯後，亞洲分公司陸續熄燈，僅有臺北繼續營運。若少了臺灣，我就什麼都沒有了。所以我很感謝臺灣。

ESQ：這30幾年中，你認為臺灣人在商場上的特質是？

Shikama：我喜歡臺灣人，可惜臺灣男人的時尚感，全亞洲最低。據我的觀察，臺灣女性的時尚知識相當好，男性則正好相反。在臺灣不少開名車的男性，工作時穿著T-Shirt、短褲，我還看過嚼檳榔的。

大家喜歡說「又沒關係」。不對，有關係。很多人因不佳的第一印象而失去談判優勢，甚至談不成訂單，殊為可惜。另外在東南亞國家，即使在夏季，也會穿著西裝與領帶，所以「天氣炎熱」這理由也不成立。

ESQ：那麼，我們該怎麼做呢？

Shikama：「第一印象」很重要！商務型的正裝是屬於男士的戰袍。對於在商場上奮鬥的商務人士而言，給人的第一印象非常重要。大家要特別慎選彰顯個人氣勢與品味的服裝。無論本人如何優秀，外型欠佳，在初次見面時，便可立見高下。

個人認為有一個概念非常重要，就是多培養自己對服飾的豐富靈敏度，轉而增加對服飾的美學敏感度。另外我建議大家穿衣服前，依照TPO來選衣服。

同時要自我投資、打理自己，提升自己良好的形象，讓「無形的競爭力」轉為「有形的競爭力」，進而獲得主管與合作廠商的青睞，在職場上步步高升，收入更加豐厚。時尚品味人士與不在意外表人士，終身收入的數字是相差甚遠的。

ESQ：在臺灣很多40歲以上的男士穿著隨便，甚至理應正裝出席的重要場合也一樣。他們該怎麼做？

Shikama：年紀在40歲以上的人穿著時尚，會產生自信，並增加認識新朋友的機會，幾乎沒有壞處。

我覺得到了40歲可嘗試正式穿著，只要把握「合身」、「整潔」這兩個大方向就好。我建議衣櫃裡準備這幾件服裝：休閒外套、針織衫、襯衫。只要上半身穿著整潔，就算是搭配牛仔褲也不隨便。我推薦藏青色外套、鐵灰色長大衣、領尖有鈕扣的白襯衫、合身的藍色牛仔褲、圓領針織衫等。這些是無論什麼時候都不會退燒的基本單品。選用高質感、做工細膩的服裝更好，平價品牌也行。

40歲以上男性比年輕人更能穿出時尚，能夠散發出年輕人模仿不來的氣質。我建議大家稍微認真琢磨一下時尚品味，很快就能成為「優質大叔」。到了一定的年齡，用質感好的衣料及做工細膩的服裝來進行穿搭，是絕對不會錯的。

ESQ：我十幾年前買了幾件基本單品，沒有破損或污垢，應該還能穿吧？

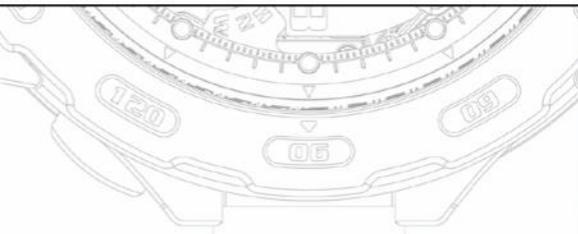
Shikama：服裝要是穿了五年以上，請務必更換。「基本單品適合各種時代」這是一個嚴重的誤解。各式單品的剪裁或設計，會隨著時代變化，不定時更換很容易過氣。☞



鹿間先生的TPO

TPO就是：Time時間、Place地點、Occasion場合。

••• 穿著打扮是最貼近個人的寫照，所以必須在分寸拿捏之間，仔細斟酌。同時也要注意因人、因時、因地、因事而制宜，如此才能得體有禮，讓自己散發出絕佳穿搭的正面形象。請各位活用TPO原則，這是非常重要的概念。無論是商業場合或者是日常生活中，都是必備的基本要素。



Q1：談到RICHARD MILLE品牌的創新精神，馬上浮現在我們腦海中的一定是錶殼材質。由您主導設計生產的機芯總是充滿創意，您有什麼獨家秘訣嗎？

Salvador Arbona（以下簡稱SA）：
RICHARD MILLE在許多層面上都極為創新，例如機芯結構等等。我們一直努力以3D思維進行設計，使機芯得以充分利用整個空間。機芯性能方面也不斷突破，因為我們絕不妥協，總是選擇最適合的技術方案以實現極佳的穩定性。除了為人所知的創新材質以外，抗震性也是品牌很重要的核心價值。我們開發的一些機芯能夠承受高達5,000G甚至10,000G的衝擊。我們還在手工修飾和表面處理工藝上追求進步，使每件成品都能滿足我們的技術要求。

Q2：您所執掌的機芯研發部門，是否也負責尖端前沿材質或創新材質的應用？

SA：是的，我們認為新材質非常重要。它們有助於我們達到Richard Mille先生提出的要求。由於我們對於剛性、超輕量和耐磨度等的標準極高，因此材質研發部門就成為我們實現高性能的關鍵。這個部門負責尋求適合的技術解決方案，例如石墨烯TPT®和Carbon TPT®就是成功的範例。



TODAY'S INNOVATION WILL BE
TOMORROW'S TRADITION
今日創新 明日傳統

RICHARD MILLE品牌技術總監Salvador Arbona先生暢談了他對於研發和生產工作方面的思維和理念，關於品牌應用的全新材質、作品和進行中的項目，當然，還包括對研發工作的滿腔熱情。

Text by 編輯部 Images : courtesy of RICHARD MILLE

Q3：您認為RICHARD MILLE哪些款式的功能，最具創新性？

SA：品牌帶來了許多創新功能，例如扭矩顯示器、功能選擇器、重力傳感器、倒數計時器，還有世界時區機制、可變幾何結構自動盤以及RM 030機芯中的可分離式自動盤等功能。

搭載重力傳感器的RM 36-01 Sébastien Loeb陀飛輪腕錶

品牌與WRC世界汽車拉力錦標賽的王牌車手塞巴斯蒂安·勒布（Sebastien Loeb）合作研發的RM 36-01陀飛輪重力測量腕錶，能夠讓賽程中的車手知道在大轉彎或直道上加速和急車中，所產生的橫向減速和縱向應力，可感應到高達6G的力度，進而判斷駕駛車作動是否安全（指針位於綠色區域）或存在危險（指針位於紅色區域）。



與世界全時區同步運轉的RM 58-01 Jean Todt陀飛輪腕錶

為經常往返國際間、忙碌於商務之「空中飛人」所打造的RM 58-01世界時區陀飛輪腕錶，迥異於一般以錶冠或按把調整第二地時間的操作方式，RM 58-01只需以逆時針方向旋轉錶圈即可改變時區，簡便又快速。將所在城市名稱旋轉至12點鐘位置，即可透過世界時區環上的刻度對應其他23個城市的時間，並以黑白雙色襯底表現晝夜區分，充滿創意與巧思。

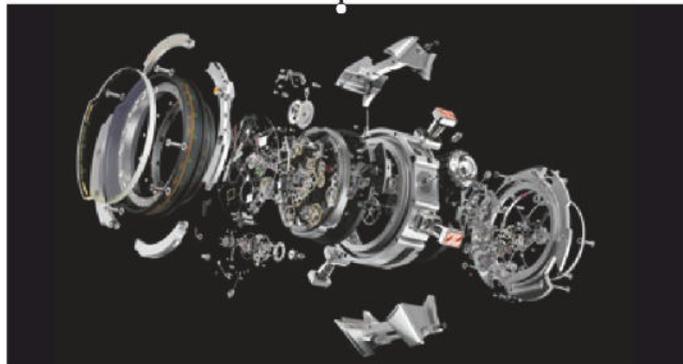


Q4：在您目前為RICHARD MILLE的下一款作品進行的研究中，主要考量為功能、材質或是機芯的設計呢？

SA：RICHARD MILLE不會滿足於既有的成就而止步不前，我們一直努力尋求在材質和技術方面的創新。我們目前致力於未來更多的自製陀飛輪機芯和其他從未在鐘錶業中出現的嶄新複雜功能。

Q5：您可以提供我們一些在例如機芯重量或尺寸、零件厚度、精準度方面破紀錄的數據嗎？

SA：隨口就能說出幾個：RM 039 E6-B飛返計時陀飛輪腕錶中的零件多達1,000個；RM 031每月誤差不超過30秒；RM 27-01的重量僅有18.83克；而Rafa的RM 27-03則可承受10,000G的重力。



專為翱翔夢想而生的RM 039 E6-B飛返計時陀飛輪腕錶

蘊含著飛行錶精髓的RM 039 E6-B飛返計時陀飛輪腕錶，運用鈦金屬和碳纖維材質製作出多達4層的堅實錶殼，並在錶圈外側設計了飛行員於實務上頗為仰賴的E6-B飛行計算器；以一枚固定錶圈與一枚雙向旋轉錶圈組合而成，搭配綠、黃、橘色的刻度顯示，顯示出飛行相關的計算資訊。所搭載的RMAC2機芯零件數便已有620個之多，內在複雜、外在也不簡單。

Q6：您認為關於腕錶機芯的創新是否已經無法再有突破，而只能針對現有的加以改進了？還會有真正的革命性創新嗎？

SA：會有的，雖然機械結構能產出的扭矩有一定程度的限制，但我們的工作就是要充分利用它。因此，我們非常重視齒輪的齒形、慣性、齒輪中的軸承、零件的精密和精準度。在進行機芯研究時，我們投入了大量時間進行計算，以能確定零件的尺寸，優化性能和摩擦力，以確保機芯輸出動能的最大化。

Q7：您認為在哪個領域還能取得重大改進？

SA：製錶業和RICHARD MILLE的品牌歷史都表明了腕錶的機制可以不斷改進。因此製錶業所有領域都還有很大的進步空間。端看如何利用腦力和技術資源。

Q8：所有製錶業都忠於傳統，但RICHARD MILLE卻專注於創新。您認為這會互相抵觸嗎？

SA：RICHARD MILLE將創新視作繼承傳統的重要的一部分。我們仍然是高級製錶品牌，因此手工組裝、手工修飾零件、我們與當地供應商的關係以及在表明了我們對於瑞士製錶工藝的尊重。然而我們極為現代化的製錶技術代表著雖然我們的一隻腳仍停留在19世紀，但另一隻腳則已踏入了21世紀。

Q9：您個人怎麼定義創新？

SA：延續之前的問題，我認為今天的創新在某種程度上將創造出明天的傳統。

Golden Era

黃金年代

質感溫潤的黃金往往是貴氣的象徵，然而腕錶應用的材質多樣，貴金屬也有多種合金。銅與黃金調和的玫瑰金、粉紅金、紅金，天然純白的鉑金，以及澄澈的白色黃金。就算沒有值得誇耀的複雜功能，金質腕錶依然散發無可取代的貴族氣息。

Text by Huang Po Yueh Images: courtesy of 各品牌

受到疫情影響，今年少了大錶展，卻還是多了不少線上錶展，比如九月初舉行的Watches & Wonders Shanghai上海高級鐘錶展（下簡稱上海W&W）就是因應此特殊時代的線上錶展。繼先前的線上Watches & Wonders，這次展出的新錶不算多，卻有許多重點代表作品。而下半年如連珠砲似，各品牌短打釋放的幾款新錶，依然有不少有趣作品。從幾個品牌將貴金屬應用在經典錶款的續作，如玫瑰金、白金就可以窺見，即便沒有複雜功能加持，腕錶在材質上的多元應用還是頗有市場。



↑ Overseas自動上鍊腕錶，41mm，18K 5N粉紅金，\$1,520,000 by Vacheron Constantin。

→ Overseas配備有藍色鱷魚皮錶帶、橡膠錶帶膠帶可自由切換風格。

玫瑰金持續縱橫四海

其實各家品牌都有金質、貴金屬等腕錶，珠寶錶款式在男錶上也越來越常見，打破性別藩籬及隔閡，男士跳脫精鋼腕錶，選用玫瑰金等材質，亦能展現質感男士風範。比如說這次上海W&W錶展裡，江詩丹頓（Vacheron Constantin）就再次推出客群打擊面最廣的Overseas縱橫四海的新材質作品，一款採用「粉紅金」打造，搭配系列專屬的藍色錶盤腕錶，卻更顯得優雅大氣。Overseas系列向來以實用著稱，具有運動感的作品，替換錶帶就能轉換風格。以品牌「馬耳他十字」為靈感的錶鍊採用18K 5N粉紅金材質，和整體腕錶更有一體性，而可替換的藍色橡膠錶帶、藍色鱷魚皮錶帶，更加實用且呼應錶盤配色。錶盤則是標誌性的藍漆面，圓形緞面拉絲邊緣，在光線映照下也更有層次，是配色一體性相當高的搭配錶。



→ “Homage to F. A. Lange” 2020年紀念版腕錶：（左至右）1815 Thin Honeygold、1815 Rattrapante Honeygold及Tourbograph Perpetual Honeygold。

有故事的蜂蜜金

德國製錶品牌朗格（A. Lange & Söhne）今年在上海W&W推出不少精彩作品，最主要是紀念品牌兩大事件，其一為旗下薩克森精密製錶廠創立175週年；以及品牌復興迄今30週年，於1845年12月7日成立了首家懷錶工場後，開創百年基業，卻於二戰後一度遭東德政權收歸國有，戰後的復興之路相當艱困，所以今年才這麼有價值。由於1990正式復興後，研發出66款錶廠自製機芯相當驚人，每年推出的金質、鉑金950腕錶因為作工精緻且量少也備受矚目。今年以獨有的「蜂蜜金」打造的三款紀念限量腕錶，則是同時雜揉了品牌精神以及值得誇耀的機芯工藝。以紀念創辦人阿道夫·朗格（F. A. Lange）出生年份的1815系列腕錶為主角，採用創新的18K蜂蜜金材質打造。當時此材質首度應用於2010年推出的三款「165 Years-Homage to F.A. Lange」紀念錶款。相隔十年，再度將此材質應用在優雅的手工琺瑯錶盤、計時碼錶、追針以及最複雜的陀飛輪芝麻鍊上，以黑色鍍銻蜂蜜金打造，浮凸的數字刻度，在細節處可以看得出金匠驚人的用心。蜂蜜金更加沉穩的色調，確實很符合德國製錶那種深刻內斂的眼光。



↑ 具備五種複雜功能：芝麻鍊傳動系統、陀飛輪、追針計時裝置及萬年曆的Tourbograph Perpetual Honeygold，限量50支，價格電洽 by A. Lange & Söhne。



異材質結合紅金

向來以異材質結合，多元材質應用的沛納海（Panerai），當年不僅開啟全青銅腕錶的濫觴，近年在碳纖維輕量化材質的應用，更是來到全新境界。這次上海W&W的新錶，則是結合其他專利材質Goldtech™ 紅金和Cartech™碳纖維的最新力作。碳纖維腕錶向來重量輕且耐用，如果直接搭配黃金材質會顯得金質太軟，而沛納海則是誇耀採用了專利的「Goldtech紅金」材質，是強度更高，且抗氧化的貴金屬合金。因為加入了高比例的銅以及鉑金而偏紅，卻也因為混入了鉑金，強化了抗氧化鏽蝕的能力。讓貴金屬腕錶不再只有高貴的印象，更多了點硬漢氣質，這完全歸功於高強度的材質結合。這還是一支潛水錶，防震質輕、黑色搭配紅金色調突顯內斂高貴；太陽放射紋錶盤在水面光影下，則顯得熠熠生輝。



→Submersible Goldtech™ Orocarbo 專業潛水紅金
碳纖維腕錶_ \$944,000 by Panerai。

無盡好運及財富

同樣於第二波上海W&W推出玫瑰金材質的還有伯爵（Piaget），這次的亮點除了材質，當然就是超薄機芯的新作。比如2017年推出的Altiplano系列飛行陀飛輪腕錶，當初致敬超薄的9P機芯問世60週年而推出，採用自製的新款670P手動上鍊機芯，讓整個腕錶更加纖薄。整體腕錶確實較為娟秀有氣質，主打的腕錶也是41mm以及38mm等小錶徑為主，主要是針對女性的腕錶，卻有著雋永的夜幕藍以及珍珠母貝等選項，作為對錶相當合襯。這次新款特別之處在於錶盤佈局，飛行陀飛輪框架設置在2點鐘位置，時分盤反而縮小，座落於8點鐘位置，依照品牌的說法，那是「無限」的符號，代表無盡的愛；而如同數字「8」的圖案，在華人文化圈亦有「好運」及「財富」的意思，小巧思相當有趣。兩款錶圈都有鑲嵌84顆總重約1.79克拉的圓形明亮式切割美鑽，在低調內斂的設計中，增添些許貴氣。

不過最大亮點還是甫展出就同步來臺，一款Polo Emperor系列自動上鍊鏤空超薄飛行陀飛輪鑲鑽腕錶，完全採用訂製，玫瑰金的款式全球限量8支，臺灣就有幸能帶來一支，古董錶展上還特別邀請金鐘影帝莊凱勛配戴，搭配米色系西裝，相當有看頭。此款錶分別有18K白金以及玫瑰金，鏤空的飛行陀飛輪上，不僅結構分明，更有許多鑲鑽細節。1270S超薄自動上鍊機芯，是特別打造的款式，機芯上的鉑金擺陀，鐫刻著伯爵的家徽，貴族氣質可見一斑。玫瑰金錶殼應用在大複雜功能上，還能有驚人的技術突破，這確實是非常精彩的力作。

1. Altiplano系列藍色漆面錶盤，41mm，飛行陀飛輪限量款鑲鑽腕錶_ \$3,600,000 by Piaget。
2. Altiplano系列珍珠母貝錶盤，38mm，飛行陀飛輪限量款鑲鑽腕錶_ \$3,420,000 by Piaget。
3. Polo Emperor系列自動上鍊鏤空超薄飛行陀飛輪鑲鑽腕錶_ \$9,350,000 by Piaget。



舒適的黃金體驗

勞力士 (Rolex) 今年的新錶終於現身，除了大家引頸期盼的「水鬼」Submariner外，不少款式都有新作品，而這次屬於兩地時區的腕錶Sky-Dweller則是推出了18ct黃金鋼新款。在品牌中歸類為複雜功能的系列，搭載了兩地時間及年曆等功能，常被當作商務人士的愛錶。多數都是採用複合材質或貴金屬材質，是屬於如果想入手勞力士，又不想戴純粹精鋼運動錶，想要「進階」一點的選擇。帶有「年曆」功能以及錶盤中央鮮明的兩地時區，是錶盤布局相當有特色的款式，新款除了黃金外，另有永恆玫瑰金等材質，不過這次最大特色反而不在材質，而是採用了高性能的Oysterflex黑色橡膠錶帶，運動氣息加持在奢華腕錶上，「黑金」配色更加搶眼。亮點反而較多在錶帶，加上蠔式保險扣、Rolex Glidelock延展系統，便於調整，配戴起來也相當舒適，確實是更適合出外人配戴的作品。

既然都提到Submariner就不能不分享今年的新色，先不談已經炒到過高的綠圈黑面款式，今年採用貴金屬的藍面款式筆者認為反而更有看頭。藍色的Cerachrom陶瓷外圈，搭配皇家藍色錶面的18ct半金款以及黃金款的Submariner Date，在對比色的相互呼應下，視覺上很有層次感。另外一款藍圈黑面，則是採用全白色黃金錶殼，這次藍色系反而就沒有推出精鋼版本，反而都是貴金屬，不過看起來更溫潤，加上調整過更加修長的錶耳，錶殼加大至41mm卻沒有更粗獷，整體顯得更加洗鍊優雅。今年亮點大概是機芯也升級，Submariner Date採用3235型機芯，一般款Submariner則是3230型機芯，動力儲存、抗震防磁能力都更加提升。[3]

1.Sky-Dweller黃金腕錶_ \$1,327,500 by Rolex。

2.Submariner Date白金腕錶_ \$1,317,000 by Rolex。

3.Submariner Date18ct黃金及蠔式鋼腕錶_ \$473,500 by Rolex。



同場
加映

夢幻萬花筒

這次上海W&W最大亮點，應該要算羅杰杜彼 (Roger Dubuis) 推出的一款Excalibur Superbia腕錶了，以600顆白鑽與藍寶石打造，搭載RD 108SQ鏤空雙飛行陀飛輪機芯的作品，絕對是最珍貴，最有價值的珠寶錶作品之一。Roger Dubuis特別說明了此錶名的意義，意即「驕傲 (Superbia)」是代表虛榮心與冒險精神的結合，畢竟以大量的寶石綴飾，更打造出鋪滿耀眼美鑽的星形結構，在如此纖細的機械骨架中，如何精準的將寶石鑲嵌其上，錶圈外又是精彩的將白鑽與藍寶石切割成三角錐四面體，再鑲嵌上去，是要冒非常大的碎裂風險的。但對於在設計上的冒險，深刻鑽研且堅持的精湛切割技術，讓這款腕錶化不可能為可能。錶殼形狀特殊，更要在其上方鑲刻出鑲嵌寶石的切槽，光鑲嵌其上的238顆四面體寶石形狀就不盡相同，共計多達六百顆寶石，投注的心力難以想像。這次品牌也邀請來日本室內設計暨藝術家白根昌和 (Kaz Shirane) 先生參與發表會，這種多面體彷彿「鏡屋」萬花筒般的構想相當吸引他，也因為視覺觀點與他有許多共同之處的緣故，他精采的藝術創作終能成為這支精湛工藝的設計靈感來源。

←Excalibur Superbia 鏤空雙飛行陀飛輪超級腕錶_ \$27,465,000 by Roger Dubuis。

ESQUIRE COLLECTION

Aurora Series
極光系列



Pyramid Series
金字塔系列



ROYALELASTICS® IS COMING 腕上的輕奢新選擇

從單一產品線迅速成長至「輕奢」定位的全方位品牌，ROYALELASTICS以20餘年的時間茁壯到當今的非凡成就，而它的下一個嶄新版圖則是：腕錶。

Text by Joseph Chien Images: courtesy of ROYALELASTICS Watches



ROYALELASTICS 官網

人在未來的平凡或非凡、成功或失敗，自身的努力很是重要，然而也不得不承認，正確的選擇、時機的掌握，有時也是加速達成目標的關鍵契機。在眾多市場熟悉的品牌中，ROYALELASTICS便是最佳例證。創立於1996年的ROYALELASTICS，隔年登上英國時裝週立即以無鞋帶運動鞋震驚時尚圈，並迅速流行於倫敦、巴黎、紐約、洛杉磯...等時尚之都，成為引領風潮的潮流品牌。那設計靈感源自12世紀法國卡佩王朝皇室徽章、蘊含著「智慧」與「榮耀」意義的logo，也成為眾多時尚達人爭相選購珍藏的最潮標章。

掌握時機的起步，也許讓步履較為輕鬆，但是正確的方向與策略，才是讓成功的果實得以繼續成長的關鍵。以鞋款快速流行於紐約、洛杉磯、柏林、東京等時尚都市之後，品牌仍持續不斷地跨足各種領域與版圖，經過多年努力之後，就如同亦以鞋款奠定基礎的Salvatore Ferragamo一般，ROYALELASTICS在2018年也正式晉升為輕奢品牌，服裝、包款、配件等等全新範疇的拓展，使其版圖更為完整、提供更多選擇。2020年，品牌更加積極地挑戰手錶領域，期許品牌旗下更為完整的產品線，都能夠讓消費者感受到品牌堅持的創新設計與精品質感。

進入鐘錶市場敲門磚的ROYALELASTICS全新鐘錶傑作當中，「金字塔」與「極光」兩大系列的錶款，提供了君子們可文可武、既經典又嶄新的多種選擇。從科學面向來說，埃及「金字塔」的建築結構有著最佳角度與黃金比例，品牌設計就將這般概念融入錶款之中。採用簡約的圓型錶殼基礎，組合呈現出最豐富的視覺面向。能夠精準清晰判讀、融合棒狀與數字兩種型態的時標，在3、9點鐘位置運用鑽石來點亮的輕奢華，加上耀眼的太陽放射紋錶盤，和沉穩鍊帶的洗鍊感，彷彿站在「金字塔」上放眼世界的非凡卓越感，讓豐富內涵留存於最完美的狀態。

以潛水計時錶圈首先吸引目光的「極光」系列錶款，用一種強烈、神秘的色彩之姿出現在世人眼前。極光，被科學家伽利略以羅馬神話之中「曙光女神」奧羅拉（Aurora）命名的美麗自然現象，也成為此一系列的核心精神：「非凡的潛力」。品牌設計師選用潛水錶造型的剛毅簡約來呈現堅強的象徵，色彩運用以極光的配色融合在手錶設計當中，詮釋出穩健形象與力量的結合。誰說運動錶款不能蘊含輕奢風格？無論是金屬或陶瓷錶圈的「極光」潛水錶，皆能帶給世人們輕奢享樂的驚艷魅力。

AURORA
AN ADVENTURE FULL OF SURPRISES



ROYALELASTICSWATCH.COM


ROYALELASTICS®

REMAKE A SPARK

速度：關於純電車的新革命

這個世紀初，各大汽車製造廠仍在專注於GDI缸內直噴燃油引擎的研發，時光匆匆僅過了20年，我們猜測當時的人們怎麼也沒想到電動馬達將會在不久的將來成為車輛唯一的動力選擇。以強大力量釋放為準的純電Hypercar出發，電動車的題材，藉由下述年輕創業者發跡故事的精采調味，提供給我們的將是超越速度的近代史傳奇。

Text by Geoff Lai Images: courtesy of Rimac, Aspark



回顧過往的高性能超跑，總是能招徠富豪目光的，除了空前的車體結構科技上賦予的前衛車身造型，便是毫不客氣迅速榨乾燃油的大排氣量引擎，尤其是令人神往的12、16缸，甚至曾經出現在原廠藍圖上的18缸引擎（Mercedes-Benz在上世紀90年代末期為W140 S-Class開發提出過的8.0升W18動力構想）；但隨著製造成本考量和難以通過的碳排放標準，現在僅有少數幾家超跑和豪華車品牌願意逆道而馳繼續開發這類巨大動力元件，多數製造商早已將目標指向新能源科技的研發，攤開計畫表排定純電動性能車的推出時程，同時將新科技逐漸下放到其他車款……大排氣量自然進氣的聲浪快成為追憶，且讓我們放眼未來，熟悉一下目前受到矚目的獨立電動超跑品牌所將主宰的天下。

來自E30的啟蒙

克羅埃西亞迄今成立11年的Rimac將他們幾年間發展的純電動力和對應的車載科技，早在兩年前的日內瓦車展上便全力應用在該公司作品「C_Two」上，然而這並非他們創建以來的首發；相同的新車大展，時光再退回至2016年，Rimac就曾介紹過擁有1224匹最大馬力及163.2kgm扭力值的

Concept One，而C_Two扛著「Concept Two」之意的縮寫，則是進一步將力量推高到不可限量的境界，並且期間更吸引主流車廠對他們熱烈揮手，例如Volkswagen AG旗下品牌Porsche Engineering Group GmbH保時捷工程集團入股並從最初的10%股權增加到15.5%，Aston Martin Valkyrie、Koenigsegg Reggera等終極跑車的開發也是透過Rimac的技術來解決電池組的問題。強大的發展潛力，使得Rimac的創辦人馬特雷馬克（Mate Rimac）2017年時僅僅29歲的年紀便進入歐洲前30大富豪名單，公司估價總值達7億2千6百萬美元。



雷馬克的目標不僅於追求性能卓越、品質嚴謹的電動跑車，他甚至還想超越Tesla，讓集團在未來電動車市場上擁有更大的影響力，而對比Tesla成功的發展史，Rimac的故事顯得更加戲劇化。

少年時期跟著父母從德國法蘭克福遷家至克羅埃西亞的雷馬克，不同於開建築公司的父親，相反地則是將所有熱情貫注在科學技術發展上，因此他選擇進入當地以各種領域專業研究著名的凡恩公立大學（VERN' University）應用科學系。這個時期的雷馬克，逐漸展現他靈活的腦筋和科學智慧的實質應用，18歲那年，他便偕同發明「iGlove」觸控感應手套來代替電腦鍵盤和滑鼠，並讓他在成年時獲得多項大獎並取得人生第一項專利。然而這跟Rimac後來的成就相比簡直不值一晒，因為電動車的結構實在複雜太多；但會走向這一條路，卻與他18歲時購入的中古白色BMW E30

323i息息相關；因為雷馬克喜歡在賽道上玩車，因此這部老3系列到了他手上幾乎過著過度操勞的晚年，以至於很快地這部車引擎就玩完了；面對一干搭載著汽油引擎的對手，雷馬克的解決方法就是放棄尋找堪用的2.3升M20引擎，利用父母的車庫以及透過網路購買的零件，自行組裝成綜效馬力達593hp的電動馬達——縱然這幾具土法煉鋼造出來的電動馬達太過粗糙，導致車輛經常性拋錨——且經過一段時間的嘗試來排除故障率，雷馬克獨自一人將馬達潛能大幅提升，並且讓該車在2012年成為0.25英里加速最快的電動車輛而打破了金氏世界紀錄，最重要的，透過



這部他命名為「綠惡魔」的323i，從2009年開始點燃了他將電動車研發立為志業的企圖。

雷馬克的事業從草創開始就以高性能電動跑車作為唯一的生產目標，此時的他除了個人經驗以外，其他資源趨近於零；他了解到造一部車絕不簡單，光是靠朋友以3D繪圖和草稿圖設計造型、他著手車輛的電子零件，是不可能組合出有效運作的作品，於是他大膽地帶著綠惡魔這唯一的成功樣本自行尋求中東地區投資者挹注資金。歷史驗證了當時才20出頭的雷馬克注定順利，2011年法蘭克福車展，集合畢業於奧地利Fachhochschule Joanneum大學的同鄉設計師阿德里亞諾穆迪（Adriano Mudri，曾擔任過Lamborghini和中國觀致汽車的產品外觀設計工作）的前衛低風阻造型、四具展現高度效能電動馬達、可在半小時內完全充飽的90kWh鋰電池、限量88部、每部預計售價100萬美元的Concept One原型車脫穎而出，成為當時超跑界的熱門話題。

雷馬克因Concept One的風光掙了不少名聲，第一輛車也在2013年1月交車至西班牙客戶手上，但此時卻因為過高的開發成本無法快速獲得收益，短時間之內公司陷入財務危機，據傳他們連租金和電費都繳不出來。為了力挽狂瀾，雷馬克再度前往阿布達比請求金主支援。但這些投資公司老闆及富豪獅子大開口了，他們開出的條件是希望Rimac集團和所有設備能夠遷往阿拉伯聯合大公國，只要雷馬克答應，他們就願意拿更多錢出來。

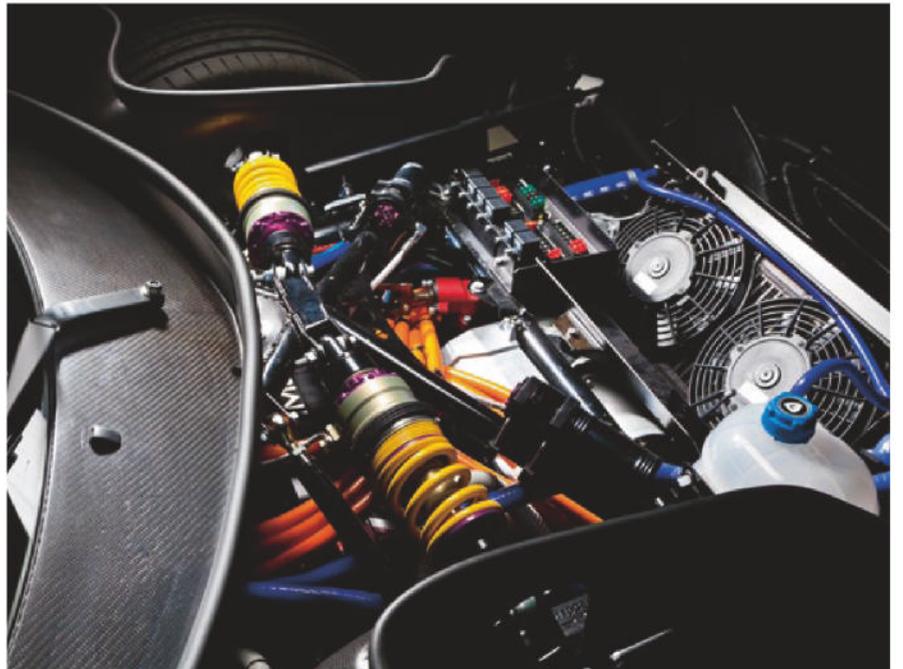
他們豈能料到公司現金已分毫不剩的雷馬克竟一口回絕了他們提出的條件，他堅持的理由是：Rimac肩負著開啟克羅埃西亞汽車工業發展的使命，必須讓全世界知道Rimac能夠持續將根紮穩在祖國並且貢獻其生產力。於是從2012年開始，雷馬克得尋求其他機會為Rimac爭取財務支持，這也是為何從2012年巴黎古董車展（Paris Concours d'Elegance）後直到2016年日內瓦車展期間，Rimac的車款改良進展和新車研發停滯不前的原因。





雷馬克當年只有兩條路可走，其一是轉而尋求供應商協助，在互惠模式下獲得更便宜的零件，然而大部分的廠商卻不買他的帳；第二條路，便是考量到自行研發運用在自家車款的零件擁有市場上最先進的技術，轉而成為電動馬達供應商，並且為其他汽車製造商提供電子零件和研發方案，同時藉由這樣的獲利為Rimac車款未來的發展重新奠定經濟基礎。這位年輕創業者很快便意識到，與其到處募資，還不如選擇轉型讓公司短時間之內提升實質營收，於是他開始重新組織研發和生產團隊啟動供應商角色計畫，而他們的第一輛協助開發的車款便是西班牙Applus+ IDIADA的限量八部、最大馬力達1000匹的電動跑車Volar-E；這部曾是當時地表第一快的超跑是以Concept One為原型基礎而打造的，但不同於Rimac自家車款的地方是，Volar-E的動力較小，車內為了減輕重量，採用的是尺寸更小的38kVh電池。

成功穩住公司營運狀態的雷馬克，終於如願以償在2016年日內瓦車展上發表Concept One最終確定版，在同一場盛會，Rimac甚至還展示了架上龐大後尾翼的賽道版本Concept S，重量比Concept One少了50公斤，擁有更強悍的1384匹馬力，從靜止加速到100km/h僅需2.5秒，且限額少到只生產兩部。隔沒多久的2018年日內瓦車展上，Concept One的後繼原型車款C_Two問世，而逐漸順遂的Rimac此時合作夥伴群也加入了Koenigsegg、Hyundai、Pininfarina，挹注大筆資金讓這家公司的發展如虎添翼。動力更強大，0~100km/h加速只花了短短1.85秒的C_Two，四具電動馬達可貢獻達1914匹綜效馬力，採前軸兩具單速變速箱、後軸兩具雙速雙離合器變速箱設定，同時可以48V電壓的電機功率來支援底下七具獨立冷卻系統，未來量產車型確定時，將會以完全不同的命名與大家見面。





穩紮穩打的大和精神

地球彼端的東亞，同樣也是多年磨劍的案例，就誕生在日本大阪市。但相較於雷馬克少年得志的經歷，這家Aspark顯然蟄伏更久，儘管同樣在市場上都曾經以供應商的定位為公司發展紮穩腳步。

與Rimac最大的不同處，還是在於兩家公司最初的短期營運目標，Aspark顯然就是個步步為營的絕佳範例。2005年由吉田正典（Masanori Yoshida）成立Aspark的時候，這家新創公司只是以提供汽車製造商、電子業在設計和研發上的工程解決方案的小廠商。這位畢業於京都大學並取得工學研究碩士學位的年輕企業家，很快在2006年拓展出化學、醫藥和軟體設計的專業分嶺，此後三年間讓資本額快速擴增。

吉田達成電動車製造夢想的關鍵時間，是他在2014年4月成立的研究發展部門，電動跑車的構想就此展開。儘管挾帶著為汽車和電子領域提供零組件所累積的豐富經驗，但Aspark在2015年釋出Owl車款開發計畫時仍被眾多廠商和市場觀察者看衰，就像那幾年泡沫化消失的許多電動車品牌一樣；擁有充裕資金和遠見的吉田自然不把這些雜音當一回事，Owl的概念車在2017年法蘭克福車展很順利地登上了各媒體版面，以超低趴的賽車姿態和同樣破千匹的強大力量讓眾人更好奇它的道路實際表現。

Owl的整體數據與前述的Concept One相當接近，少數不同處在於容量小很多的64kWh電池，以及那創世界新低的99公分車高。「電動車的製造並不容易，就算到了未來，我們仍會繼續碰到這類難題，這很正常，但我們還是有能力去努力克服這些阻礙。」吉田說著，此時他已經委託義大利頂尖車體製造商Manifattura Automobili Torino提供協助，一同在杜林為Owl的最後研發階段做最大的努力。最快在今年下半年，已經過一連串測試的Owl便可以運出生產線，以1984匹最大馬力、343萬美元造價和50部限額，陸續交付給期待已久的顧客。





令人玩味的是，Rimac和Aspark兩家公司都是以國產首款電動超跑的創舉感到自豪，CEO也同樣謙卑，如雷馬克就承認自己的薪水只有一般上班族平均薪水的三倍（雖然模式並沒有僅憑績效才能領到股票激勵作為薪津的伊隆馬斯克（Elon Musk）那樣誇張。）儘管如此，這些電動新銳能不能在未來超越已經試射眾多衛星到達太空的Tesla，持續在頂級汽車大廠間佔有一席之地，我們都還在等著看好戲。👁



歷久彌堅不管在哪個領域向來都不是簡單的事，對汽車設計來說也不例外，但最初的Jaguar F-Type卻是部體質優異、造型精美、血統優良的異數。打從2013年以傳承1975年停產的E-Type經典車精神後繼問世開始，F-Type與它的前身車款儘管沒有太明顯的相似之處，卻在世人眼中卻帶來相當完美的形象：以精緻、時髦設計細節巧妙融合經典GT車之美的雙人座跑車，讓人凡是過目就想擁有。事實上，你會想同時擁

有兩部，因為你很難在敞篷和硬頂版間二選一；同時透過親身駕駛，這種同時擁有的慾望將強烈到讓你即便徒勞無功的精打細算，也要找到說服自己購買的理由。

可想而知，F-Type的設計師、現時已經退休的伊恩凱倫（Ian Callum）正是個E-Type車主，他自認打從童年時期便是Jaguar的死忠信徒，同時也認為F-Type的誕生是他生涯中最引以為傲的時刻。

因此即便經過7年時光，F-Type看起來依舊出類拔萃，這反而讓你不解Jaguar為何要再推出改款車型；答案基本上正是因為F-Type的引擎蓋下方的動力元件和背後的科技元素尚未老到爐火純青，過去7年來科技已一日千里，此時該是Jaguar全面出盡它新技術的時候了。

升級後的底盤和懸吊系統為新F-Type帶來更優異的行駛特性，全新的轉向系統帶來



Reverting to Type

小改款 大變身 全新F-Type進化得十分到位。

Text by Will Hersey Translation by Geoff Lai Images: courtesy of Jaguar.

更自然且直接的駕馭手感。改款後的V6引擎型式和加入的V8動力選項，皆為超越當代汽車科技趨勢的武力展示，當然少不了還有更入門的四缸引擎車型作為標準項目。車內配備導入了全新的駕駛者顯示介面將座艙升級到最先進的境界；當你啟動引擎時，甚至還有「Quiet Start」模式讓你減輕排氣聲浪，以免你吵醒街坊鄰居。

至於外觀的變化呢？顯然新的F-Type變得

更漂亮，同時也變得更具侵略性，換句我們常說的就是改款超有誠意；這有點像看到老朋友曬出新膚色且鍛鍊出強健體魄般。其他還有細部的微妙進化——更大的水箱罩、改為橫向排列的頭燈造型、重新塑形的引擎蓋、不一樣的保桿樣式、稍微修改的尾燈——所有的細節悉數獲得提升。畢竟，歷久彌堅有時也代表不斷追求進步。👉



Jaguar F-Type R

引擎： 5.0升V8機械式 增壓汽油引擎	性能	極速： 300KM/H
動力輸出： 567匹英制馬力		0~96 KM/H加速： 3.5秒
油耗： 10.88KM/L		英國售價： 約新臺幣4,615,000元





BMW 8系列Gran Coupé

翩翩雅士的華麗戰駒

低調卻又藏不住的炫耀性格，你有獨到的鑑賞品味和華麗的競速技巧，透過BMW 840i Gran Coupé的修長車身流線，豈能藏得住內心激動，全面釋放它可馳騁於賽道、悠遊於公路的多重性格。

Text by Geoff Lai Photographs by 陳健雄 Special thanks to BMW

與後視鏡中的自己眼神交會，或許有這麼一、二刻，你突然開始重新審視自己的性格：也許你是個喜歡在車子裡進行思考的人，因此你的愛車就必須要有靜謐的環境；追求流暢加速和道路動態絕佳平衡，你的座駕就必須渾厚動力兼具優越操控性……當然，不論哪一種你，與眾不同的天生美感當然少不了；唯有無懈可擊的設計，方能讓你的品味與成就相得益彰。

將不同性格，包容在奢華外衣裡，BMW 8系列Gran Coupé是你夢想車款的完美解套。以雙門跑車為基礎延伸而出的空間機能，伴隨而來更長更寬的車體視覺震撼，呼應了設計總監Domagoj Dukec最初為M8 Gran Coupe概念車塑形時賦予的定義：這是部最具運動感的旗艦跑車。宛如頂尖雙門跑車銳利且動感的車身造型，即便僅靜止在鬧區每個角落，便能為你製造極高回頭率，令你手握手機數位鑰匙取車前，忍不住凝視著耀眼的水箱護罩，再將目光掃向流線延伸的車側腰線，並停留在頂級四門Coupé性格標飾的寬體化外擴後輪拱，集萬般華美為個人精采生活及層峰品味喝采，靜態凝視盡是跑車所應有的絕美姿態。

奢華往往不在於華麗外貌的高調宣洩，無可限量的內在實力有時更能震撼人心。有時你可靜駐8系列Gran

Coupé欣賞極盡聽覺饗宴的渾厚聲浪，處在車內卻也能在理想隔音下，兼顧寧靜卻又能適度領會共振低頻的藝術。帶著沉穩卻又富含熱情的靈魂前行，840i Gran Coupé被賦予長軸距後驅車款少見的靈活感受及穩定性，令你在五光十色都會中游移之際禁不住滿足的笑顏；Carbon Core碳纖維車體結構和精準的轉向系統下，配合著你內斂的油門和煞車掌控，得以流暢地在蜿蜒道路上快速通過彎道。8系列Gran Coupé的兩款車型，提供不同的動力輸出來滿足紳士的不同駕駛需求：M850i xDrive Gran Coupé搭載的4.4升V8渦輪增壓汽油引擎，擁有最大馬力530hp/5500rpm和最大扭矩750Nm/1800rpm，0~100km/h加速僅需3.9秒；840i Gran Coupé的3.0升TwinPower Turbo直列六缸渦輪增壓汽油引擎可釋放出340hp/5000rpm最大馬力及500Nm/1600rpm最大扭矩，搭配Steptronic運動化八速手自排變速系統後直接且豐沛的力量與速度展現，讓你在追求前後座高度舒適性之餘，偶爾也能來點賽道煙硝味般、令人信心滿滿的駕駛快感。

經常與8系列Gran Coupé共享個人時光的你，不只能在寬敞空間、BMW Individual Merino真皮座椅、Walknappa皮革包覆儀錶檯、Fine-wood高光澤柁木紋飾板的包圍下通體舒暢，科技更是讓你提升日常駕駛質感和便利度的核心因子。全面進化的iDrive 7.0全數位虛擬座艙整合12.3吋虛擬數位儀錶與10.25吋中控觸控螢幕，支援手勢控制功能，展現出的人性化直覺設計呵護你在行駛過程中的每項需求。不僅止於高檔質感的營造，內外更體現巔峰境界性格紳士關於動力科技、寬敞空間、美形鑑賞的面面俱到，8系列Gran Coupé早已套上自由、動感、嚴謹的多重標籤，開啟華麗四門等著你入內悉心品味。



↑ 渾厚的車尾輪廓，創造出8系列Gran Coupé優美且動感的視覺震撼。

↓ 8系列Gran Coupé有著相當輕盈的操控感，與極為流暢的加速性。



↑ 在車內高檔皮革、精緻作工的內裝包圍下，8系列Gran Coupé還有著相當前衛的空間設計，以及智能導向的高科技氛圍。

Live With *Reverence*

依山而建 傍河而居

與自然和平共存的建築也不是什麼新鮮話題，但以下建築對尊崇原生地形地貌的初衷而衍生出的奇特形態，卻能夠讓所有建築鑑賞者和旅行者重新認識永續建築的另類方向。

Text by Geoff Lai | Images : courtesy of Frankie Pappas · Dook+Visi · Mirante do Gavião



選在林間蓋棟度假別墅的範例多年來我們看過不少，但能夠以最大幅度減少對該地樹木、動植物和土壤的衝擊並不多見，為了達到人與自然均衡對話的方式，成立自2019年的Frankie Pappas建築師團隊選在南非沃特貝格山脈，以他們年輕且富有創意的想法造了一棟名為「大拱門之屋」(House of Big Arch)的奇特建築。以南非蒼鬱森林為屏障，藏身於一片樹海中的大拱門之屋就像傾倒在林地裡的古木，與周遭樹林未有任何一絲格格不入，並以盡量不傷害任何樹木的方式蜿蜒著；Frankie Pappas的建築師們稱之為「樹棲」(Arboreal)。

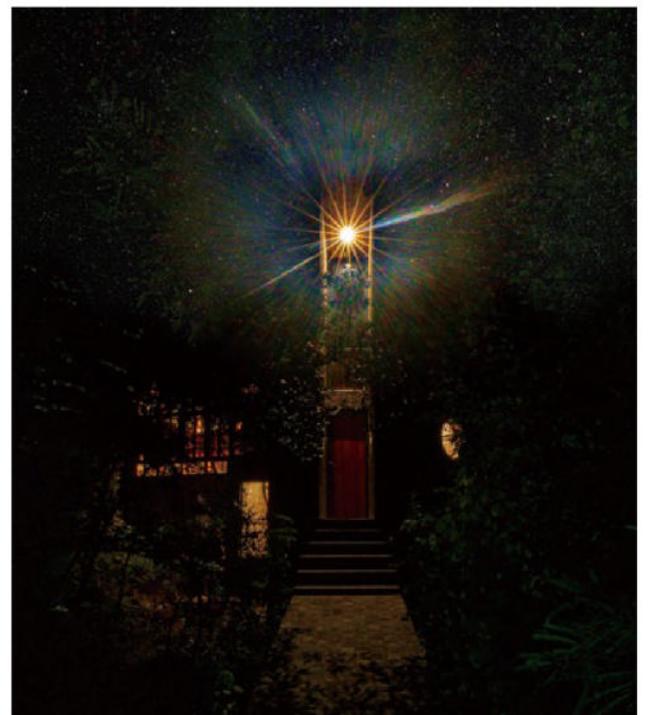
由於必須在不砍伐原生樹的條件下動工，因此Frankie Pappas就必須善於利用林間縫隙，於是便造就大拱門之屋如此細窄的房屋形態；僅3.3公尺寬的建物規格上，這座等同於在沃特貝格山脈的砂岩懸崖與森林間建立一處連結橋樑的建築以紅粗磚砌成，屋頂處也特意佈滿在地特有植物，全然不同於他們先前改建開普頓警察宿舍的「黃牆之屋」(House of the Yellow Wall)，百分之百呼應了他們在南非森林的另一棟住宅建築「長煙囪之屋」(House of the Tall Chimneys)及「跨河床之屋」(House of the Riverbed Span)，結構上採用了可回收木材，其他非主結構的牆面則加入了鋁和玻璃，與砂岩相得益彰的磚造建築間以木橋作為溝通，依Frankie Pappas的理念，便是減少人類在自然地上的踐踏以保護當地植被及花朵。

門面呈現的是挑高且上緣呈35度仰角上翹的拱門，入內後，大拱門之屋的第一段空間主要為上層的休憩所和餐廳，以及提供餐點的廚房，同時走到戶外通過第二段木橋則連結了花園和小水池，這裡多半是訪客主要的起居場



所，如果你有機會到這裡，便可以在室外的圓形平台上升起爐火。穿過階梯來到下層空間，主要為藏書和閱讀室，以及附屬的小庭院，另一側提供隱密處來放置各種藏酒並可作為儲藏食物的地點。

大拱門之屋對於整個Frankie Pappas成員來說並非純粹的建築技術或建築意念展現，更重要的，是協同營造商、工程師及訪客表達對原始地貌和當地生靈的崇敬；在他們看來，建築一座遠離文明、擁有質樸面貌的屋舍並不難，創造一棟能夠與自然和平共存的建物才是高招。



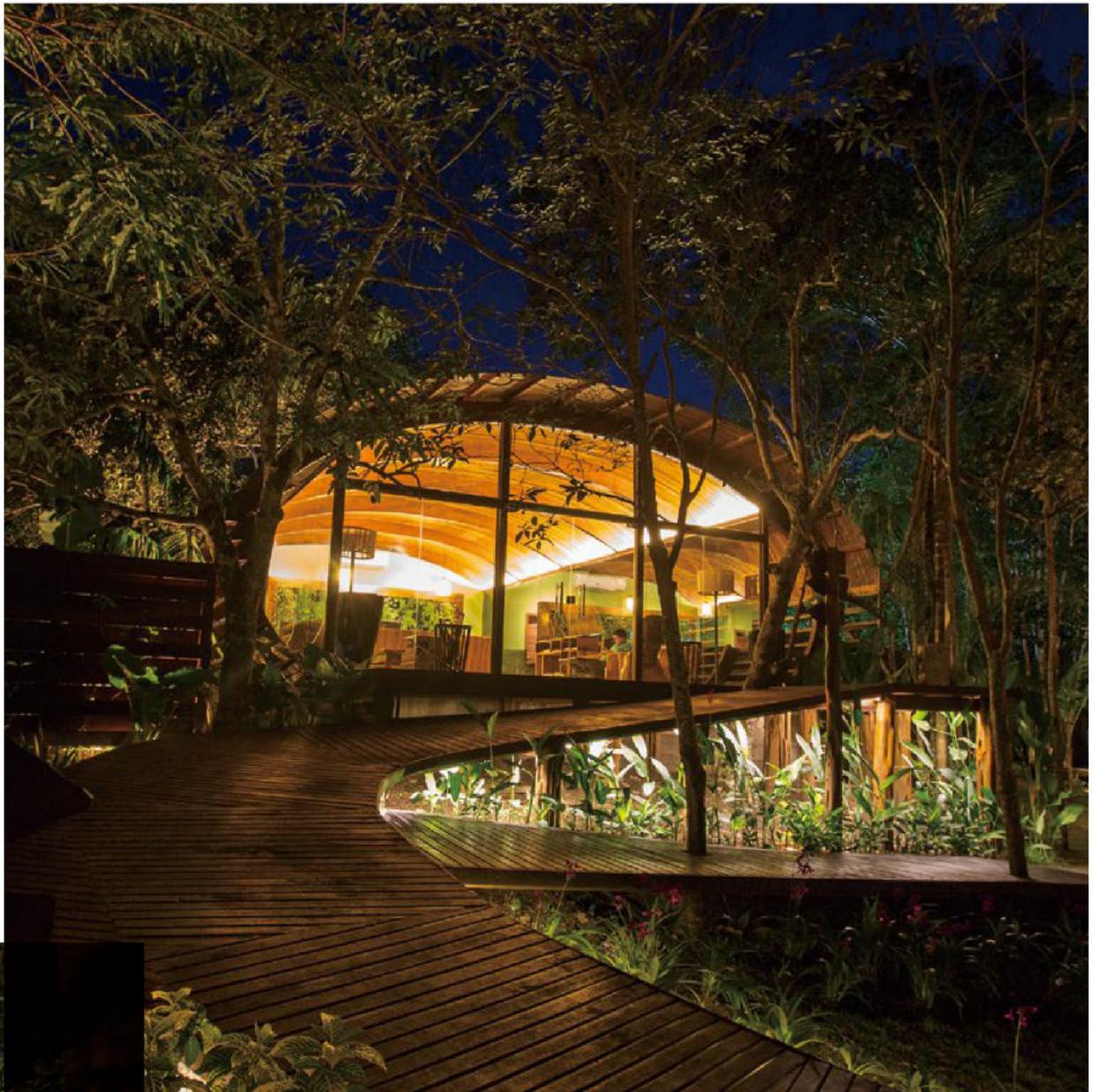


毗鄰亞馬遜大河的建築木香

位於巴西北部的新艾朗是目前來到內格羅河進行自然生態賞景之旅的熱門地點，你可以在當地的阿納維利亞納斯國家公園（Anavilhanas National Park）凝視著雨林環境，觀察當地棲息的鳥類，或尋找當地魚販展示的當地魚種，但來到這裡不要以為就得適應當地簡陋民宅或旅館，這裡自從2014年便誕生一座擁有絕佳赤道林地造景的度假村 Mirante do Gavião，你可以在這裡更充分地享受全球第二大淡水河群島及世界最大生態群落的特殊風情。

Mirante do Gavião不只讓旅客在叢林、大河的懷抱下享盡仙境之樂，更以12棟以闊葉木打造、擁有翻覆船體造型的木屋提供相當融入當地天然條件的奇妙住宿體驗；每座建築寬敞且相當舒適，通往戶外的大陽台也全都朝向河面任你凝視波光粼粼；Mirante do Gavião室內選用的是來自當地雨林物質所打造的各式家具，除了天然纖維加工品，你可見到帶有細膩鑲嵌裝飾的高級原木家具、編織籃框以及其他各種精緻的當地手工藝品。這些擺設品皆出自於新艾朗的非政府組織 Almerinda Malaquias Foundation，Mirante do Gavião飯店正是長年以來提供經費資助該組織方案運作的贊助單位。





度假區內所有充斥雨林風格的建築，皆由永續建築公司Atelier O'Reilly Sustainable Strategies提供全盤的設計規劃。能夠與周遭天然環境達成平衡、和平共處正是綠建築的基本使命，接待大廳、住宅和餐廳全都採用棚屋結構，樓板採高架地板設計，可阻隔來自土壤的水氣。建築內的通風及採光則不假電力，以全自然方式提供最大的空氣對流效率，起居空間更用大面積對外窗環繞以最大程度獲取白日光線。每棟屋舍利用太陽能板來儲存能源並轉化為室內用電。有機廢棄物則製成肥料做再次利用。每間屋內大量使用回收紙和手工天然皂。景觀設計師Clariça Lima運用70種原生植物和果樹來營造整個度假區內的綠意氛圍。

各建築以獨立通道連結低處的泳池和餐廳Camu Camu，你可在限定時間內享受最時髦的日光浴時光或品嚐亞馬遜特有食材和當地才有的水產。當然，來到此處旅行無論駐足多久，最重要的目的還是體會Mirante do Gavião在永續建築上盡力達成的低碳排放風格，以及這當中為你創造的無價回憶。[2]

Fusion : **BON APPÉTIT** 法菜新意

近年隨著米其林指南在臺灣深耕，被譽為世界上最講究的法國菜，有了不一樣的面貌。

Text by Chelsea Su Images : courtesy of 鹽之華、JL Studio、L'ATELIER de Joël Robuchon





2



3



4

作為餐飲業最具影響力的指標，每年米其林指南名單公佈後，都免不了饕客們摩拳擦掌等著一親美饌芳澤，今年當然也不例外。2020年是米其林首度將臺中納入評選名單的一年，觀察從8月24日公佈臺中的四間摘星名單，不難發現由黎俞君領軍的「鹽之華 (Fleur de Sel)」和林恬耀 (Jimmy Lim) 主掌的「JL Studio」兩間餐廳都有個共通點——以法國料理的精緻高雅為原型，再藉由主廚精彩各異的豐富經歷，結合臺灣在地風俗與食材，交織玩出全新特色風味。

法式底蘊的細緻轉譯 鹽之華

在料理的世界，「鹽」看似微不足道，卻絕對不可或缺，只消使用一點便能喚起一道菜的靈魂。主廚黎俞君將她浸淫歐陸菜式多年的積累重重拾起，化作珍稀如鑽石般的頂級鹽之花，輕輕座落臺中市市政路。建築外觀由國際建築團隊Spatio Practice以鹽花結晶的線條為靈感來源打造，並以純白沖孔板做為外牆裝飾，從裡到外，由建材、格局、家具規劃，到餐

盤、餐具的挑選，以及料理的呈現，均精準映照黎俞君的理想樣貌。

入行36年以來，黎俞君輾轉習藝於義大利料理的質樸溫暖、當代法菜的精緻優雅與西班牙料理的摩登奔放之間，她為傳統法式料理看似守舊，卻是十足考驗的基本功的特質著迷不已。其主理的鹽之華以法國菜的浪漫靈魂為基礎，並融會悠遊各國習得的技法，結合臺灣在地特色食材與傳統菜式，打造這座令饕客著迷不已的美食城堡。

如今主掌的鹽之華獲得米其林一星肯定，黎俞君將光環放在一邊，風塵僕僕回歸廚房，在一番人生階段性的重整後，她將帶來全新Dégustation menu主廚套餐，採倒敘式手法，以「前衛」、「清爽」、「傳統」分別演繹自己主廚生涯的未來、現在與過去，將各階段料理之路的心境歷程濃縮於整套菜式，讓人能以入口之美饌，綜觀其圓潤輕柔、回甘悠長的廚藝人生。

1. 布根地燉牛肉小農蔬菜：秋冬時節在法國出現率極高的法式燉菜，將牛筋、牛骨與紅酒慢煮濃縮成醬汁，再搭配舒肥近17小時的牛小排，入口即化、帶黏嘴膠質感的柔嫩質地，搭配上臺灣小農蔬菜表現傳統經典的形式，簡單而隆重。

2. 花瓣普拉達千層酥：以食用孔雀花瓣獨有的微澀苦韻，點綴少許蜂蜜，搭配滑軟普拉達起司襯出對比風味，頂端點綴宛如水珠的微酸檸檬凍，整體由軟到酥的層次，更顯清新餘韻。

3. 覆盆子洛神玫瑰杯：將法國經典甜點巴巴露亞 (Bavaois) 著重於水果香气的特色重現，以帶荔枝風味的食用香水玫瑰與覆盆子打碎成醬汁，與鮮奶油拌勻，以急速冷凍手法製成慕斯口感的晶球，盛裝在新鮮玫瑰之上優雅登場。

4. 澎湖軟絲蕃茄清湯佐法國魚子醬與莫札瑞拉起司：以正值產季的澎湖新鮮軟絲搭配上蕃茄萃取高湯，天然明亮的果酸凸顯出甜味；點綴於湯底的微藻粉和魚子醬，亦在入口時海味大爆發，組合成豐富飽滿的鮮鹹風味。

5. 鹽之華主廚黎俞君。



5



1



2

1.小印度：料理靈感來自南印度的炸扁豆圈，加入林恬耀獨門配方——以馬糞海膽、櫻桃番茄與莫札瑞拉乳酪製成的沾醬，為這道南洋風味的鹹鹹圈賦予嶄新面貌。

2.JL Studio主廚林恬耀。

3.豆爽：林恬耀使用綠豆做成麵條、原型發酵製成冰沙，搭配以綠豆仁加入馬蹄粉增稠所煮成的甜湯，以及點綴作用的香酥油條，甜鹹相錯、酥綿並存的口感深受饕客喜愛。

4.玫瑰奶水：發想自東南亞等地流行的一種玫瑰露加上奶水的飲料，林恬耀將玫瑰露、牛奶及奶水調整為適當比例後製成冰淇淋，再淋上白色巧克力、灑上玫瑰花瓣，是JL Studio最著名的茶點之一。

獅城傳統佐以法魂 JL Studio

作為臺中首間獲得米其林二星肯定的餐廳，JL Studio是主廚兼創辦人林恬耀（Jimmy Lim Tyan Yaw）分享新加坡故鄉滋味的美食教室。因經常在父親開設的獅城快炒店幫忙，林恬耀對味覺的啟蒙很早，進入新加坡酒店與旅遊管理學院就讀期間也屢屢表現優異，其中包含曾受新加坡海峽時報（Straits Time Newspaper）提名「備受矚目的50位青年」之一的傲人成績。

然而真正開啟他廚藝生涯的契機，是從2007年來到臺灣跟隨法餐Le Moût 樂沐主廚陳嵐舒開始，整整8年的歷練讓他的廚藝技巧臻至純熟。隨著樂沐的熄燈，他在2017年創立JL Studio，以記憶裡的咖哩魚頭、辣椒螃蟹、砂鍋豆腐……等新加坡街頭小吃文化為主體，結合來到臺灣習得的法餐料理精髓，藉由臺灣在地食材，重新組合，打造新加坡料理具當代口味與感受的全新樣貌。



3

4

1. 蟹肉魚子醬與白花椰菜鮮奶油：以龍蝦高湯製成的晶凍為底，鋪上極盡奢華的法國帝王魚子醬，周圍再以如繁星的白花椰泥點綴，無論口感是視覺美感都令人驚艷。

2. 鵝鵝鑊鴨肝佐洋芋泥：柔嫩鴨肝與鴨肝的組合，搭配淋有肉汁的馬鈴薯泥，是侯布雄經典美味。

3. L' ATELIER de Joël Robuchon Taipei 主廚Florence Dalia，同時是全球侯布雄餐廳亞洲首位女主廚。

4. 珍珠糖球鑲莓果及柚子慕斯：薄於一釐米的薄圓糖球一直是侯布雄膾炙人口的甜點代表作，其中填入口感與層次極完美的慕斯，是餐後極佳享受。



不敗經典純粹 L' ATELIER de Joël Robuchon

講到法國料理，就不得不提及享譽全球的米其林餐廳 L' ATELIER de Joël Robuchon。當年有廚藝鬼才之美譽的創辦人Joël Robuchon先生可是在不到40歲的年紀，連續三年，以一年一顆星，三年三顆星的記錄改寫八十多年的米其林指南歷史。至今旗下分店遍佈全球，自2009年進軍臺北起一直是饕客品嚐傳統法式料理的首選。

位於BELLAVITA的侯布雄法式餐廳作為臺灣首家分店，內裝風格以精緻的Tapas bar為訴求，所有佳餚皆以小碟小品出發，並自始至終恪守經典法式美學，不間斷嘗試、運用創新手法將臺灣當地食材融入法餐文化，以嚴謹烹調技術讓各種新鮮材料都能凸顯其原型獨特風味，同時兼顧美感而不犧牲原味與奢華質感，無論食材、料理技術、專業服務態度都一再彰顯蟬聯三年米其林一星餐廳所應具備的水準。📍



Very Rare 珍稀美醇何處尋 WHISKY

「物以稀為貴」，將這句中國古諺放在許多的高級精品市場當中，都是容易奏效的行銷策略。但是在酒品市場裡，還要考量一個考驗個人智慧的因素：時機。想要尋覓愈陳愈香的酒，比比皆是；但若要購入愈陳愈有價值的酒品，那可真的要傷腦筋，好好做功課了。

Text by Joseph Chien Images : courtesy of 各品牌



如同身旁賞玩腕錶的朋友們，在聚會中總愛討論著哪一款勞力士最是保值，甚至還有不小的增值空間，在臺灣廣大的酒品市場中，關於購入酒款何者具有收藏價值，甚至是值得做為投資標的，始終是不曾間斷的討論話題。然而，不得不說，從早期的VSOP，之前的紅、白葡萄酒，到近期的威士忌，「風水輪流轉」的變與不變，非常考驗酒類收藏家與投資者的經驗、眼光與智慧。

根據專業調查公司Rare Whisky 101在上半年所公佈的2019年威士忌投資年報，針對英國拍賣行的100支珍稀威士忌（Rare Whisky）進行比對分析，光是在1年之間價值就已上漲40%，更在10年內有多達582%投資報酬率的驚人漲幅，遠高於拍賣會上常見的葡萄酒、藝術品和高級腕錶，足見珍稀威士忌在市場上的倍受重視。今年8月底，在倫敦蘇富比的一場拍賣專場，更加突顯了經營投資珍稀威士忌的高發展性。

酒 後 不 開 車

帝亞吉歐Diageo PRIMA & ULTIMA極奢原酒

這場拍賣的Lot 1第一件拍品，就是由英國酒業集團帝亞吉歐Diageo所推出的Prima & Ultima極奢原酒系列。這個集結了集團中The Singleton蘇格登、Mortlach慕赫2.81、Caol Ila 卡爾里拉、Clynelish克里尼利基、Cragganmore克拉格摩爾、Lagavulin樂加維林、Port Ellen波特艾倫和Talisker泰斯卡……等品牌，匯集帝亞吉歐旗下蘇格蘭4大威士忌釀造區、8間釀造廠之單一年份威士忌的系列，拍賣場上拍的套裝則是編號No.1的第一套。孕育這難得一見罕品誕生的，就是集團的首席調酒師Jim Beveridge博士。

在威士忌產業工作近40年的Jim Beveridge博士，見證蘇格蘭酒廠近半世紀以來的高潮迭起，對於各地區酒廠的環境與背景也相當熟悉，在業界擁有極高聲望。數年前，他意外發現一小批深藏於酒廠的威士忌。在品飲完這批原酒後，Jim Beveridge 博士被其壯麗的口感與飽滿的層次深深驚豔，閃耀的瓊液彷彿訴說著酒廠最精采的篇章，是眾多酒液裡最難以取代的精華。此後，他再度拜訪早已熟稔不過的酒廠，在眾多出色的酒廠中尋覓最獨一無二的威士忌，造就集團有史以來珍稀威士忌巔峰之作，也是Jim Beveridge 博士的首部單一麥芽威士忌系列作品。

最後，這編號No.1的作品，以遠高於起標價62萬新臺幣、破百萬的價格結標，帝亞吉歐集團也將拍賣所得捐予專為貧困地區提供潔淨水源及改善衛生環境的慈善組織Water Aid；成功投標者，更能夠與Jim Beveridge博士進行獨家的線上試飲。更令人興奮的是，帝亞吉歐隨後在全球限量發行了238套的Prima & Ultima極奢原酒系列，其中臺灣發行的37套，即使售價高達720,000新臺幣，依然是在兩週不到的時間內銷售一空，足見臺灣威士忌市場人口的廣大。



Jim Beveridge博士。

The Balvenie百富首席調酒師典藏系列

另一種收藏態度，則是必須好好地耐著性子，有如蒐集拼圖一般地按部就班，才能掙得最後的完美成果。沒錯，就是向知名調酒大師大衛史都華（David C. Stewart MBE）57年調酒旅程致敬的「百富首席調酒師典藏系列」。1962年，年僅17歲的大衛史都華大師就已開始於百富酒廠工作，在歷經12年淬鍊後造就他成為現今的百富調酒大師。憑藉著畢生製酒工藝與知識，大衛史都華大師挑選出最具代表性的25桶優質原酒，每一桶都象徵他超越半世紀的威士忌生涯中意義不凡的故事篇章，為他的職涯留下了殿堂級代表作。

不急於將珍稀原酒一次集結成套，品牌於2016年4月首次問市時，就表示將以5年、5個章節、每個章節推出5支酒款的形式逐次發售，當時大衛史都華大師還親自蒞臨臺灣參加記者會，翩翩風範已是令在場與會人士們大感佩服。系列套組的主題從第1章的「酒廠風格」，到接續著的「橡木桶的影響」、「酒窖管理的秘密」、「期待中的驚喜」，2020年讓威士忌收藏家引頸期盼的最終章，則是以「調酒大師的特權」為題，收錄5支獨特年份的單一麥芽威士忌，讚揚大衛史都華發掘酒桶的偉大天賦及超越半世紀的經驗，同時也標誌出調酒大師最具意義的威士忌生涯。

隨著第5章的推出，百富首席調酒師典藏系列也正式宣佈絕版，有些專業藏家估計其未來市場價值可望上看千萬新臺幣，是典藏級珍稀威士忌中的明日之星，然而這些預測也只有靜待時間的逐步推進，期待在不久的將來，有望目睹它突破威士忌收藏拍賣價新高紀錄的早日實現。不過，英國調查單位Knight Frank於2019年底所公佈的奢侈品投資指數中，威士忌、錢幣和葡萄酒，目前仍高居價格成長率排行榜的前三名，皆有超過147%以上的增值空間。因此，掌握正確時機、聰明選擇具市場潛力的珍稀酒品，仍會是未來數年亞洲奢侈品投資市場中的當紅主流。👉



安 全 有 保 障



WHAT'S YOUR LIVING ROOM WEARING?

尋覓家的味道

從現在起，香氛產物不該只應用在你的身體，
今年它們已大舉入侵你家的各個角落，與居家設計合而為一。

Text by Finlay Renwick Illustrations by Manshen Lo Images : courtesy of 各品牌 Translation by Chelsea Su

在墨爾本的房地產界有一個內行人懂的笑話是這麼講的……若你要順利賣出一間高級房屋，就得確保屋內帶有棕色塗層的Aesop洗手液被放在人人雙眼所能及之處。若你那位潛在的買家總不自覺在屋內中世紀的高檔傢俱、大理石廚房檯面或落地窗前駐足停留上好一陣子，那麼恭喜你，這起交易將在不久之後成交。但不講你也不會知道，擺在

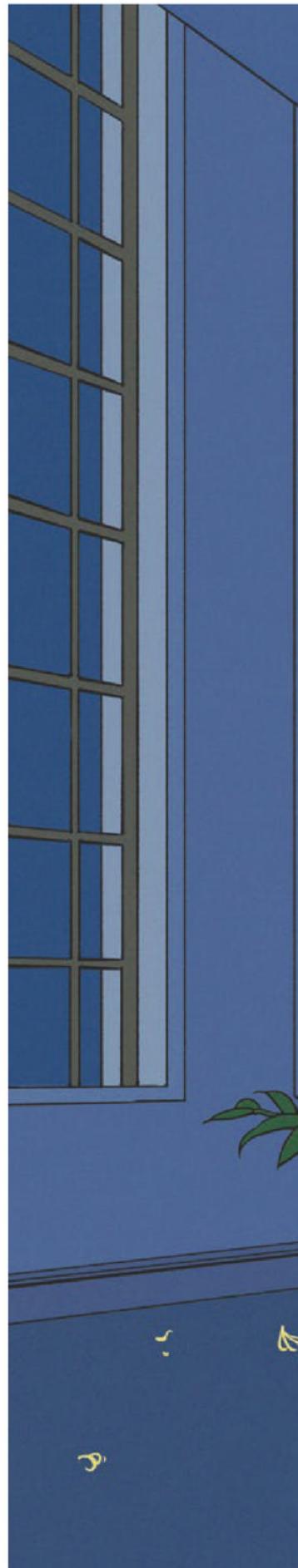
浴室裡那罐帶有輕甜香氣的岩蘭草洗手液才是幕後功臣。

成交關鍵在於氣味

撇開這個稍嫌誇大的玩笑不談，這幾年關於保養美容選項的奢侈化愈來愈跟住宅空間設計掛鉤在一塊，今年當然主要跟新冠病毒（人們多了很多在家洗手的機會）有關。不過近年來有個顯著的趨勢——無論男女都開始渴望

把自己的家改造成一個充滿優雅香氣的生活環境，就如同你為打理自己，愛往身上噴灑香水是一樣的道理——生理與心理的居住空間都是香的這件事，也象徵人們某種程度的品味。

「一間房子要能順利賣出，需要具有全方位的吸引力，大多數跟我們一起工作的人都明白這個道理。」房地產仲介公司The



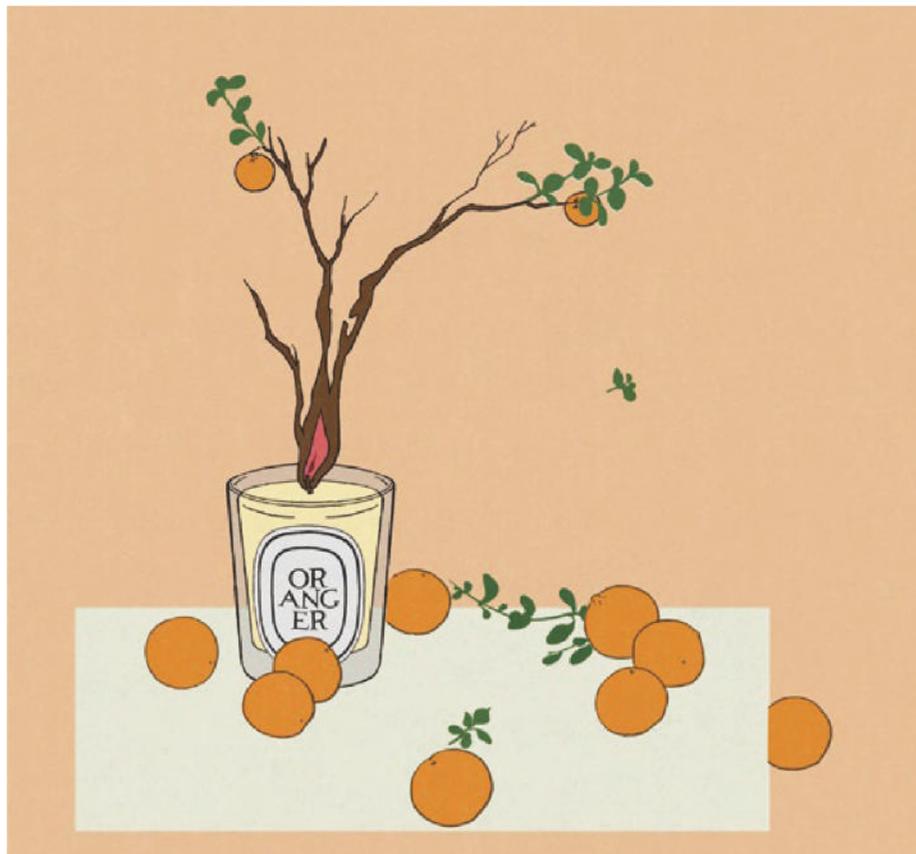


Modern House的聯合創始人Matt Gibberd表示，「我們注意到一種往天然無毒產品邁進的趨勢，進而提出一種香氣策略，使每間房屋都保有自己的氣味，且能符合每個不同性格買家的需求。」

逐年成長的香氣市場

「蠟燭和香氛產品原本只佔我們業務的一小部分，但近年來成長顯著。」在英國時尚家居商店End擔任採購的Daniel Crow說，「我們觀察到與這類產品打交道的男性顧客愈來愈多，特別是在現在疫情期間，大多在家工作的我們都更加注重房屋的整體感覺和氛圍，也許是這般對抗外界、想要把日子過得好的儀式感，能夠大大提高工作效率。」或者就個人層面來看，會希望從屋子裡的一切，從傢俱、裝飾品到蠟燭，都能喚起你對生活的喜悅。

其中最著名的品牌包含上述來自澳洲的Aesop、香水暢銷全球的瑞典品牌Byredo（旗下的Bibliothèque、Cotton Poplin 和Tree House都賣到翻掉），以及紐約時髦香水品牌Le Labo，他們家Santal 26家用擴香器由回收楓木製成，雖要價不菲（435英鎊），獨特香氣卻十分適合放置在你布魯克林的閣樓裡；再來Diptyque幾乎已經成為香水界奢侈品的代名詞。以上這些品牌不僅僅想讓你用他們的香水或髮蠟甚至牙膏，讓你全身打理得香香的而已，他們更想要你家裡把這些美麗又芬芳的東西擺好擺滿。



倫敦高端調香師湯姆·達克森（Tom Daxon）甚至在疫情期間推出了自己的香皂和護手霜品牌「Gloved」。你也許原以為傳統香水產業正處在一個快被淘汰的尷尬階段，但誰都沒想到手部清潔這件事會在這年重獲重視。

「我們的家居系列想表達的典型義大利風情這件事並非偶然，」Acqua di Parma

產品總監Paola Paganini表示，「使用我們的La Casa sul Lago家用香水，你會感覺像在週末的湖岸別墅一樣放鬆；Caffè in Piazza則名副其實像在品嚐一杯優質咖啡的香氣；你也會想起在家裡露台和朋友一起喝杯開胃酒的時光，如果嘗試了Aperitivo in Terrazza的話。」

精品香氛大作戰

隨著今年的時序推進，我們大多數人在精神和身體上都保持相當遙遠的距離，人類難免會有逃避現實的慾望，但人類真的有為此開始買蠟燭嗎？數字似乎說明了真相。根據全球零售分析師NPD的統計，截至2020年3月為止，英國高端客房清新劑的銷量增長了37%，高價位的蠟燭則較去年同期增長了6%。另一份分析報告指出，英國的蠟燭產業產值近19英鎊，這也難怪高級時裝品牌紛紛投入相關產品製作，包括Gucci、Dior、Louis Vuitton近年來在生產家居用品上花了很大心思。

Aesop的香水及室內噴霧系列一向深受喜愛，近期品牌也與御用調香師Barnabé Fillion合作推出共三款室內芳香蠟燭，\$3,300。



卡里波斯

托勒密

阿加尼斯

至於由喬納森·安德森 (Jonathan Anderson) 主理的Loewe，則在內部御用調香師努爾里亞·克魯萊爾斯 (Núria Cruelles) 著手設計新的「無性別家庭」香氣系列，以杜松、金銀花、甜豌豆和常春藤組成蔬果花園的香氣。

「喬納森對居家香氛設計範圍的定調非常明確，他認為應該著重在植物靈感和溫室復興這件事上，」克魯萊爾斯說道，「他用一些在香氣史上相當稀有的氣味在挑戰我，經過一連串不間斷的實驗設計的成品既潔淨又色彩斑斕（像你在高雅的西班牙避暑別墅和摩洛哥式住宅會看到的那種東西），還帶有點教堂儀式感。」

「一個時尚的居住空間絕對要有獨特的氣味，」克魯萊爾斯補充道，「若有人在進我房間後發出『我好喜歡這個味道！這好你喔！』的驚嘆，我會非常開心。」

買點香氣妝點家裡 誰都負擔得起

在疫情發生之前，誰真有意願考慮家裡要用什麼氣味裝飾？對大多數人來說，回到家首先放下身上的東西，打開Netflix當沙發馬鈴薯，然後在明天起床出門上班前把握機會多睡一點罷了。「目前洗手液、蠟燭這些看似不重要的家居飾品都是顧客傳達品味，最柔和的標記，它們都是負擔得起的奢侈品。」紐約作家克里斯蒂安·布萊克 (Chris Black) 表示。

布萊克同時也是紐約媒體Public Announcement的創辦人，經常與Stüssy和Thom Browne等品牌合作，擅長以個人品味帶起風潮，很多人會寫信到他的專欄詢求他的美學建議，「對於蠟燭，我喜歡Diptyque Oud, Byredo Japanese Ambre, Norden Joshua Tree和Malin + Goetz Leather；至於線香，我偏好Shoyeido Shun-Yu Beckoning Spring, Kuumba Sandalwood和Astier de Villatte

Aoyama。」他總結道：「擁有好的家庭與辦公室氣味應該蔚為主流，這是一種很簡單的樂趣，沉迷其中也是理所應當的。」

住在倫敦出租公寓，就連公共空間的櫥櫃打破都還得出動房東調解，要買上一座Eames高檔座椅或Isamu Noguchi的茶几幾乎等同於不切實際的幻想。但是，就像在2017年那陣子突然掀起室內植物熱潮一樣，在家擁有一座悉心豢養的植物或居家香氣，就是提升品味的象徵，而且很容易實踐（單價相對不高）。就像我現在寫這篇文章的同時，我先沉浸在Le Labo的Petit Grain 21蠟燭半天時光，然後讓Aesop Istros Aromatique噴霧環繞在我周圍，晚一點用上Byredo的Peyote Poem蠟燭。無論身在何處都能自在掌握與享受。

香味會說話

在整個世界都覺得自己被輾壓成了Ziploc保鮮夾鏈袋 (Google一下這段英文字，看到圖片你就懂了) 的這個非常時期，我去了位在Broadwick Street上的End，樓上有一個深褐色的方形水槽周圍被大理石與不鏽鋼覆蓋著，上頭堆滿Aesop、Malin + Goetz、HAY和Escentric Molecules的最新產品；店內有數十位帶有尖銳髮型的年輕男子，他們多半穿著Gore-Tex外套和質樸的運動鞋，店內展示臺上服裝與運動鞋各個標有動輒四位數的價格名牌，對應這樣概念的陳列裝潢，顯得有點尷尬（雖然看起來很高級好穿啦）。

走進一個散發獨特香氣的房間不僅很棒，而且當人看到你在他們的房間寫下筆記，這更像一種認可你品味的聲明。不只是你腳上的運動鞋或身上的衣服，還有你家裡空間的氣味以及身處其中的當下心情，都同等重要。無論你使用的是Byredo或19-69（同樣是來自瑞典的香氛品牌）；Common Projects或Nike x Sacai LDV運動鞋，他們都透露了一些關於你的事。☞



法國精品香氛品牌Diptyque除了熱銷的香氣蠟燭與香氣噴霧，近年甚至發展出五款擴香產品。

1. 電子擴香器 \$11,000：一款極富當代藝術質感的香氣寶盒，適合使用在較大空間。



2. 行動擴香器 \$3,800：是自由、簡約與便捷擴香的不二之選。



3. 車用擴香器 \$3,100（搭配香氣補充包）：為愛車族打造的理想裝備。



4. 擴香精 \$6,000：只需翻轉即可輕鬆開始擴香週期，是約六坪以下小型空間擴香的理想選擇。



5. 室內香氣蠟 \$2,000：是一款內含高濃縮香氣磚、素坯陶瓷材質的香氣飾品，可懸掛於衣櫃、衣帽間、行李箱及其他小型空間內，悄無聲息地擴散香氣。



VIBRATING IS THE EXPRESSION

振動至上

時代不同，古人「孤陰不生，孤陽不長」的說法傳到現在早已跟不上潮流的節奏……誰說一定要交女友，全新「男性玩具」以振動新體驗，伴你度過每一個空虛寂寞覺得冷的漫漫長夜。

Text by Geoff Lai Images : courtesy of MYHIXEL、MysteryVibe、Lelo

Tenuto開啟無障礙之門

Tenuto是英國品牌MysteryVibe針對你和愛人親密時間的助興幫手，同樣透過與行動裝置應用軟體的連線，它可同時滿足翻雲覆雨中的男女，也可進行單人使用。MysteryVibe標榜Tenuto擁有堅固、高速、爽度延長、體感強勁的特性，套在男性命根子上，便可在束緊生殖器的同時，透過振動效果將傳遞到大腿內側和會陰部上。這款未成年嚴禁使用的X級玩具適用於各種尺寸的肉棒，本體內六顆馬達的振動觸及範圍從整個陽具到會陰處，不僅可促進血液流通，同時也可讓你的高潮感更加強烈。

Tenuto除了擁有不錯的質感以及防水設計外，透過app，你可控制振動頻率並預先選擇運作模式來達到最理想的體感狀態。目前已經有不少英國和美國臨床醫生建議性患者使用Tenuto，以改善令人困擾的勃起障礙問題。



MYHIXEL令人更持久

以app中設定的挑戰遊戲、科技為導向的治療方法和娛樂效果，結合一票性學家的專業知識來製造一款可結合線上體驗的實體化飛機杯，可能是空前絕後的創舉；由西班牙賽維亞的創業家派翠西亞·羅培茲·特拉瓦霍（Patricia López Trabajo）成立的品牌MYHIXEL，基於造福廣大男性的宗旨發明的「MYHIXEL I」和對應的應用程式，其功能便是要結合上述特點，並額外透過線上諮詢協助，藉此延長慰慰時的持久力，甚至幫你治療早洩的毛病。

MYHIXEL I的使用特點，是利用MYHIXEL TR和MYHIXEL MED兩種不同的軟體加以「鍛鍊」；串流至MED程式可有效針對性行為過程三分鐘內早洩的男士對症下藥，結合MYHIXEL I飛機杯的逼真穿透觸感來延長男性床上表現時間。TR應用程式則同樣搭配MYHIXEL I，使用者在app中安排的「太空站」（Space Station）出發，盡可能前往遙遠的行星來做為挑戰，依據到達的目的地、攻佔的總星球數以及事後調查表，統計出自己到達高潮的時間提升進展。



Lelo前後馬達的超跑般技術

找對神祕P點和G點入口來抵達欲仙欲死的極樂世界，是不少男性從青少年開始就努力修練的課題之一……因為只要你修行得道，不僅你爽，女性也能因此得到福利。瑞典高檔品牌Lelo兩款專為男性或情侶雙方所設計的產品，除了讓戰鬥更具戲劇張力，時尚的設計感就算閒置在桌上也能提供視覺情趣。

TIANI 3採傳統無線遙控按摩棒的产品型式，主要是透過比前一代遙控距離進步三倍的全新SenseMotion遠端技術來調整運作強度，同時利用TIANI 3按摩器來完美配合男女雙方的私處構造，基本上可在任何姿勢下使用，但正常體位會是最理想的方式。

F1s則導入智能聲波專利技術SenSonic，以及先進的Cruise Control馬達科技，可透過線上下載F1s專屬app的超跑儀錶板模式介面來控制前後馬達，並且可在感測器監測下，轉化為紀錄你個人能力提升的科學化數據。[2]



TIANI 3

F1s

WHAT MEN SAY

你的渣男指數有幾趴

「渣男發言人」、「劈8女章魚渣男董座特助」
看著近期新聞媒體上的熱門關鍵字，男人們是否有所自覺，你到底在女人（或其他男人）眼中，有多麼「渣」呢？

Text by 法克說 Images: courtesy of Getty Images



法克說

原名為法蘭克林說 (Frankly Speaking)，
依循「台北車站→北車」的流行趨勢而
縮寫成「法克說」，一個很想要與女人真誠
對話，但偶爾還是會言不由衷的
有色無膽男人。

近幾個月，在社群媒體上不時都會看到「渣男」這個名詞，從移情別戀又遲遲不肯離婚的年輕歌手、熱衷舉辦「多人運動會」的資深（出道已經24年了應該可以算是吧）藝人、把政府機構辦公室當作「（應該只有單、雙人而已的）運動場所」的發言人，或是號稱擔任外商企業（汽車品牌聲明早已離職）特助的八爪章魚Youtuber，都被大眾輿論冠上了「渣男」的稱號，不禁令法克說小弟我燃起了深入研究的慾望，想要好好探討一下這個「渣」，到底是有多大的殺傷力？（我只有被甘蔗渣傷過牙齦）而分別從男人和女人身上所「榨」出來的「渣」，是否有所不同？

定義不明 定位不清的渣

提到渣男，法克說我不會像丹妮婭姐一樣關心他們是時間管理大師或身體保健大師，追求實事求是的原則下，就應該要先好好地讓渣男們「名正言順」一下，搞清楚哪些行為、態度和結果可以被定義為「渣」，這樣才能大刺刺地在貼文裡頭寫下「#我是渣男我驕傲」的Tag。選好良辰吉時、焚香沐浴，拜請谷歌大神前來指點迷津之後，竟然發現……爬文到2015年8月20日，一篇名為「男女眼中『渣男』定義有何不同？」的新浪網貼文，就完全斷了線，遍尋不著那位發明「渣男」一詞的大文豪。或許在百度的「另一度空間」裡還能覓

得些蛛絲馬跡，但是深深地感受到渣海無涯、回頭是岸，那就……彙整一下眾說紛紜的種種「定義」吧。

2018年的該篇貼文中，確切地揭露了幾個渣男的具體行為：愛劈腿、吝嗇、沒上進心、沒責任感、單方面提分手、與前女友藕斷絲連且愛與現任女友比較、交往後瞬間變冷淡或過度約束女友，以上種種看來多是感情層面的相處問題。之後陸續出現的貼文，又增添了不少的標籤——「中央空調」暖遍身旁異性、從不公開感情關係、愛吃軟飯、管不住下半身、有暴力傾向與行為……等，聽聞起來似乎都將「渣」的行為投射在男性身上。要談「渣」，應該也要講求一下「兩性平等」才對吧。因此，交叉比對

了多篇評論分析文章之後，管他們什麼八大、十大、八七大，我就是要把它們全部攏成一包的五大。沒什麼特別原因，就像一隻手、五根指頭，能夠做好各式各樣的事情；一個人、五種渣事，也能摧毀各型各款的感情。

一、感情不專一的花心蘿蔔：

經常換女（男）友，至少還是維持著一個蘿蔔一個坑的「市場公平性」；那種要插好幾個坑（或輪流插好幾根蘿蔔）的人，要說是渣，全體無異鼓掌通過（尤其是有婚約的，對，我就是說你這刺青男）。

二、自私不尊重伴侶的自大鬼：

人不自私不成人，但有了感情羈絆之後，從「我」到「我們」，待人處事的思考單位數就該要跟著調整。只會告訴對方「老子（娘）爽才是最重要的」，那我只能告誡你「老子（娘）都不老子（娘）了」。

三、言語手腳暴動的暴力狂：

身旁只要有朋友遭遇另一伴會動手動腳、肢體暴力，或是用言語恐嚇、甚至嚴重至情緒勒索的情況，我的建議一向都是「跟他切八段」（在你生氣到真要拿刀把他切成八段之前）。

四、騙吃騙喝不臉紅的懶惰鬼：

軍中會說「不打勤、不打懶，專打不長眼」，但是在感情關係裡真要講求一種「互相」的付出。即使時局不好、工作難找，但也該要有些積極作為來試圖突破困境，切勿只會宅在房間裡打伸手牌而已。

五、花錢如流水的散財童子（女）：

你家裡開水庫的話，有本錢可以三不五時地洩洪一下，但若是自知只有一個小小水龍頭，就該要量入為出，不然搞到兩個人都要忍受飢渴，那就真的不要怪另一伴掉頭走人了。



渣男砲不砲 乖乖啟動自爆機制

至於你要問我：如何判斷對方是不是渣男（女）？你看遍網路上各種論述的教學文，其實還不是像知名Podcast節目《百靈果News》凱莉常說的「驗貨」：「X器要合，很重要」，兩人沒有相處過一段時間，怎麼可能用看的就能知道對方的金錢觀、責任感、忠誠度……這些交往初期都很容易藏在口袋裡的問題呢？

什麼？你問法克說我有多渣？關於這個……我必須坦承，真的還曾經犯過其中幾種「渣」，現在則還有一些「渣」會不時地刺到我家那口子。打女人，這是我絕對不會犯的滔天大罪，還有吵架時翻舊帳，也是我即使在盛怒情況下仍會有所節制的大忌，但是偶爾酸她兩句確實是有的。至於感情專一嘛，之前曾經犯過在網路上「精神出軌」的事件，後來的快刀斬亂麻，是斬了舊人、牽了新人，這其中的對錯……只能說雙方各自心有論斷。感情走進兩人同居世界時，我們就立刻辦了銀行專戶，支付生活所需的共同花費，同時也保有各自的經濟獨立，自是少了金錢觀方面的爭執；家事也是盡可能地平均分擔，除了我至今仍無法下廚烹煮一頓完美的晚餐之外（煮麵、炒飯、炒青菜還勉強可以）。至於自不自私嘛……好啦，我承認心底還是有那麼一點。所以，法克說我自評的「渣男」指數應該是「18%」吧。你呢？你有多渣？我倒是要先來去刮我的鬍渣了。👊



歐米茄海馬潛水 300 米 Nekton 版本腕錶隆重登場：參與拯救海洋任務的腕錶

歐米茄實現守護地球的承諾，成為致力保護海洋的非營利研究基金會 Nekton 的榮譽盟友。而其著名的潛水 300 米海馬系列腕錶，在品牌的海洋故事扮演著重要角色，欽佩這項傳承的 Nekton 團隊還為了紀念彼得·布雷克爵士擔任船長的那艘船，將他們的研究潛水艇取名為「海馬 2 號」(Seamaster 2)。Nekton 版本腕錶配備雷射燒蝕啞光波浪紋路浮雕黑色陶瓷「二氧化鈦」錶盤，以及搭載雷射燒蝕潛水刻度浮雕的 5 級鈦金屬單向旋轉錶圈。為了向這個努力不懈的基金會致敬，此錶的定向底蓋搭載 Nekton 潛水艇浮標徽章，並鐫刻「NAIADLOCK」、「DIVER 300M」與防水深度字樣。



Kent & Curwen 2020 秋冬系列廣告

復古的運動照片一直是品牌總監 Daniel Kearns 為 Kent & Curwen 設計服飾系列的起點和關鍵元素。自 1926 年起，Kent & Curwen 就以提供運動制服聞名。當時英國各地運動俱樂部的牆上都掛著身穿制服的球隊照片或個人肖像。因為早期的濕版相機很難在戶外操作，所以當時這些照片通常在室內拍攝，以手繪場景的舞臺佈景板為背景。本季秋冬系列圍繞在運動員和藝術家這兩種角色的詮釋；藝術家則分別包含攝影師及畫家。運動員的造型集中在傳統的運動衛衣、運動褲、學院圍巾和 T 恤，均以品牌標誌性的玫瑰點綴。藝術家的造型則比較體現天賦氣質，包括皮革連羊毛領的外套、parka 大衣和羊毛外套，搭配玫瑰徽章針織衫、帽子和靴子。

S.T. Dupont 2020 Jet Millennium 系列 打造千禧世代追求的創新與輕量包

1872 年 S.T. Dupont 創始人 Simon Tissot Dupont，為當時法國上流社會設計時尚旅行皮箱，因為其獨特的設計，到了 20 世紀時都彭已成為聲譽響徹全球的皮箱品牌之一。如今，都彭延續為皇室貴族打造御用商品皮件而享譽國際的旅行藝術。Jet Millennium 系列輕量创新的機能性，鎖定 20 歲至 35 歲喜愛旅行的千禧世代族群。Jet Millennium 系列極輕量技術與耐用性，採用創新獨特的編織布料和橡膠材質，韌度極高、柔軟耐用、防水的高性能材料，附有槍鑽深灰色的開關扣環，黑色隱形拉鍊，包款飾銀色品牌 #Dupont logo 印刷設計，以及象徵法國精神的紅白藍三色標識，包款上附高精密的雷射切割紋路，內部多用隔層與拉鍊夾層。此外，符合人體工學的設計，強調此系列的舒適度與實用性，促使 Jet Millennium 度受到關注。



這只庫克真好色 找出你的專屬命定色

雷達表推出多彩皮革快拆系列錶帶 名品店專屬獨家販售

瑞士雷達表從去年下半年一直在市場延燒至今的 Captain Cook 庫克船長系列原本就具備快拆錶帶裝置的特色，也理所當然加入色彩系列，推出多款色彩繽紛的皮革快拆錶帶，共有活力橘、葡萄紫、莓果粉、蘋果紅、太陽黃、萊茵綠、經典藍等七種顏色，象徵著勇氣與生命的橘黃、沉靜與穩定的藍綠，在小牛皮革上呈現出高亮度與飽和的色質質感，並有 37mm 與 42mm 兩種尺寸可選，讓你能與你的好閨密或另一半都能巧搭配色，交換分享心情，打造出忠於你心的專屬命定色，讓你隨時隨地，有色有型。多彩皮革快拆系列錶帶僅在名品店獨家販售。



格蘭傑單一麥芽威士忌推出珍稀保育特別版

守護現代獨角獸 開啟長頸鹿保育愛護計畫



長頸鹿看似與威士忌毫無相關連的兩件事，卻是成就格蘭傑酒廠源遠流長傳奇故事的關鍵元素之一。擁有蘇格蘭最高壺式蒸餾器的格蘭傑一直以來都以「長頸鹿」作為酒廠的品牌象徵，今年格蘭傑更進一步正式與長頸鹿保育協會 (Giraffe Conservation Foundation) 及蘇格蘭皇家動物學會 (Royal Zoological Society of Scotland) 結盟，為保育地球上正在面臨生存危機、宛如真實獨角獸的長頸鹿進一份心力。同時推出「格蘭傑長頸鹿保育特別版」，將部份收益提供給保育單位，以實際行動來保護瀕臨絕種的長頸鹿。

禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障

BELL & ROSS 專為現代都市探索者打造的專業腕錶 VINTAGE 三部曲之最終章：

BR V2-94 AERONAVALE-BRONZE

為致敬 Vintage BR Aeronavale 系列，Bell & Ross 柏萊士在今年更加向前一步，推出全新 BR V2-94 Aeronavale Bronze 腕錶，僅限量發行 999 只。這款優雅的計時碼錶明確以美麗時計的狂熱迷為目標受眾 41 毫米錶殼以穩定的 CuAl7Si2 青銅合金打造 (其中含銅 91%，含鋁 7%，含矽 2%)。與復古系列其他計時碼錶相似的是 BR V2-94 Aeronavale Bronze 腕錶也配備固定式錶圈，但採用的是海軍藍色陽極氧化鋁材質。海藍色錶盤飾以鍍金金屬時標和數位以及棒形鏤空指標，白色 Super-LumiNova® 夜光材料保證出色易讀性。超大弧度實用型「玻璃盒」式藍寶石水晶玻璃錶鏡既突顯腕錶的經典風範，又增強了腕錶的抵抗能力。



RICHARD MILLE RM 72-01 LIFESTYLE 自製機芯計時碼錶

心靈深處 (WITHIN) 創造的心跳

RM 72-01 Lifestyle 自製機芯計時碼錶奇異罕見而跳脫時空限制，展現創新設計與卓越性能，立於高級製錶、舞蹈和音樂的交集之處。全新的 RM 72-01 計時碼錶以明顯的三個時標：3、8、11 為三拍子的節奏定調，而錯落的三個計時盤則吸引著所有人的目光。不僅顯示出計時刻度，同時也代表三拍一小節的韻律節奏。不同指針 (藍色秒針、橘色分針、綠色時針) 由 6 齒導柱輪協調，在各自的計時盤內舞出韻律有致的節奏。為了凸顯 RM 72-01 計時碼錶的藝術價值，這兩位藝術家創作了名為心靈深處 (WITHIN) 的作品。作品中這一鮮明的礦物環境，彰顯出 RICHARD MILLE 用於腕錶製作的材料之高貴和美感。在純然絕美的佈景中，舞者踏著並行與循環式的舞步，如串珠般踩出接連不斷的節奏，以強烈而生氣勃發的形式黏貼時間與空間。

Berluti 家居及辦公系列

Berluti 攜手一眾久負盛名的歐洲家居大師打造全新的家居及辦公系列，合作夥伴包括 Werkstätte Carl Auböck、San Lorenzo Silversmiths 和 Simon Hasan。該系列的靈感除來自上世紀 50 年代至 20 世紀末各階段由 Afro 和 Tobia Scarpa、Carl Auböck 二世和三世分別設計的標誌性作品以外，還包括出自 Simon Hasan 的新式作品。這一全新系列將於 11 月起在全球精選店鋪限量發售。為慶祝台北 101 周年慶，此全新系列即日起在台灣 Berluti 專門店全球搶先展出。



Sandro Homme 2020 年秋冬系列

Sandro Homme 每季也會重新探索中產階級的正裝風，展示對昔日設計的獨特品味。經典粗花呢西裝外套換上仿古色牛仔布，而威爾斯格紋及千鳥格圖案則被放大，透現新意。系列亦從過去的元素取材，反映知識份子於丹吉爾遊走時的探索心情、作曲家 Paul Bowles 的從容優雅，以及 Kerouac 的硬朗不羈。系列以咖啡色、鏽紅色、芥末黃色及駝色為主調，呼應摩洛哥城中建築物牆身的顏色。牛仔服印滿藍綠色十字格紋圖案，並以套裝的方式搭配。儘管 Sandro 男士偏愛飄逸的襯衫及喇叭褲，但也喜愛牛仔褲、喀什米爾毛衣及寬鬆羊毛外套。





愛彼攜手 Ralph & Russo 走上伸展台

瑞士名錶品牌愛彼宣布最新喜訊，將與英國奢華時裝品牌 Ralph & Russo 建立合作關係。愛彼一向致力促進創意領域之間的對話，此次合作秉承這項承諾，結合兩大家族企業，以共享的堅強獨立精神及對古老工藝、創意與創新的奉獻精神，作為推動合作的力量。為紀念雙方的合作，愛彼伴隨該品牌 2021 年春夏 Prêt-à-Porter 系列時裝發表，搭配最新推出的皇家橡樹與皇家橡樹概念系列錶款。在業界內外慶祝的這次聯合活動中，所有出席者將看見兩個品牌最新系列的獨特搭配，相互映襯了彼此的精湛工藝與精緻設計。



Gieves & Hawkes 2020 秋冬系列廣告

披頭四樂隊就在離 Gieves & Hawkes 歷史悠久的根源 - 塞維爾街一號，兩家店以外的位置創立了蘋果唱片 (Apple Corps)。1969 年 1 月 30 日，他們在公司的屋頂上進行他們最後的同台表演。品牌創意總監 Daniel Kearns 用同樣的場景去創作 2020 年秋冬系列廣告，俯瞰梅菲爾、皇家藝術學院和塞維爾街的風景。整個系列的現代感亦貫徹其中；經典、利落、摩登的鏡頭結合模特兒的動態形成“龐德式”的拍攝效果，以華麗優雅的著裝飽覽倫敦的城市景觀。造型方面，是英國經典剪裁的兩件套西裝，搭配富現代感的填充面料、粗花呢效果印花尼龍、俐落的現代皮革和奢華的羊絨混紡等等的外套，充分展現英式紳士時尚風格。

格蘭利威攜手香格里拉遠東 聯名推出【醇月】限量手工月餅禮盒

至醇酒液，珍釀入餅；獨獻台灣的創新風味，邀您品味

月餅外觀造型以「利威十三」以及「100% 雪莉桶」為視覺符碼，勾勒出此酒款的出眾特色 - 13 年獨特年份及 100% 在雪莉桶中完整熟成的醇厚酒液。餅身外圍劃出一弧明月，祝賀中秋佳節團圓之際，亦代表利威 13 雪莉桶威士忌與手工奶黃月餅共享的滑順口感，打造視覺與味覺的雙重饗宴。月餅禮盒包裝設計，則獨出心裁地跳脫框架運用大理石紋路，體現簡約輕奢的後現代風格。素有「漢白玉」之稱的白色大理石，令人聯想到台灣花東盛產的天然風土，也與格蘭利威強調獨獻台灣的在地精神完美連結。

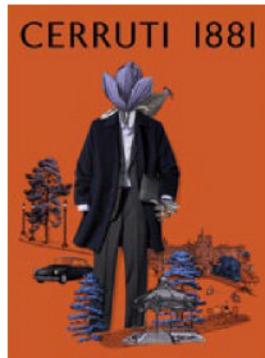


禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障

Victorinox 全新森林綠系列新品 玩出戶外新高度

夏末初秋登山露營正盛 帶你妳刷一波 IG 山林系穿搭話題

疫情當前無法出國，正是好好探索台灣之美的好機會，適逢夏末初秋時節，來個一日輕走或三天兩夜的登山野營，不僅能夠好好享受山岳的壯麗與感受森林裡的芬多精，更為平日繁忙的生活添加舒壓劑。Victorinox 推出以大自然色系森林綠選色設計的系列新品，不僅擁有符合現代人士多元生活的絕佳機能性，以及優良且耐用的材質選用，在外型的設計上則以簡約的工業結構線條打造，結合森林綠選色營造出戶外休閒與軍事硬派感。全新系列共有 Alimont 系列背包、VX Touring 系列背包、Spectra 2.0 硬殼行李箱、I.N.O.X Carbon LE 迷彩系列限量腕錶與軍刀限量版套裝與 Swiss Classic 折疊式蔬果廚刀，多元化的選擇豐富現代日常與週末生活，為城市旅人們帶來別具一格的現代生活。



夢想者的巴黎之夜 CERRUTI 1881 2020 秋冬系列

巴黎，CERRUTI 1881 秉承當代重新詮釋經典著裝要求的理念，於本季重塑了 70 年代的穿衣風格。與電影有著密不可分的關係，本季的設計靈感源自羅伯特·布列松執導的電影《白夜》中年輕的 Jacques 這一角色的穿衣風格。該系列將高飽和度的色彩和柔軟的面料，如燈芯絨、復古花呢、針織等大膽地結合在一起。呼應此系列的精神——無畏瀟灑且時髦而優雅的 70 年代巴黎人，本季的廣告大片是在居家防疫以及保持社交距離的時代背景下創作的，邀請人們穿越時空逃脫到一個夢想中的巴黎，精緻的建築與自由自在的自然景致並存，這造就了一系列迷人的、充滿詩意的文集圖像創作。



更好的改變

Oris 身為獨立品牌的優勢之一，便是可以自由地做著我們認為正確的事。有時，這意味能創作符合消費者需要的款式、新機芯或創新的作品，但更多時候，這讓我們得以跟隨著心，做可以為世界帶來有意義改變的正確事情。今年 Oris 非常榮幸地宣布，正式與羅伯特·克萊門特基金會 (Roberto Clemente Foundation) 建立全新的合作夥伴關係。此人道主義基金會命名自己故棒球選手 Roberto Clemente，此次的合作夥伴關係除了紀念 Roberto 的才華與成就，同時也希望彰顯他所代表的價值觀 - 帶來更好的變革。全球限量 3,000 只，日期數字 21 以金色呈現，分別代表他職業生涯的安打數和球衣背號；Roberto Clemente 限量腕錶是一款向非凡偉人致敬的作品。

MONTAGUT 頂級長絨棉寢飾

改變家的全新感受

人的一天之中有將近三分之一的時間都在睡覺，良好的睡眠品質是健康的源頭之一，睡眠次序更是會直接影響到隔日的活力，一床舒適親膚的寢具除了能讓身體獲得真正的休息，透過不同寢飾花樣的選擇，更能簡單轉換居家氛圍，改變家的全新感受。MONTAGUT HOME 2020 秋冬，推出頂級長絨棉寢飾系列，長絨棉因為優越的品質被稱做棉中極品，除了整體光澤更加柔美，升級手感的柔軟舒適度，更具有彈性極佳、速乾、透氣、觸感扎實等優點，帶來最純粹舒適的居家體驗。



軒尼詩「邑」往情深傳情意 中秋團聚 干邑壺杯暖心零距離

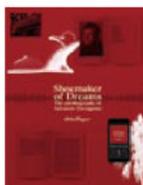
中秋節是團圓的日子，在晶瑩的月色下與至親好友相聚，一同舉杯享受美好時光。今年中秋節，全球最受歡迎的干邑品牌 - 軒尼詩特別以團聚真摯時刻為設計靈感，推出「軒尼詩邑往情深禮盒」，以「「邑」往情深」化為「一往情深」，將真摯的情誼體現於禮盒外盒設計，象徵著皎潔月光的金色外盒搭配著由多種陳年生命之水完美調和的琥珀色酒液，彷彿在明月的照耀下凝結了每個美好的時光，化為餘韻悠長的極致享受。相聚時刻，遞上「軒尼詩 2020 年邑往情深禮盒」，如同獻上了滿滿的祝福與感謝。



禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障

Salvatore Ferragamo 推出全新「夢鞋匠」Podcast

繼品牌先前推出以講述 Ferragamo 先生人生的重要歷程和趣聞軼事為主的 TRIMA 線上數位計畫後，Salvatore Ferragamo 再度發表全新 Podcast 計畫，更深入探索創始人鮮為人知的精彩故事。50 年代後期由 Ferragamo 先生所撰寫的「夢鞋匠」自傳，如今則轉變為 Podcast 的形式在 Spotify、SoundCloud 和 Apple iTunes 上供聽眾收聽。由知名導演 Luca Guadagnino 所執導的 Ferragamo 先生的紀錄片「Salvatore, Shoemaker of Dreams」，即將在威尼斯影展上首次亮相。而義大利專業藝術類出版社 Electa 也將以全新的封面再次出版這位著名鞋匠的自傳，回顧品牌有趣的過去、標誌性的產品以及創始人一生中最重要的時刻。



Esquire

豐富您的品味內涵 打造魅力質男新風尚

Esquire 12期+限量好禮
只要NT\$2,000

好禮1：TOUS 1920 男性淡香精100ml (NT\$3,055)

西班牙珠寶品牌TOUS打造全新男香「1920男性淡香精」，以品牌創始年分為名，秉持追尋美好品味的初心，傳遞舊時代的紳士風格。

◆香調表◆

香調家族：辛香-木質-花香

前味：佛手柑、粉紅胡椒、小荳蔻

中味：小茴香、茉莉花瓣、紅茶

後味：雪松、有機廣藿香、龍涎香

好禮2：mash up NO16豐盈彈力洗髮露 250ml細軟/毛躁髮質專用 (NT\$750)

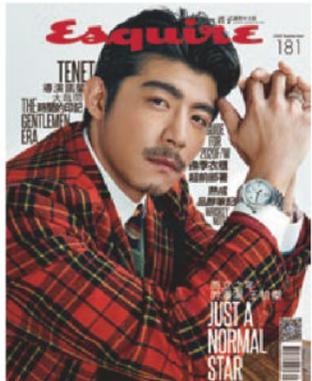
不含硫酸鹽成份。溫和的植物萃取配方可深層清潔頭皮與髮根，平衡油脂並有效抑制頭皮屑產生，使秀髮輕盈有活力。

好禮
1



好禮
2

輕鬆一指 掌握時尚新鮮事



2020.10
同步上市

FAX Now! (02) 8797-8600

信用卡訂閱單 (108年10月31日前回覆有效)

YES!! 我要訂閱

Esquire 15期, 新訂戶NT\$2,000 續訂戶NT\$1,620 (總價值高達NT\$6,205)

好禮: TOUS 1920 男性淡香精100ml (NT\$3,055) +

好禮2: mash up NO16豐盈彈力洗髮露250ml細軟/毛躁髮質專用 (NT\$750)

或 加贈Esquire雜誌3期



訂閱人資料

收件人姓名: _____ 先生 小姐 身份證號碼: (末四碼即可) _____

生日: _____年 _____月 _____日 E-mail: _____

聯絡電話: (日) _____ (夜) _____ (手機) _____

寄書地址: □□□ _____

婚姻: 已婚 未婚 子女: 有 無

年齡: 未滿18歲 18~25歲 26~30歲 31~36歲 37~40歲 41~45歲 46歲以上

收入: 不滿3萬 3~5萬 6~8萬 9~10萬 10萬以上

教育: 高中(職)以下 專科 大學 研究所以上

職業: 國營公家 媒體傳播 廣告公關 電子科技 設計裝潢 金融保險 房產營造 商務貿易 醫療產業
批發零售 餐飲 教育 其他

職稱: 一般職員 中階管理 高階管理 營業主 學生 其他 _____

訂購金額: _____元 *掛號每年另加郵資NT\$300元

信用卡種類: VISA MASTER JCB CARD 有效期限: _____年 _____月 (請務必填寫)

信用卡卡號: _____ 持卡人簽名: _____ (需與信用卡上名同字樣)

發票: 二聯 三聯

發票抬頭: _____ 統一編號: _____

◎贈品將與雜誌分開處理, 另以掛號寄送。贈品寄送時間為: 109年11月30日前 ◎銀行轉帳及郵政劃撥戶名: 新華克文化事業股份有限公司 ATM轉帳: 銀行代號 017兆豐國際商業銀行東內湖分行 帳號: 067-09-036300 郵政劃撥帳號: 17624966 ◎劃撥或匯款轉帳後, 請傳真收據註明訂閱刊別、開始期數, 並請來電確認。◎24小時傳真訂閱專線: 02-8797-8600(傳真後請來電確認) ◎贈品若已送完, 新華克文化保留贈送其他等值贈品之權利。◎為保障您的權益, 於15日前未收到當月雜誌者, 敬請來電詢問。補書達2次以上者, 恕不再補寄, 建議掛號作業以保障您的權利。 ※讀者服務專線: 02-8797-8300 服務時間: 週一~週五 09:00~12:30/13:30~18:00

Esquire

WHERE
TO BUY

購物資訊

Aesop : 02-2773-2772
A. Lange & Söhne : 02-2766-5838
Audemars Piguet : 02-8101-8181
Apple : 02-7742-7700

Balenciaga : 02-2722-9807
Bentley : 02-2627-1666
Berluti : 02-8181-8028
Blancpain : 02-2563-3538
BMW : 0800-291-101
Boss : 02-8101-7751
Bottega Veneta : 02-8101-8038
Breitling : 02-2523-8233
Brunello Cucinelli : 02-2723-9586
Burberry : 02-2779-0909

Cartier : 02-8101-7870
Celine : 02-8771-6818

Diageo Group : 02-8178-6518
Dior : 02-8101-8199
Diptyque : 02-8780-8218
Dunhill : 02-2758-7088

Emporio Armani : 02-2723-7019
Ermenegildo Zegna : 02-8101-7978
Etro : 02-2521-5378

Fendi : 02-8770-6161

Giorgio Armani : 02-8789-0886
Givenchy : 02-2731-9421
Gucci : 02-8101-7955

Hermès : 02-2541-7805

Jaguar : 0800-088-066

Lanvin : 02-2522-4890
Leica : 02-2391-2593
Levi's : 02-2775-3537
L'occitane : 02-2722-3942
Loewe : 02-2784-5522
Longchamp : 02-2723-7516
Loro Piana : 02-8101-8328
Louis Vuitton : 02-2562-6188

Maison Francis Kurkdjian : 02-2345-0968
Michael Kors : 02-8101-8370
Mido : 02-2725-2816
Moncler : 02-8101-8228
Montagut : 02-2521-1991
Montblanc : 02-2740-6569
MSGM : 02-2722-7851

Osim : 0800-099-060

Panerai : 080-020-1868
Paul Smith : 02-8772-5503
Piaget : 02-8101-8399
Polo Ralph Lauren : 02-8101-7668
Prada : 02-8101-7886

Rag & Bone : 02-6636-6699
RICHARD MILLE : 02-2718-9218
Roger Dubuis : 02-8101-8586
Rolex : 02-8101-8303
RoyalElastics : 02-2723-7543

Saint Laurent : 02-8772-0090
Salvatore Ferragamo : 02-2723-7573
Samsung : 02-2758-2118
Sawaa : 080-066-0096
Sony : 02-8101-7833

The Balvenie : 02-2719-3979

Ulysse Nardin : 02-2775-2158

Vacheron Constantin : 02-8101-8658
Valentino : 02-2720-8689
Versace : 02-8101-8384

林果良品 : 02-2562-0991
慕思寢具 : 02-2794-9868

Esquire

WWW.ESQUIRE.TW



Instagram



FaceBook



LINE

滿足成功男人
事業、品味、生活美學的慾望版圖

不只平板電腦，手機也能輕鬆閱讀！