

GQ

Insider insights
unraveled
นักร้องที่มีอาชีพ
แพรววงการเฟ้น

27 Men's runway
must-haves revealed
ทำความรู้จักเทรนด์ล่าสุด
ที่สร้างมาเพื่อสุขภาพบุรุษยุคใหม่

Where hard work
meets success
ความมุ่งมั่นและความพยายาม
ของอาโป-ปวีณวิทย์

On the road
to success
โอ๊ค-ปราโมทย์
กับความสำเร็จที่ไม่ง่าย

Echoes of football's
finest moments
เสียงอลังการในความทรงจำ
ของเจ็ดตำนานยุคใหม่



G R O U N D E D G R E A T N E S S

9 772351 075013



ISSN
2351
0757

THAILAND
MARCH
2024
NO. 107
120 BAHT



แจ็กเก็ตสูทผ้าวูล
เชิ้ตผ้าฝ้าย สร้อยคอ
และกางเกงผ้าวูล
จาก DIOR MEN

52

**WHERE HARD WORK
MEETS SUCCESS**
'อาโป-ณัฐวิญญ์'
ความรักและ
ความเชื่อว่าการ
พยายามไม่เคย
ทรยศความฝัน

KOON PHATTACHAKHUN

BRIEF
014

**CHRISTOPHER NOLAN'
MAGNUM OPUS**

'คริสโตเฟอร์ โนแลน'
จากเด็กหนุ่มยุค
แอนะล็อกสู่ผู้กำกับที่
ยิ่งใหญ่แห่งยุคดิจิทัล
ของฮอลลีวูด

030

**DRIVING FORWARD
IN THE FACE OF
CHALLENGES**

อุตสาหกรรมยานยนต์
ไทยกับการปรับตัวสู่
อุตสาหกรรมยานยนต์
โลกยุคใหม่

FEATURES
040

**CONVERSATIONS WITH
FASHION INDUSTRY
POWER PLAYERS**

คุยกับ 3 ผู้ยิ่งใหญ่แห่ง
วงการแฟชั่นไทย

STYLE
072

**27 MUST-KNOW MEN'S
RUNWAY TRENDS**

27 เทรนด์ประจำฤดู
ใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2024
ที่ผู้ชายสายแฟชั่น ต้องรู้

080

FROM PARIS TO BERLIN

คอลเล็กชั่นล่าสุดจาก
Saint Laurent ที่ผสม
ผสานความเป็นฝรั่งเศส
ให้เข้ากับความเป็นแบบ
เบอร์ลิน

LIFE
146

**ENJOYING THE FINEST
'BŒUF BOURGUIGNON'
AND FRENCH
DELICACIES**

รู้จัก 'เบิฟบูร์กียอง'
เพอร์เฟกต์ของ
ประจำชาติฝรั่งเศส

156

**VINTAGE FOOTBALL
SHIRTS ECHO
FOOTBALL'S
GOLDEN MOMENTS**

เสื้อบอลวินเทจกับ
กลิ่นอายความทรงจำ
แห่งเกมลูกหนังของ 'จิตดำ'

EMBRACING THE NEW FASHION PARADIGM OF QUALITY

เปิดฤดูกาลใหม่อย่างเป็นทางการกับแฟชั่นฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2024 ซึ่งความน่าสนใจคือเทรนด์เสื้อตัวสั้นสีสดอมเต็มทึบกับชื่อใหม่ที่เราเรียกว่า 'Quiet Luxury' อันที่จริงเทรนด์นี้จะว่าไปก็เกิดได้อย่างถูกที่และถูกเวลา เพราะการปรับเปลี่ยนการแต่งตัวมาเป็นแบบเรียบหรูไร้กาลเวลา นับว่าเป็นเรื่องดีอย่างยิ่งต่อวิถีการดำรงชีวิตที่วุ่นวายที่กำลังเกิดขึ้นอย่างเข้มข้นในปัจจุบัน

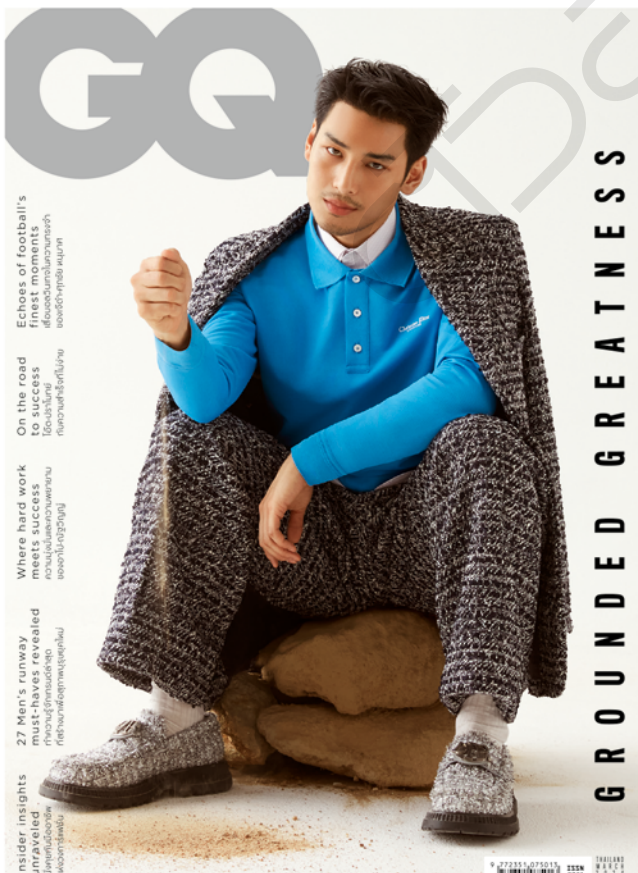
ความจริงเทรนด์ Quiet Luxury ก็คือเรื่องเดียวกันกับแนวคิดเรื่อง 'Quality Over Quantity' นั่นละ เพราะมันหมายถึงการปฏิเสธเสื้อผ้าที่ถูกออกแบบไว้ให้ใส่ได้แค่

ครั้งสองครั้ง หรือถูกออกแบบให้สวมได้แค่ฤดูกาลเดียว ให้กลายเป็นเสื้อผ้าหน้าตาเรียบง่ายที่สามารถสวมใส่ได้หลายครั้งหรือหลายสิบปี ดังนั้นเสื้อผ้าเหล่านี้จะต้องมีการตัดเย็บและการเลือกใช้วัสดุที่ดี มีคุณภาพ อีกทั้งงานออกแบบต้องเรียบง่ายไม่หวือหวา เพื่อให้สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย เสื้อผ้าและข้าวของในกลุ่มนี้จึงมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า หรืออาจสามารถส่งต่อเป็นมรดกตกทอดไปจากรุ่นสู่รุ่นได้เลยทีเดียว

สำหรับผม แนวคิดเรื่องนี้ถือเป็นหนึ่งในวิธีที่เยี่ยมยอดในการแก้ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น เพราะปัญหาหลักในปัจจุบันคือเรามีเสื้อมากมายเกินความจำเป็น และเสื้อผ้าหลายชิ้นก็มีอายุการใช้งานที่สั้นมาก ไม่สมดุลกับทรัพยากรมากมายที่ต้องสูญเสียไปในกระบวนการผลิต ถึงแม้ว่าข้าวของชิ้นนั้นๆ จะถูกผลิตด้วยวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากมายขนาดไหนก็ตาม

ฉบับนี้ผมจึงอยากเชิญชวนผู้อ่านทุกคนไปทำความรู้จักกับเทรนด์ใหม่ล่าสุดที่เรียกอย่างเป็นทางการว่า 'Quiet Luxury' อีกหนึ่งไอเดียใหม่ที่จะเปลี่ยนของในตู้เสื้อผ้าของคุณให้มีคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยอย่างสูงสุด 🌿

POP KAMPOL
บรรณาธิการบริหาร



APO WEARS CLOTHING BY DIOR

พบกับ GQ Style ฉบับดิจิทัล ที่จะมาพูดคุยถึงเทรนด์ฮิตและสไตล์ของคนดัง
ทุกวันพุธสัปดาห์ที่ 2 และสัปดาห์ที่ 4 เวลา 10:00 น.



JOIN GQ CLUB

รับสิทธิเข้าร่วม
กิจกรรมสุดพิเศษ
และของขวัญเอ็กซ์คลูซีฟ
พร้อมข่าวสาร เทรนด์
แฟชั่น สำหรับสมาชิก
GQ Thailand เท่านั้น

สมัครเลย!!!



GQ style

ถ้าไม่ได้มาเป็นนักแสดง อยากทำอะไร

ตรี: จริงๆ ผมไม่มีเป้าหมายอะไรเลย แม้กระทั่งการเป็นนักแสดง เราเป็นเด็กแค่อยากทำงานแล้วไม่ทำให้พ่อแม่ลำบาก แต่พอมาอยู่ในวงการ เรามองซ้าย-ขวา หน้า-หลัง เราเห็นแต่คนมีแพสชั่นและความสามารถ เลยรู้สึกว่าต้องตั้งใจและเชื่อว่าจะทำได้ ทำให้ผมคิดเสมอว่าต้องทำให้ดีที่สุด เพราะนี่อาจเป็นครั้งสุดท้ายโดยที่เราไม่รู้ว่าจะวันไหนจะเลิกเป็นนักแสดง หรือไม่ได้ทำงานตรงนี้นะ

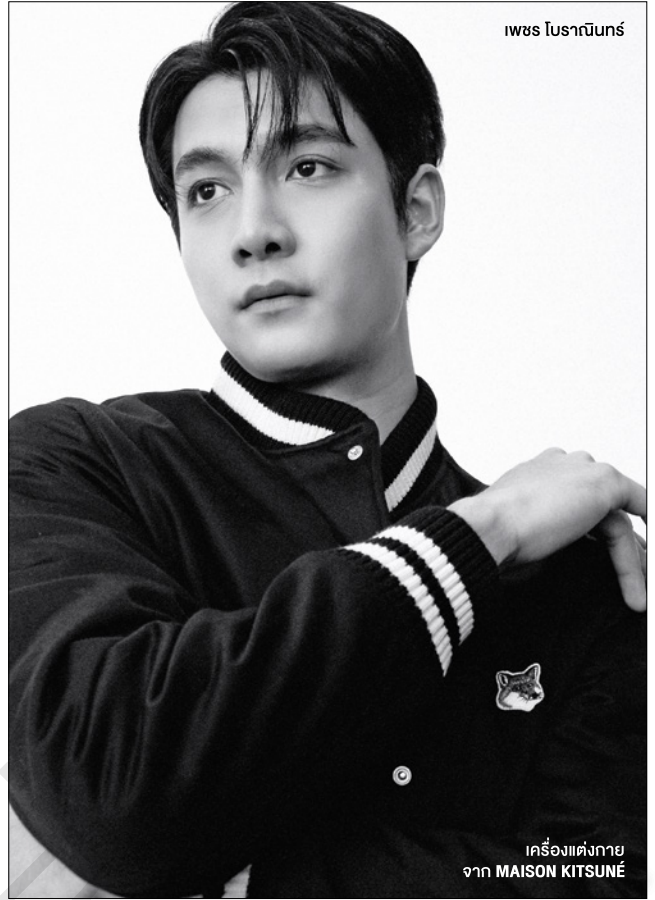
เพชร: สมัยเด็กผมเคยลองเป็นนักกีฬา ซึ่งก็ดูไม่ค่อยจะประสบความสำเร็จเท่าไร พอโตขึ้นก็คิดว่าไปตายเอาดาบหน้า ขอบอะไรก็ทำ ดีที่ได้มาอยู่ตรงนี้ ถ้ามองภาพตัวเองอีกแบบหนึ่งคือผม

อยากเปิดร้านอาหารเล็กๆ กับแม่ มีล็กสิบโต๊ะ ดูแลกันเอง

ก้อง: ความฝันคืออยากกลับบ้านไปทำค่ายมวยครับ

สิ่งที่ยากที่สุด ในการแสดงคืออะไร

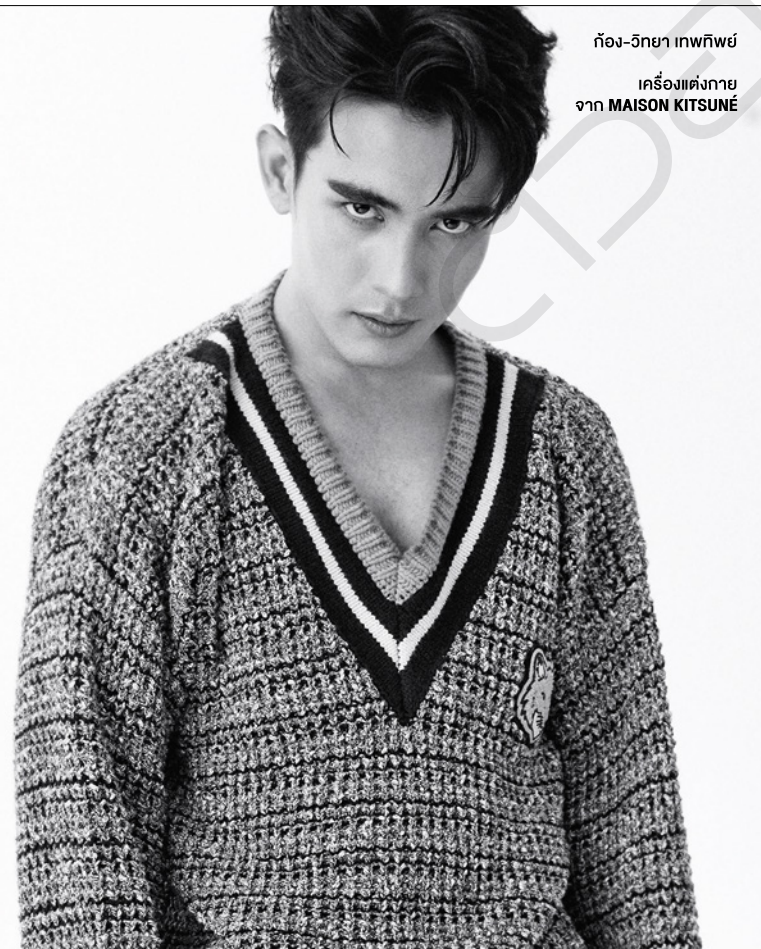
ตรี: การแสดงมันยากอยู่แล้ว ไม่เหมือนคนนั่งคุยกัน มันต้องมีจังหวะกับสิ่งที่เราต้องทำ และความต้องการในฐานะตัวละคร สิ่งที่เราเล่นไปมันใช่หรือไม่ ทุกอย่างมาจากความรู้สึกและอารมณ์ เหนือสิ่งอื่นใดคือต้องมีเป้าหมายและความต้องการของตัวละครจะต้องชัดเจน ยิ่งเราเล่นละครมาหลายเรื่อง ผมก็ต้องทำให้แตกต่าง คือเรารู้สึกว่าแตกต่างกันนะ แต่ต้องทำให้คนดูมองออกว่าเราเล่นไม่เหมือนกันในแต่ละเรื่อง



เครื่องแต่งกาย
จาก MAISON KITSUNÉ

ก้อง-วิทยา เทวีกัญญ์

เครื่องแต่งกาย
จาก MAISON KITSUNÉ



เพชร: ผมว่าเรื่องความเชื่อ บางสิ่งบางอย่าง บางสถานการณ์ ก็ไม่ได้เชื่อให้เราเชื่ออะนะ แต่เราต้องทำให้เขาเชื่อครับ

ก้อง: ผมว่ามันเป็นเรื่องของจินตนาการและความเชื่อ ก็ยากเหมือนกัน ต้องทำสมาธิเยอะๆ และมีสติมากๆ ครับ

พวกคุณมองความสำเร็จ ในการเป็นนักแสดงไว้แบบไหน

ตรี: ผมว่าความสำเร็จของเรา อาจไม่เท่ากัน เมื่อห้าปีที่แล้วเรา อาจจะมีเป้าหมายแบบนี้ แต่พอมันไม่ได้แล้วเราจะเกิดความทุกข์ สมัยก่อนผมอยากได้รางวัล แต่พอไม่ได้เรารู้สึกผิดหวัง วันนี้อยากช่วงเวลาที่ยุกัน ผมไม่อยากจะแล้ว เราแค่อยากทำผลงานให้คนดูได้อะไรกลับไป สร้างความสุข และได้ข้อคิด คนดูเชื่อในสิ่งที่เราทำ เป้าหมายของผมคือได้สร้างสรรค์ผลงานดีๆ ให้กับคนดูมากที่สุดเท่าที่มันพอ

เพชร: สำหรับผมไม่ได้ต้องการแบบพิกสุด ขอแค่ได้ทำงานเป็นนักแสดงไปเรื่อยๆ ให้นานที่สุด สุขภาพเราดี ไม่มีหนี้ ไม่ต้องไป

ลำบากคนอื่น แค่นี้ก็โอเค สำหรับผมแล้ว

ก้อง: เราอยากเป็นนักแสดงที่เข้าใจการแสดงอย่างถ่องแท้ เรียนรู้การแสดงให้มากที่สุด และทำมันให้ดี

ผลงานเรื่องไหนที่เป็นจุดเปลี่ยน ในด้านการแสดงของคุณ

ตรี: ภาตุฆาต (พ.ศ. 2562) กับ เวลาเกมเทพ (พ.ศ. 2565) ทำให้เราเปลี่ยนไป คือเราสนุกกับสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งกับตัวเราเองและในฐานะตัวละคร รวมถึงกับนักแสดงที่เป็นเพื่อนร่วมงานด้วยครับ

เพชร: ของผมคือ ภูผาผีคุ้ม (พ.ศ. 2564) กับ พนมนาคา (พ.ศ. 2566) ทำให้เราเติบโตอย่างเห็นได้ชัดในอาชีพนักแสดงด้วยความเข้มข้นและรายละเอียดต่างๆ เป็นสองเรื่องที่เติมเต็มบางอย่างในการเป็นนักแสดงของเรา

ก้อง: ผมค่อยๆ ซึมซับและเรียนรู้ไป แต่ถ้าเรื่องที่ทำให้เรามองเห็นภาพชัดที่สุดคือ สีนหาสำหรับ (พ.ศ. 2565) ผลงานเรื่องนี้ทำให้เราเข้าใจการแสดงมากขึ้น



ชีวิตอยู่แล้ว หรือไม่ก็สมองเสื่อม ความจำเสื่อม
กันไปหมดแล้ว เหมือนตอนที่แม่เรายังอยู่ พอตอน
ที่เราอยากถามถึงเรื่องราวในอดีตต่างๆ เขาก็
เริ่มความจำเสื่อมแล้ว ไม่สามารถพูดหรือบอกเล่า
อะไรได้อีกต่อไป เราก็ก็นึกคิดว่าอยากจะสร้างงาน
ศิลปะที่เล่าเรื่องราวที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัวมากๆ
สำหรับเรา เพราะในช่วงเวลาที่เติบโตมา เราถูก
แวดล้อมด้วยผู้หญิงทั้งหมด

“ด้วยความที่เราเติบโตมากับภรรยาและ
ลูกสาวของ ม.จ.ศุภสวัสดิ์วงศ์สนิท สวัสดิวัตน์
คุณตาของเรา ในช่วงเวลานั้นเมืองไทยเกิดการ
เปลี่ยนแปลงอย่างมาก ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลง
การปกครองในปี พ.ศ. 2475 การที่รัชกาลที่ 7
ทรงสละราชสมบัติและไปประทับที่ประเทศ
อังกฤษ ท่านก็ทรงมีรับสั่งให้คุณตาของเรา
ติดตามไป โดยเอาลูกสาวไปด้วยได้เพียงสองคน

คือป้าสองคนของเรา ส่วนแม่กับป้าอีกคน
ถูกทิ้งให้อยู่กับคุณทวดของเราที่เมืองไทย
หลังจากนั้นก็เกิดสงครามโลกครั้งที่สอง
ครอบครัวเราต้องพลัดพรากกันนานไปเกือบ
12 ปี จนเมื่อสงครามจบลง คุณตาจึงสามารถ
พาแม่กับป้าไปอยู่ที่อังกฤษด้วยได้
“หรือครอบครัวของคุณตาชาติ สิงห์เสนี ซึ่งมี
ศักดิ์เป็นตาของเรา เขาเป็นมหาดเล็กห้องพระ



อุตสาหกรรมแฟชั่น
ถือเป็นอีกหนึ่ง
อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ
ประเทศไทย เพราะ
ในแต่ละปีมีเม็ดเงิน
หมุนเวียนจำนวนมาก
ยิ่งระยะหลังแบรนด์
แฟชั่นระดับโลกมัก
เลือกประเทศไทย
เป็นสถานที่เปิดตัว
หรือจัดงานอีเวนต์
ระดับภูมิภาค นับเป็น
สเปคตาคูล์ที่สำคัญ
ของประเทศไทย
ในสายตาชาวโลก

อย่างไรก็ตาม
อุตสาหกรรมแฟชั่น
ล้วนเกี่ยวพันกับผู้คน
จำนวนมาก ไม่ใช่แค่
จากหน้าอย่างที่เรา
เห็นตามงานแฟชั่น
โชว์ หรืองานเปิดตัว
คอลเล็กชั่นต่างๆ
ในจากหลังหรือภาค
ส่วนอื่นก็เป็นพื้นที่
ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
ไม่น้อย

GQ Thailand ฉบับนี้
พาไปคุยกับบุคคลผู้
อยู่เบื้องหลังวงการ
แฟชั่นไทยตั้งแต่อดีต
คนทำสื่อที่ผันตัวมา
เป็นคนทำอีเวนต์ให้กับ
ลักซ์ชัวรีแบรนด์ เลยไป
จนถึงคนทำงานด้าน
ประชาสัมพันธ์ที่มีลูกค้า
ลักซ์ชัวรีแบรนด์ในมือ
หลายเจ้า และสไตลิสต์
เบอร์ต้นของเมืองไทยที่
ดูแลเสื้อผ้าให้กับดารา
ในวงการมานานับไม่ถ้วน

CONVERSATIONS WITH FASHION INDUSTRY POWER PLAYERS

คุยกับ 3 ผู้อยู่เบื้องหลัง
วงการแฟชั่นไทย

STORY
อริญชัย
วิระคุญนันท์
PHOTO
พิชคุณ
ชมชัดรัชมงคล





เสื้อคอวีผ้าวูล์ฟ
สร้อยคอ สร้อยข้อมือ
กางเกงขาสั้นผ้าวูล์ฟ
ถุงเท้าผ้าฝ้าย
และส้นกึ่งเทรเซอร์
จาก DIOR MEN



ETRO



COMME DES GARÇON HOMME PLUS



WHITE MOUNTAINEERING



ENGINEERED GARMENTS



LOUIS VUITTON

URBAN JUNGLE

ถึงแม้จะไม่ได้แต่งตัวเพื่อเดินเข้าป่า
ก็สามารถดูชิคได้บนท้องถนน



BURC AKYOL



HERMÈS



DSQUARED2



FENG CHEN WANG



LAZOSCHMIDL



PALOMO SPAIN

TOUCH OF SENSUALITY

เปิดเผยความเซ็กซี่และชวนให้
ตกอยู่ในภวังค์ได้ไม่ยาก เพียงแค่
ลองสวมเสื้อชีทกรุดู



BIANCA SAUNDERS



4SDESIGNS



DIOR MEN

DEEP BLUE SEA

รวมลุคเอดสีฟ้าจากน้ำทะเล



MARCELO BURLON COUNTY OF MILAN



โซว์ ตัวโลโก้ของแบรนด์ที่แต่เดิมเป็นตัวอักษร
แข็งๆ แนวโมเดิร์นก็ถูกเปลี่ยนกลับไปโซโลโก้
ชิ้นไอคอนิกที่เป็นงานออกแบบของกราฟิก
ดีไซเนอร์ชื่อดังนาม คาสซานดรา (Cassandra)
โดยเป็นโลโก้ตัวเขียนแบบเต็มของคำว่า 'Yves
Saint Laurent' ซึ่งออกแบบไว้ในปี ค.ศ. 1961

เพียงแต่การนำกลับมาใช้ใหม่ในครั้งนี้นั้นมี
การตัดคำว่า 'Yves' ทิ้ง ให้เหลือเพียงแค่คำว่า
'Saint Laurent' ตามชื่อแบรนด์ที่เราทุกคนเรียก
และรู้จักกันอย่างคุ้นเคยในปัจจุบัน

ในงานครั้งนี้ยังอัดแน่นไปด้วยเหล่า
คนดังมากมายจากหลายที่ทั่วโลก
โดยมีศิลปินเกาหลีสัญชาติไทยอย่าง
เทนส์-ชดพล ลิ้มชัยพรกุล ศิลปินเกาหลี
สัญชาติอเมริกัน-ไต้หวันอย่างมาร์ก ตัวน
และนักแสดงสาวชื่อดังชาวไทยอย่าง
ศิกกี้-ชา อมาตยกุล เดินทางมาเป็น
แขกพิเศษร่วมชมโชว์ในครั้งนี้ด้วย

accessories



นาฬิกา รุ่น Classique 7147
ราคา 840,000 บาท สอบถาม
รายละเอียดได้ที่ตัวแทนจำหน่าย
Breguet อย่างเป็นทางการ



▲
มาพร้อมสายหนัง
จะระย้าที่ช่วยจับ
หน้าปัดและตัวเรือน
ให้ดูมีมิติยิ่งขึ้น



CLASSIQUE 7147

BREGUET

ดีไซน์คลาสสิก
สมชื่อรุ่น กับนาฬิกา
รุ่น Classique 7147
จากแบรนด์เบรเกต์
(Breguet) หน้าปัด
ทรงกลมสีขาวที่ใช้
เทคนิคอีนาเมล
(Enamel) บอกเวลา
เป็นตัวเลขอารบิก
พร้อมเข็มบอกเวลา
สีน้ำเงินอันโดดเด่น
มีหน้าปัดรองบอก
วินาทีบริเวณ 5 นาฬิกา
ตัวเรือนไวท์โกลด์
18 กระรัต ขนาด
40 มิลลิเมตร
ขับเคลื่อนด้วย
กลไกคาลิเบอร์
502.3 SD.

SBGD201 GRAND SEIKO

การมาเจอกันของ
วัสดุสุดหายากและ
กลไกระดับสูง ทำให้
เกิดเรือนเวลาแสน
เลอค่าจากแกรนด์
ไซโก (Grand Seiko)
นาฬิกาหน้าปัดสีขาว
กับตัวเรือนขนาด 43
มิลลิเมตร ผลิตจาก
แพลทินัม 950 โดยเป็น
วัตถุดิบที่มีส่วนผสม
ของแพลทินัมถึง 95
เปอร์เซ็นต์ ผ่านการ
ขัดเงาแบบซารัตสึ
(Zaratsu) ซึ่งเป็น
เอกลักษณ์ของสตูดิโอ
ไมโคร อาร์ติสต์
(Micro Artist Studio)
ในญี่ปุ่นของแบรนด์
อีกทั้งยังเป็นผู้คิดค้น
กลไกสปริงไดรฟ์
(Spring Drive)
ที่สามารถสำรอง
พลังงานได้ยาวนาน
ถึง 8 วัน จากการ
ใช้ตัวกลไกจำนวน
3 ตัว หน้าปัดกระจก
แซปไฟร์ป้องกันแสง
สะท้อน มาพร้อมกับ
สายหนังจะระย้าที่
ช่วยจับความเงางาม
และงานฝีมือสุดประณีต
ให้เด่นชัดขึ้น



▼
ขับเคลื่อนกลไก
สปริงไดรฟ์ 9R01 พร้อม
อัญมณีภายใน 56 เม็ด
กันน้ำลึก 100 เมตร



นาฬิกา รุ่น SBGD201 ราคา 2,369,000 บาท
สอบถามรายละเอียดได้ที่ตัวแทนจำหน่าย
Grand Seiko อย่างเป็นทางการ



เซ็ตผ้าทอสี ทางทงงาเส้นผ้าทอสี
สนิกเกอร์ กระเป๋าสะพายข้างโซซมินิ
กระเป๋าคัพฟิเลสาย JUMBO GG
และกระเป๋าลาก GUCCI PORTER
ทั้งหมดจาก GUCCI



สวิตเตอร์ผ้าฝ้าย ทางเกงขายาวผ้าจูล
สไลเฟอร์หนัง และกระเป๋าสาย JUMBO GG
ทั้งหมดจาก GUCCI



ชุดสูททางเกงผ้าจูล ไทไฟเฟอร์หนัง
และกระเป๋าจาก GUCCI PORTER
ทั้งหมดจาก GUCCI

ชุดสูทผ้าแจ็กการ์ด กักผ้าแจ็กการ์ด
ไลฟ์เฟอร์หนัง และบาฟิลาข้อม่อรุ่น
GUCCI DIVE ทั้งหมดจาก GUCCI





สวิตเตอร์ผ้าจูล กางเกงหนังยาว
กระเป๋าโตต๊อผ้าแคนวาส สนิทเกอร์
และบาฟิฟาย้อนมูร่น GUCCI 25H
ทั้งหมดจาก GUCCI

นายแบบ: EVAN @PAT
แต่งหน้า: ณัฐดนัย บุญยรัตนผลิน
ทำผม: ภากร สีเสมอ
ผู้ช่วยสไตล์: ธิดาวรรณ สุทธิชัย



โอลิวิเยร์ โตร์นียร์
ผู้บริหารใหญ่ของ
Hermès

โลกในวันนี้ความคิดสร้างสรรค์กับยอดขายกลายเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมแฟชั่น ในมุมมองของแอร์เมส คุณสามารถสร้างสมดุลของทั้งสองสิ่งนี้ได้หรือไม่ หรืออะไรกันแน่ที่ทำให้แอร์เมสประสบความสำเร็จ

โตร์นียร์: ความสำเร็จ (ด้านยอดขาย) เป็นเพียงแค่ผลลัพธ์จากสิ่งที่เราทำ แต่มันไม่ใช่วัตถุประสงค์หลักที่เราคาดหวังไว้แต่อย่างใด ความสำเร็จต่างๆ เหล่านี้แท้จริงแล้วเป็นผลมาจากความแข็งแกร่งของเราที่ไม่เปลี่ยนแปลงวิธีคิดที่เราเป็น นั่นคือการยึดมั่นในคุณภาพ และ

สำหรับเราหากพูดถึงเรื่องความยั่งยืน มันก็หมายถึง 'คุณภาพ' ของวัตถุดิบนั้นๆ ที่เราผลิต ซึ่งสามารถมีอายุการใช้งานที่ยืนยาวด้วย

ดังนั้นคำตอบก็คงเป็นความมุ่งมั่นของเราเองที่ไม่เปลี่ยนแปลง วิธีคิดเรื่องการรักษาคุณภาพของสินค้าไว้โดยไม่มีการประนีประนอมใดๆ นอกจากนี้แอร์เมสยังไม่ใช่แบรนด์ที่อยู่ในแฟชั่น เราคือความคลาสสิก เราผลิตสินค้าด้วยวัตถุดิบที่ดีเยี่ยมเพื่อให้ของชิ้นนั้นๆ สามารถส่งต่อไปเป็นสมบัติของคนรุ่นต่อไปได้ เราจึงมีแผนกซ่อมแซมสินค้าเกิดขึ้นที่แอร์เมสด้วย ผมเชื่อว่านี่คือความพิเศษของแอร์เมสที่ทำให้เราประสบความสำเร็จ

ยากไหมกับการที่จะต้องรักษา Savoir-faire หรือทักษะความชำนาญ และความเชี่ยวชาญชั้นสูงของแอร์เมสในปัจจุบัน โดยเฉพาะการช่างฝีมือใหม่ที่จะมาเป็นช่างฝีมือในอนาคต

โตร์นียร์: ผมคิดว่ามันเป็นเรื่องง่ายนะ วันนี้แอร์เมสมีเวิร์กช็อปมากถึง 54 แห่งในประเทศฝรั่งเศส เรามีช่างฝีมือมากถึงประมาณ 7,000 คน กระจายอยู่ทั่วทุกที่ ทั้งในฝรั่งเศส ในอิตาลี ที่ผลิตรองเท้า และในสวิตเซอร์แลนด์ ที่ผลิตนาฬิกา ปัจจุบันเราจะเห็นเด็กรุ่นใหม่หลายคนให้ความสนใจ

กับอาชีพช่างฝีมือที่ต้องใช้ทักษะสร้างสรรค์สิ่งของด้วยมือเพิ่มขึ้นอีกมากมาย นี้อาจเป็นเพราะชีวิตเราในวันนี้กลายเป็นโลกของดิจิทัล ทำให้ความสนใจในงานที่ต้องใช้มือทำจึงได้รับความสนใจอย่างมากในหมู่เด็กรุ่นใหม่ด้วย

คุณคิดว่าอะไรคือความท้าทายในวันนี้ของอุตสาหกรรมแฟชั่น

โตร์นียร์: สำหรับผมคงเป็นเรื่องการมีอิสระในการสร้างสรรค์ เพราะมันสำคัญมากๆ สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น ส่วนต่อมากจะเป็นเรื่องของการไม่ประนีประนอมเรื่องคุณภาพกับปริมาณที่จะผลิต เพราะคุณภาพของสินค้าจะต้อง



THE RISING SUN OF SKINCARE

ไม่ว่าจะฤดูกาลไหน ก็อย่าลืมดูแลผิวหน้าที่แห้งกร้านเกินไปด้วยยา GQ ขอบเน่น้ำไอซ์น สุตโรส ไม่เหนียว เหนอะเนะจากซีเซไต์ (Shiseido Men) ที่จะมอบความชุ่มชื้น ให้แก่ผิวหน้า มีเนื้อสัมผัสบางเบา ซึมซาบลงสู่ผิวเร็วด้วยเทคโนโลยี Aqua-in-pool อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ที่จะเข้าไปช่วยเพิ่มประสิทธิภาพความชุ่มชื้นของเซลล์คอลลาเจนและอีลาสติน ผสานไปกับส่วนผสมสำคัญอย่างสารสกัดจากเมล็ดดอกชบาที่บำรุงผิวรอบคอบ สดชื่นของเซรั่มและไฟชีโย เพียงใช้หลังทำความสะอาดหน้าเป็นประจำ ผิวหน้าของคุณก็จะเรียบเนียนขึ้น สดชื่น แลดูมีชีวิตชีวา

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
Hydrating Lotion Clear
150 ml. 1,300 บาท
มีจำหน่ายที่เคาน์เตอร์
Shiseido ตามห้าง-
สรรพสินค้าชั้นนำ

FASHION'S GALACTIC SPECTACLE

ผลงานของคามิลล์ มิเชลลี (Camille Miceli) นักออกแบบสาวชาวฝรั่งเศส จากปูชชี (Pucci) ยังคงมีลวดลายและสีสันอันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ เพิ่มเติมคือวิสัยทัศน์ที่ดูร่วมสมัยและน่าสวมใส่มากขึ้น แถมยังมีไอเท็มสำหรับสุภาพบุรุษให้ผู้ชายสายแฟชั่นหลงใหลเสื้อผ้าแบบคัลเลอร์ฟูลได้หยิบมามากซ์แอนด์แมตซ์กันอย่างสนุกสนาน

คอลเล็กชั่นล่าสุดของเธอในชื่อ Supernova เนื่องจากเธอได้นำลายพิมพ์ดั้งเดิมของแบรนด์ในยุคทศวรรษที่ 1960s มาสร้างความแปลกใหม่ด้วยการใช้สีและตัดแปลงให้สนุกมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ดี โลโต (Di Loto) ลายพิมพ์รูปดอกทิวลิป สไตลิ่งกราฟิกแนวทแยง และเจียร์ดีโน (Giardino) ลายพิมพ์ลายสก็อตกับรูปทรงเรขาคณิตในปี ค.ศ. 1968 อีกทั้งเธอยังหยิบลายพิมพ์ลิโอคอร์โน รีฟ (Leocorno Riff) ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธงโบราณของการแข่งม้าแห่งซินีส์ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1950s ที่เอมิลิโอ ปูชชี (Emilio Pucci) ผู้ก่อตั้งแบรนด์เป็นผู้ออกแบบมาใช้ด้วย

ด้วยเหตุนี้เสื้อผ้าในฝั่งสุภาพสตรีจึงมีสีสันฉูดฉาดและดูมีชีวิตชีวาอย่างมาก ในส่วนของแผนกเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษมีการลดทอนความตระการตาของสีสันลง แต่ก็ยังคงดูชิคและเท่ด้วยการใช้สีดำ ม่วง น้ำเงิน ฟ้าย และขาวกับการใช้ผ้าเดนิมมาทำให้เกิดลวดลายให้กับเสื้อผ้าและเครื่องประดับอย่างหมวกแก๊ปและหมวกทรงถัง แต่ก็ยังไม่ทิ้งการใช้วัสดุที่หรูหราอย่างผ้าไหม ซึ่งเป็นอีกเอกลักษณ์ของแบรนด์ปูชชีเช่นกัน



คอลเล็กชั่น Supernova มีจำหน่ายที่บูติก Pucci
ชั้น G ดี เอ็มไอริยม



