
时装界的 3D 风潮

直到高质量的个人 3D 显示设备成为大众消费品之前，3D 在时尚界还能走多久多远暂时还只是一个未知数。

“3D 一直就像一个屡屡进城演出的马戏团，观众的新鲜感过去之后，马戏团就该走人了。”就像在故事为王的电影界里，3D 救不了烂片一样，3D 同样救不了设计为王的时尚界。



翻开《GQ》、《V Magazine》和《Interview》等国际知名先锋时尚杂志的九月刊，你会惊喜地发现在随刊附赠的各种精美的时尚小玩意中，多了一个新鲜但又完全谈不上陌生的面孔——一副 3D 眼镜。但这绝对不是提醒你要记得去影院给刚刚上映的 3D 版《怪物史莱克 4》捧场，而是标志着 2010 年俨然已成为时尚界的 3D 元年



今年6月，德国时尚摄影师 Max Abadian 在为 Kill Magazine 的夏日特辑拍摄的大片中再次将 3D 作为杀手锏使出。



德国先锋摄影师 Sebastian Denz 与美国拥有百年历史的街头品牌 Carhartt 合作完成了一个名为 SKATEBOARDING. 3D 的摄影项目。

www.cwta.org.cn

中国毛纺织行业协会



3D 风还未盛行的 2009 年，英国老牌时尚杂志《Dazed & Confused》就在 8 月刊随刊赠送了多达 60000 副的 3D 眼镜，以配合那一期的 3D 讨论主题，可谓是预先窥见了 3D 风潮后来在时尚界的繁盛场景。



来自荷兰的时装设计师 Iris van Herpen 与建筑设计师 Daniel Widrig 跨界推出的一组 3D 立体雕刻时装，不用戴 3D 眼镜就能感受得到它扑面而来的视觉冲击。