

牵手时尚买手，共舞2008的春天



管新婷 / 摄

出镜人物: 顾玮

职业: 江苏开元国际集团商贸有限公司办公室主任

充满阳光的午后,“时尚宠儿”顾玮又将赶往上海参加一国际品牌的新款发布的培训。利用短暂的午餐时间,顾玮接受了记者的专访,回忆起自己的搜货经历,顾玮的话匣子就收不住了。她笑着说,一年中有大半年要满世界去捕捉时尚信息,每个季节各个国际大品牌的新品发布会的T台前几排会永远为她们留着……

他们凭着天生对流行的嗅觉,满世界大把花钱“淘宝”,把那些宝贝带回南京,销给爱好时尚的消费者;他们奔波于世界各国,却无暇顾及四周的景致和风土人情,穿梭在镁光灯聚集的秀场、party、作坊和展会上,挑选他们认为好看的东西;他们的工作是选择,他们的价值是眼光,他们是一群时尚买手,靠“直觉和渴望占有”赚钱。

其实,买手最初只是商场、百货公司的采购员,为了满足顾客对时尚的追求,才“变身”为时尚买手这个时髦的职业。据说,他们对于时尚的嗅觉是最灵敏的,那就让我们走进他们的世界,跟着他们的时尚触觉,“嗅嗅”春天的味道。



本组图片在金鹰、东方、金鹰天地、新世界百货拍摄

买手,要独具慧眼

“和传统的采购员不同,我们看重的不是价格,而是要靠个人品位和眼光,来选择最时尚的款式,因为这背后承载着整个公司的品牌形象。”顾玮向记者介绍说,自己属于为品牌服务的买手,专为公司内部的品牌搜寻最时尚、最前端的服装款式。“我经常去国外搜寻一些服装的新款,然后买回来给我们设计师,希望能把一些服装的流行趋势和亮点运用到我们自己的品牌上来。”采访中,顾玮向记者谈起了自己对买手的理解,她认为,买手是一个兼顾感性与理性两方面的平衡决策者,他不仅仅是生意人,还要根据当地市场的特点、顾客爱好、经费预算、销售前景等方面进行整体把握,同时要参与货品陈列、销售分析等工作。

顾玮笑着说,有时看到一个产品自己会非常喜欢,但这仅仅是代表你自己的审美观,并不代表你的顾客会喜欢这些产品。“我选中的产品样式在自己品牌中的销售情况,就证明我看货的成败!”顾玮平时的工作被分为机动性和规律性

两种,除了相对比较固定的去国外的订货时间是有规律的,平时还需要逛街收集各类大品牌服装的橱窗信息。

买手,过瘾的职业

顾玮是 DKNY 的职业买手,谈起这份让众多 MM 羡慕不已的职业,她显得异常兴奋。“这个职业真的很过瘾,每当你坐在大牌服装的新品发布会上时,就会感觉异常的兴奋。”顾玮笑着回忆说,自己每年要去美国 2 次参加 DKNY 的新品发布会,每当身临其境在服装走秀现场时,就会显得非常的兴奋。“那时候你的耳朵和眼睛都忙不过来,不停地在接收新的时尚讯息。”谈及时尚方面的工作者,人们多少总会有些艳羡的眼光,总对其抱有着一种神秘的想象。作为一个国际大牌的买手,顾玮更是十分享受这份职业,每一次面对几百件、几千件衣服的时候,也正是在考验她的眼光和决定。

“我觉得自己是走在潮流最前端的人,每次想到这个就会很有成就感。”顾玮认为,买手是第一时间了解潮流资讯的人,同时也扮演着潮流传递者的角色,每一季设计师的服装都有不同的主题,买手要充分领悟设计师的灵感创作意图,再结合当地市场选择不同主题的各个款式购买货品。每年都要穿梭在美国、中国香港、上海等时尚之都的顾玮总是穿梭在各个品牌店、秀场之间,为日后的销售市场不停奔波。

买手,逛街时有了职业病

“其实,买手是个很有挑战性并且有强大压力的工作。”顾玮笑着说,别人逛街是在休闲,而自己逛街却是在考察市场。“时装买手这个职业在外人看来是个非常光鲜的职业,但其实是非常有压力的一份工作。”她说,秀场上雍容华贵的美丽服装,也许穿到中国人身上就会不合适,袖子紧了一些,腰节高了一点,这些细节都会影响到客户对产品的满意度。“每一次开季,都是我压力最大的时候,因为这个时候意味着我所选购的货品是否能得到市场的认同。”她说,货品是会热卖还是会库存积压,这非常关键地影响着公司的存亡。

很多时候顾玮无法把工作与生活分开。“每次真正为自己逛街的时候,我都会习惯性地先去看店面的陈列、货品配比、款式、色彩等东西。”顾玮笑着说,自己已经有了职业病,每次逛街经过一个品牌的时候,她都会不由自主地跟老公介绍起各个服装品牌的历史。和朋友聚会对方衣服漂亮时,她甚至会去翻翻领子看是什么牌子。

谈及时尚,顾玮也有着自己独到的见解,“时尚就是不要让自己落伍,

你要去关注潮流的元素!”顾玮建议说,每年春夏、秋冬开头都是各大品牌发布新品的时候,这个时候只要你留心观察这些时尚品牌的新推亮点,在生活中可以去找一些相似的相对便宜的小品牌来取代,你就是最 IN 的人。“当你路过 DIOR 的时候,也许你会发现自己身上的衣服或者手中的包包跟店里的那款很相似,你就会感觉自己跟上了时尚的步伐。”

快报记者 闫弋文
快报记者 路军 摄



亮色醉人眼

炫目的亮色也是今春的流行,叫人迷醉了双目,甚至有一种戳伤的刺眼。明橘、艳黄、苹果绿、樱桃红……色彩的撞击夺人眼球。贝尔尼尼的桑蚕丝衬衣,飘逸的韵味和明艳的色泽相得益彰,通过与暗色调的过度,将颜色调和得恰到好处。

灰色显奢华

灰色是今春的流行色,它的低调奢华彰显了女性的沉静气质,不过,周身灰色会显得沉闷或肤色不佳,这时候就需要一个重要的点缀。JORYA 的这件衬衣,一个夸张的泡泡袖就将俏皮凸显出来,还带来与众不同的贵族风范。

韩版炫柔美

如果你还以为高腰线是韩装的潮流,可就落后了,如今韩版服装流行一以贯之的直筒裙,ZOOC 的这款直筒连衣裙产生直线效果,加上一根腰带穿行在女人的腰部,体现了一种强硬而不失柔美的性感。配以绚烂的花纹图案,一副春色满园的图景立刻呈现眼前。摇摆裙角,伸出手来,春的脚步轻轻走来。

“时尚买手”系列报道之一

5月 GUCCI 南京初绽

东方商城奢侈势力重磅出击

GUCCI 魅力让南京惊喜

周小姐是一位品牌购物狂,她告诉记者,昨天她路过东方商城时,在 GUCCI 巨幅广告下站了足足十分钟,她是 GUCCI 的忠实 FANS,在她家里放着从香港购买的两款 GUCCI 手袋。“我第一眼就认出了广告牌上那个模特拿着的手袋,这是 GUCCI 今年最新款 Joy 系列,粉色也是今年春夏的流行色,等到开业后,我一定要买一款这样手袋秀一下。”

东方商城的常晓蓉告诉记者,GUCCI 南京店将达到 400 多平米,其余三个大牌的店面在 200 平米左右,这次 GUCCI 南京店主要经营品类将是手袋和配饰,FENDI 也是以手袋为主,而 Emporio Armani、CELINE 将会亮相最新春夏款新衣。据她透露,GUCCI 平均一款手袋的价格要在 6000 多元左右。

记者了解到,即将在 5 月份在南京亮相的 GUCCI Joy 系列是 GUCCI 演绎轻松愉快心情而又玩味十足的手袋系列,是 GUCCI 创作总监 Frida Giannini 精心之作,而全新推

出的 08 春夏款式配合整个季节气氛,洋溢开心兴奋的情绪。

Joy 系列中最新的手袋款式和配饰将于 2008 年 4 月面世,充满 Giannini 轻松自在的风格,最适宜夏日佩戴。手袋颜色缤纷夺目,设计富趣味性且予人欢乐愉快的感觉,易于配衬的造型,绝对是每天打扮的完美组合。Joy 系列还有一系列完备的吊饰,装饰于手袋上可突显个人风格。花卉图案的装饰品、各款星星及形状触目的饰品,令 Joy 手袋系列及女士的各款手袋更添趣味。Joy 系列内还有钱包及其他小型皮革产品,为 GUCCI 世界增添无限青春气息。

第一笔奢侈收入预估 1.6 亿

四家世界奢侈品牌专卖店究竟能在南京拿下多少销售额?这样一个问题目前已经受到了南京商界极大关注。某国际品牌代理商吴先生告诉记者,按照 400 平米的计算,GUCCI 一年销售额最起码要在 5000 万-6000 万元,按照其他三个品牌在中国其他城市的表现,联手拿下 1 个亿的销售应该问题不大。

记者在东方商城了解到,为了保证四家店整体形象,星巴克和哈根达斯相继退出东方商城,此外,由于东方商城还将放弃户外广告发布收益,光这一笔收益每年将达到几百万元。当然这样的舍弃是很值得的,除了四大奢侈品牌将给东方商城带来巨大的销售额以外,还将帮助东方全身杀入奢侈品消费市场。

记者初步统计一下,四个奢侈品牌进入南京后,南京奢侈品牌已经达到了 40 多个,其中涵盖了服饰、汽车、珠宝、手表、香水。

奢侈势力 5 月重新划分

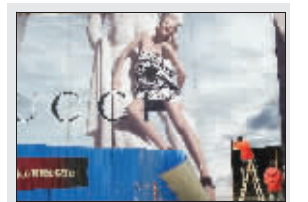
当宝格丽、路易威登、范思哲相继进入南京德基广场后,南京开始步入奢侈品消费时代,但百货业却在这场奢侈升级中,没有占到任何的好处,只能眼巴巴看着南京以及周边的奢侈消费群涌向德基,高档商场在巨大的压力下,都开始寻求突围。

2007 年一年中,金鹰系旗下的高档百货东方商城开始进行大范围的调整,从购物环境到品牌上,在一年时间

里,东方把自身打造成了一流购物场所,为了奢侈品牌进驻做好了准备。2007 年 12 月,东方一楼开始进行围挡施工,并且同时对外高调宣布,世界时尚大牌 GUCCI、FENDI、Emporio Armani、CELINE 将在今年进驻东方,一时间,东方成为了大家关注的焦点,东方也成为了第一个向奢侈势力挑战的百货商场。

业内人士告诉记者,在宣传策划的力度上,百货业要强于以商业物业收入为主的购物中心,表明东方可能拿出更多的促销资源,帮助他们争夺奢侈品消费,对于目前仍处于奢侈消费初级形态的南京消费者来说,这样做法很具有号召力和杀伤力,当然这也会促使一统天下局面被重新划分。

快报记者 杨坤



东方商城 GUCCI 即将揭幕



这两天,路过中山南路,东方商城外巨幅的 GUCCI 广告特别惹眼,行人不时驻足抬头张望。东方商城的营业一部经理常晓蓉告诉记者,今年 5 月上旬,GUCCI 南京首家专卖店将和南京市民见面,FENDI、Emporio Armani、CELINE 南京店将会在此后陆续在东方商城登场。

业内人士认为,一旦四家国际大牌入驻完成后,在奢侈消费争夺上,东方商城将成为德基广场强有力的竞争对手。

GUCCI