

设计师玩跨界，从珠宝到影视衍生品

2017-2-14

資料來源：中國時尚在綫

核心提示：Gigi 认为，真正的设计师，灵感是不会枯竭的。设计师必须善于观察、发掘、累积和提升创作元素。

在珠宝设计界，她是个传奇人物。与设计打交道始于时装设计，后源于时装设计拨动了设计的基因，珠宝设计灵感随之而至，延伸创立了设计师原创珠宝品牌，在香港和内地两地经营珠宝生意。紧随中国文化产业发展趋势，跨界国内影视衍生品开发和推广。她，就是香港珠宝设计界赫赫有名的设计师、“香港品牌总商会”副会长郑陈曼芝(Gigi)。在 Gigi 身上，你会看到香港人拼搏创新敢为人先的精神。正如她所说，“我是珠宝设计师，也是一名企业家”。Gigi 自创了一套艺术嫁接文化创意的生意经，在商业和艺术之间游走……



从时装设计到珠宝设计

入行前，Gigi 从没接受过正式的珠宝设计训练，相反，她对设计行业的认识从时装设计开始。那时，出于从小对时装设计的热爱，Gigi 白天工作，晚上修读时装设计。时装和珠宝，本来就是一对分不开的搭档，加上个人对一切事物着意观察并会从观察中放射出其他第二想象的性格。在耳濡目染之下，她深深爱

上了色彩斑斓的宝石和珠宝世界。1992年，Gigi正式步入珠宝行业，并逐渐稳步地向着珠宝原创设计的方向发展。时至今日，她已成为香港最顶级的珠宝设计师之一。

1994年，Gigi与做宝石原料生意的丈夫创立了显艺珠宝公司（广州潮钻达珠宝有限公司前身），从事珠宝设计制造代工生意。当时美国经济好，生意一直红红火火。2008年金融海啸吹袭全球，“显艺”也逃不过这场劫难，订单量一落千丈，几百人的工厂萎缩成几十人。

2009年，Gigi寻求出路，决定以自创品牌勇闯经济腾飞的内地市场，创立了风格甜美、年轻活泼的G-Link，找来著名时装设计师兼好友邓达智助阵之外，更以不同的宝石镶嵌作为吉祥物，可爱到令宅男也为之动。

“设计师的作品是给人穿戴的，所以设计师不能只懂闭门造车或孤芳自赏。”Gigi如是说。

在第12届香港珠宝设计比赛中，Gigi设计了名为“春之活力”的手镯，灵感来自在当时内地发生的干旱问题，Gigi以珍珠代表雪及雨水，黑色珐琅及钻石象征的龟裂土地，雨雪渗进干裂的大地，为她带来滋润。“春之活力”让她成为首位获得美国《华尔街日报》专访而扬威海外的华人珠宝设计师。

Gigi认为，真正的设计师，灵感是不会枯竭的。设计师必须善于观察、发掘、累积和提升创作元素。她喜欢去旅行，翻阅时装杂志，参观博物馆，阅读各种书籍，尤其一些代表中国文化精髓的古典书籍。透过生活随心所欲地构想设计意念，将时装设计的技巧放进细致的首饰设计中，利用不同特性的物料去表达每件首饰，令设计与众不同。



关注粉丝经济力量

2013年，Gigi收到一个“意外”邀约。张国荣的经纪人陈淑芬找到Gigi，向她邀约为哥哥的歌迷会设计一款限量版的纪念饰品，在哥哥逝世十年祭奠之际，寄托歌迷对哥哥的哀思。每年4月，来自世界各地的歌迷亲手折叠成千上万的纸鹤来追忆这位巨星。歌迷对哥哥这份不变的爱，触动了Gigi，她以此为灵感设计了一款纸鹤胸针。限量版纸鹤胸针一推出，在哥哥全球歌迷中掀起抢购热潮，引发歌迷们争相收藏，纷纷

想尽办法寻找各种渠道购买。

一枚小小的胸针能引起如此轰动，受到庞大的粉丝团追捧，令一直从事高级珠宝设计的 Gigi 惊喜不已。第一次亲身体会到粉丝经济力量如此强大，她开始关注粉丝经济，思考如何令产品更“接地气”。



跨界开发影视衍生品

近几年，中国电影市场步入飞速发展的“黄金时期”。然而，国内电影收入的 90%都来自票房和植入式广告，衍生品收入只占 10%，而在好莱坞，在票房收入之外，成功的电影衍生品开发往往能创造出惊人的收益，一部电影的投资回 30%靠票房收入，70%靠其他收入。

据中投产业中心统计，2020 年，中国电影衍生品市场规模将超 100 亿元。目前加入到衍生品市场大潮中业内人士，都是抱着领先一步的心态，迎接未来的激烈竞争。

“国内电影衍生品市场才刚刚觉醒。与中国电影市场的火爆相比，中国电影衍生品产业的潜力尚未被发掘出来。其实这并不是中国消费者不愿购买电影衍生品，而是国内市场很难买到优质衍生品。” Gigi 认为，国内衍生品市场一直缺乏优质品质的产品。跨界开发优质衍生品成了她下一步该做的事。

这几年，Gigi 带领 G-Link 设计团队成功为国内一些影视作品开发和推广影视衍生品，市场反响热烈。

动漫《秦时明月》是近几年中国最热的动漫 IP 之一。只要是该影视剧的粉丝，大部分都想拥有“剧中同款”。Gigi 带领 G-Link 设计团队设计了该剧的衍生品首饰，她将中国画的工笔融入设计，并借鉴欧洲热珐琅烧制工艺，经过不断摸索，推出冷珐琅首饰，无论是耳环还是吊坠，镶嵌在金属表面的冷珐琅色彩绚丽，散发着宝石般的光泽。

“中国的影视衍生品开发近乎“荒废”，潜在的消费群体无处消费。本身电影产业链就远远落后于好莱坞，再加上衍生品仿制、盗版、商标抢注、原创产品匮乏、国外优秀作品入侵等导致知识产权难以保

护。而正因为举步维艰，中国影视更应该走一条与众不同的衍生品开发之路。”在 Gigi 看来，从长远看，政府重视原创衍生品行业发展并给予政策扶持，才能推动法律法规建设、群众消费观念等宏观层面的进步。Gigi 说，“美国有 Hollywood，印度有 Bollywood，中国也应该有 Collywood。”

多年来，Gigi 一直重视原创设计，关注本地品牌发展。除了吸引人才，Gigi 还做了一件破天荒的事情：“我们推出了名叫‘设计百人’的计划，把中国最出色的设计师聚在一起，做成一个 100 人的目录并推向国际。我们要让他们像国际设计师一样，在舞台上发光发亮。”

◎个人简介

郑陈曼芝 (Gigi)

国际知名珠宝设计师，G-Link 品牌创始人，“香港品牌总商会”副会长。擅长以花为构图，运用各种色彩耀眼的宝石，将艺术融入珠宝中。她的风格独特、工艺精湛，深受各国客商的喜爱。最近为世界超模香港區大賽 2016 设计桂冠，为亚洲癌症研究基金会设计徽标。现从事国内影视衍生品的开发与推广。