

Thời trang kinh tế mùa Thu

Tác Giả: Quỳnh Giao

Thứ Năm, 23 Tháng 9 Năm 2010 13:35

Hàng năm, công dân trung tu n Tháng Chín là nh ng ai a ch ng đi n l i th y n n n o.

Vì đây là lúc các nhà s n xu t y ph c tung ra ki u m u th i trang cho mùa Xuân năm t i.



Hình minh họa/sưu tập trên Internet

Trong thời kỳ thời trang, mùa Thu đậm ra là mùa muôn hình nghìn tía. Sự đa dạng tu n nhìn hoa n trên sàn trình đi n, ng i sành đi u thì đã có th bi t đ c n m t i màu gì, ki u gì, thì m i là đúng m t, có “gu” và h p th i....

Nh ng, nh u ng i bi t r i thì... cũng đ đó. Vì tình hình kinh tế x m ng t hi n nay không cho chúng ta m m ng nh u.

Ngày xưa, nhà, ông nhà báo tai quái đã phán xuống một câu là “kinh tế mùa Thu” mà không ngờ rằng có ngày lại rơi vào chính mình, dù là mình có bên Tây bên Mỹ, bên Úc bên Anh. Khi sinh hoạt kinh tế héo úa như vậy, khi mà vào mùa thu khu chợ búa trong giỏ cao đi mải đi xe cộ ngon vì bãi đậu trống rỗng, thì còn mấy ai để ý đến thị trường?

Vậy vậy mà không phải.

Như nhau phụ nữ khác, người Việt cũng thích quần áo đẹp. Nhưng thích một cách vụng về, thích mà không ham. Chẳng vì đức Thánh Trần ở trên kia nhìn xuống và lên càu. Tiếc đâu mà ham? Nhưng, gộp mùa thiên hạ giờ thì thu thì cũng tò mò thích thú tìm hiểu... Đi xem chợ hoa ngày Tết, có ai đòi mua hết cả chậu đâu, nhưng ngắm thì vẫn thích.

Như vậy mới biết rằng mình là... người phạm.

Dân bán hàng thị trường, nào áo nào váy, nào giày nào dép, nào mũ nào khăn, nào ví nào giỏ, nhieu lắm, mới thì là người siêu phạm. Tất một cõi nào đó họ nhìn ra và biết tất cả.

Họ biết rằng trong hoàn cảnh “kinh tế mùa Thu” này, có nhưng người không thêm ngó đến tiền.

Đây là thành phần đi gia cố phú hay minh tinh màn bạc cả đến mùa là mua sắm. Mà không mua chỉ một bộ năm bộ ngàn bạc hay cái ví da ba ngàn. Chẳng liếc qua rồi gọt và phết xuống quýt tím thì phải. Ba đứa khác nhau, xin gọi là mới mới mới, một cái!

Loại tài tử Hollywood hay phụ nhân cả phú này không như chúng ta là cả phải lịch kịch lời theo hành lý mới khi di chuyển, nên người khác lắm. Một năm bốn mùa họ có ba bốn nỗi sợ và nỗi nào cũng có sẵn áo quần giày dép thích hợp cho từng nhu cầu, sáng, trưa, chiều, tối. Với họ, kinh tế là nỗi lo cả người khác, có khi là cả ông chủ. Vì vậy, giá cả không là vấn đề.

Trong thành phần này, có rất đông mệnh phú Á Châu, Nhật Bản, Đài Hàn, Đài Loan. Đôi khi có cả người Việt, nhưng phải là tiêu chuẩn trung tầng đến giàu. Họ không thu c đến phải đi vali

Louis Vuitton lên đồ u và x n váy quai c ng mà b c qua sông H ng!

Ng i bán hàng thời trang cao đồ u có thể yên tâm v lo i khách siêu h ng y. Trung bình thì h s m g p b n nh ng ng i bình th ng khác.

Song le m y ai i có s đồ b c đồ u nh v y? Trông c y vào thành ph n thi u s y thì có ngày đóng c a vì tính ra thì trăm ng i m i có đồ c vài ng i thu c lo i đồ i gia nh th .

Các c a hàng đồ u có experien c u và huấn luy n nhân viên v chuy n này đồ bi t rõ khách hàng, thân ch , và nh ng ai m i là ng i đem i c m áo cho mình. H chú ý đồ n thành ph n p th p h n m t chút. Nh ng ng i h g i là “đang mu n lên thang.”

Đây là lo i khách hàng trung l u, đồng đồ o h n thành ph n th ng l u đồ c th i p trên đồ u thang. Gi i trung l u này bi t th ng th c cái đồ p, mà không quên chi u dày c a t p chi phí u. H thích mua s m, nh ng trong ph m vi v a ph i, vì ch mua khi th y đích đáng. Vào th i bu i kinh tế phát đồ t ngày x a, h bi t xòe ti n r t đồ p mà mua r t m nh tay nên làm giàu không ít cho nh ng nhà Prada, Hermès. H ra vào Saks Fifth hay Neiman Marcus nh đi ch .

Bây gi thì h đồ ng đồ ng. Khi kinh tế vào Thu thì h gi th th th , c nh ng i c i ng a xem hoa mà thôi.

Các nhà phân ph i lo i hàng thời trang mà chúng ta g i là phù du xa x r t chú ý đồ n lo i trung l u y. H experien c u k thói quen c a lo i thân ch vãng lai ít còn th y lai vãng. Sau đây là m t s k t lu n c a h :

Thành ph n trung l u này tiêu xài k h n.

Khi vào các c a hàng xa x , gi i trung l u v n bi t th ng th c cái đồ p và vì đồ p nên đồ t. Nh ng đồ n đo r i, khách ch n lo i v a đồ p, v a b n và r t n n đồ sang năm v n không b i th i. Kinh tế khi n cho m quan, quan đồ m v th m m , c a khách hàng tr thành c đồ n h n.

Mà giá cả phải đi đôi cùng phẩm chất. Thời trang và lối sống trong thời kỳ này là gu thẩm mỹ hay hệt trai kim tuyến bên ngoài, tất cả đều phụ thuộc hinein rớt kẻ. Và dù là ví Chloé hay giầy Cole Haan, khi nhìn thấy “Made In China” là khách buông xuống, nghĩ lại và soi lên từng ngấn trên tróc khi... lại cân nhắc. Không phải là vào quầy bán thời trang mà mình cũng lại nghĩ đến chữ “cả a rồi cả ôi”!

Đúng là tuy nhiên đều, như người trình diễn trên sân khấu và bất kể mặt chữ của khán giả trước mắt, giữa bán hàng bất tận hinein cho họ phụ thuộc, họ đều thuộc về, và “độc tình,” tình hình cả để phụ thuộc, cả thời trang.

Những tin tức liên quan đến nhà sản xuất suy nghĩ mới để qua các nghệ sĩ sáng tác, là người và kiểu. Nhà thiết kế thời trang là những nghệ sĩ sáng tạo, những phụ nữ sáng tạo ra tiến thì mới là sáng. “Kinh tế mùa Thu” vì vậy đã len vào phòng vẽ, lan qua hình ảnh sản xuất với vóc nguyên liệu và để tạo mới thay đổi cả thời trang năm nay.

Dù có diêm dúa lòe xòe, kiểu áo năm nay phải làm bằng loại hàng bền, cắt may tỉ mỉ công phu. Màu sắc có thể sẽ nên hời, với phong cách gọi là “basic,” “mặc được.” Mặc đích là để mặc nhiều lần và nên là hợp cách chứ không quá đẹp mà thành dở. Và qua mùa sau vẫn phải thấy đẹp. Cái thời mua áo quá hào nhoáng để mặc cho mắt họ ngắm nhìn đám cưới rồi thôi, thời kỳ hệt rồi!

Hai phần ba sản phẩm thời trang cả năm nay sẽ phần lớn thuộc “người không cả khó.” Ba phần tư các khách hàng đều sẽ thăm dò cho biết là họ sẽ mua hàng thời trang, những phụ nữ là loại qua được mắt mùa mà không hệt “mệt.”

Chúng ta sẽ thấy rằng những mặt chuyên là “thời trang và thời gian.” Hình như là “kinh tế mùa Thu” có giúp cho chúng ta biết đến - những cũng biết đến họ.