

灼目圣诞

许下一千零一个愿望

都说女人天生爱做梦,从物质到心灵一应俱全,但是,与过去不同的是,现代摩登的女性更愿意向着自己的梦想去努力。就像弗洛伊德所说,“梦是一种愿望的达成”,所以,大胆地在这个圣诞许下你的愿望吧,将它当成目标去努力,等到一年之后回头再看,无论实现与否,至少你会发现这个过程的美好所在。



梦想一: 购物不再有罪恶感

梦呓者:Cindy

琳琅满目的圣诞节橱窗,满满地堆积着,这些都是女人们的梦想:名师设计的礼服、人手一只的“It Bag”、仿佛艺术品一般的高跟鞋、精美绝伦的珠宝、传说中用了就会青春永驻的面霜……不,当然不仅仅只是在圣诞,应当是在每时每刻,女人对于时髦玩意儿的追求都是永无止境,或许,这就是女人的天性!

《每日邮报》的一项统计数据 displays, 一个女人一生中平均花在购买衣服、配件上的时间总和是251,840个小时。而每一年她们基本上会去服装店30次、鞋店15次、饰品店18次、化妆品店27次。这其中并不包括在网络浏览购物的时间。这个调查覆盖了2000名英国女性,她们每年消费在如何把自己变得更时尚这件事上的时间超过了1399个小时。虽然并不是每次都满载而归,但也基本上弹无虚发。那么她们的钱究竟花在了什么地方? 调查报告中显示, 这些英国成年女性每天身穿的服装、佩戴的珠宝以及配饰平均价值1000英镑。其中, 内衣26.62英镑、裙子30.46英镑、外套64.75英镑、鞋子51.21英镑、手表76.49英镑、珠宝378.82英镑、手袋106.58英镑……这真是一个多么庞大而又细致入微的数字啊! 想想我们每天的生活, 瞅瞅我们的衣柜, 再翻翻随身携带的记账本, 原来我的购物力度还不够给力, 这个圣诞, 购物没有罪恶感!

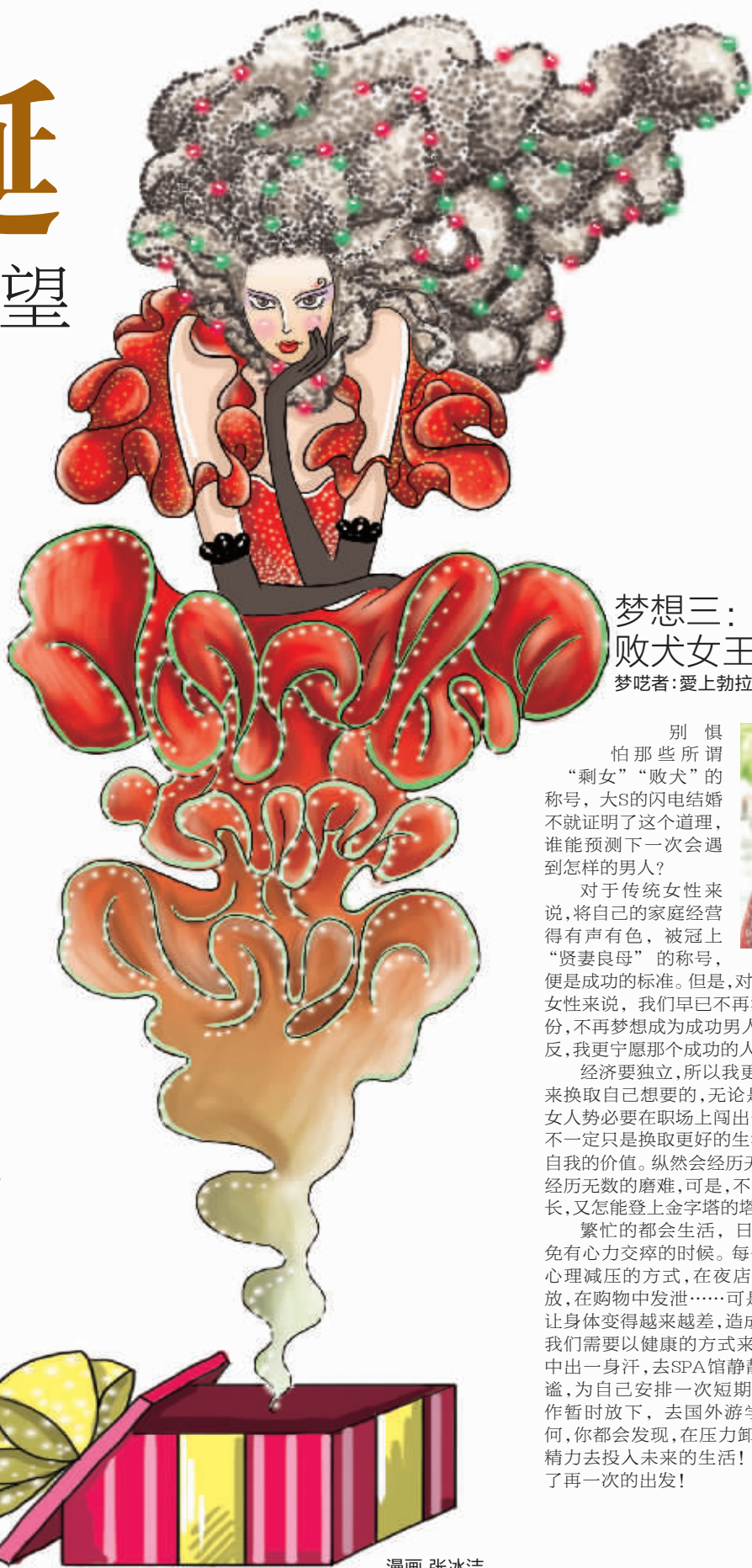


梦想二: 把贝嫂一身的行头都穿身上

梦呓者:小雨

去年,畅销小说《一个购物狂的自白》被搬上大银幕,听说那个“品位不凡”的女作者玛德琳·维克汉姆女士,在去出席电影开幕式时顺便逛了逛街,买了若干件Marc Jacobs、若干件Tahari……电影中女主角劳苦功高地拖着大小购物袋、穿着细高跟鞋在大街上奔跑

回家后,与姐妹们分享战利品时是女人们最快乐的时刻。再看看贝嫂身体力行“Posh”从来是贵范儿路线,她手上拎的Hermes Birkin6000欧元起价,Fendi皮草披肩至少7000欧元,脚上踏的Christine Louboutine看样子也不会低于700欧元。这一身以贵取胜,物件金贵、价格昂贵、卖相高贵的时尚行头,在这个圣诞夜全都穿在了我的身上。我左手拎着Hermes Birkin,身穿Armani套装,右手轻轻掠过Fendi皮草披肩的时候, Cartier手表在腕间闪耀……这是多么愉快的事情,但这前提是,我要拥有很多很多很多信用卡。



梦想三: 败犬女王更加疯狂

梦呓者:爱上勃拉姆斯

别惧怕那些所谓“剩女”“败犬”的称号,大S的闪电结婚不就证明了这个道理,谁能预测下一次会遇到怎样的男人?

对于传统女性来说,将自己的家庭经营得有声有色,被冠上“贤妻良母”的称号,便是成功的标准。但是,对于今时今日的现代女性来说,我们早已不再满足于贤内助的身份,不再梦想成为成功男人背后的那个人,相反,我更宁愿那个成功的人是自己!

经济要独立,所以我更宁愿去搏命工作,来换取自己想要的,无论是物质,还是精神,女人势必要在职场上闯出一番成绩,或许并不一定只是换取更好的生活,更多的,是实现自我的价值。纵然会经历无数的荆棘,纵然会经历无数的磨难,可是,不经历过这一番的成长,又怎能登上金字塔的塔尖?

繁忙的都会生活,日益增长的压力,难免有心力交瘁的时候。每个都市人都在寻求心理减压的方式,在夜店徘徊,在KTV中释放,在购物中发泄……可是,夜夜笙歌,只能让身体变得越来越差,造成恶性循环。所以,我们需要以健康的方式来减压,在高温瑜伽中出一身汗,去SPA馆静静享受那一刻的安逸,为自己安排一次短期旅行,甚至是将工作暂时放下,去国外游学几年……无论如何,你都会发现,在压力卸除过后,你会更有精力去投入未来的生活! 充电,本来就是为了再一次的出发!



漫画 张冰洁

奢华立场

消费新方式 奢侈品披上网络外衣

如今寻常百姓与奢侈品结缘,已不是新闻。但这又确实是一个奇特的消费现象:奢侈品公司曾经对网站不屑一顾,在它们看来,网站只是一个有损品牌形象的大众销售渠道,甚至是假冒伪劣产品的集散地。然而,网络销售在经济危机中一枝独秀的表现,让众奢侈品品牌艳羡不已,有些奢侈品公司纷纷“触网”,希望能迎头赶上。

据调查,作为奢侈品购买的海外第二大,中国的奢侈品市场正渐渐经历蜕变。据世界权威品牌研究机构今年9月的一份调查数据显示,去年,国内奢侈品消费总额已达86亿美元,占全球市场的四分之一,这一数字预计在2010年将达到120亿美元。中国奢侈品消费正以每年约25%的速度增长。在这次全球金融危机中,中国是奢侈品市场唯一正增长的国家。而网购成为新

兴起的购买渠道。

“现在国内网购用户多是在淘宝等网站基础上培育起来的,网民对网购的理解和概念基本还停留在价格便宜的层面上。而奢侈品在中国,还是以Gucci、LV、Prada等大牌为主,而这些品牌在国内鲜有打折,这也出现了网购的绝对优势。”网购达人马先生告诉记者,在此基础上,奢侈品网购目前虽然仍是小众消费,但基于国外奢侈品网购网站的成功经验,国内开始从事精品奢侈品网购的品牌已成气候,有了长足的发展。

记者在中国第一家奢侈品购物网站“美西时尚”看到,打开网页,你可以按所需服饰类别、颜色或喜爱的设计师浏览和购买那些金光闪闪的大牌商品,许多在专卖店需要提前数月预订或已售一空的热销单品都能在这里找到,当然下手一定要快。

一款售价1500美元的Halsn羊毛外套放到网上45分钟后便被抢购一空,在这儿,这类事情屡见不鲜;折扣专区里,只要根据预算选择价格范围和分类,网站就会自动搜索各大品牌

的特价品。“去年国内专业从事奢侈品网购的公司还几乎没有,到今年已经出现了好多家了。消费者也慢慢接受这种购物形式,像我们已经有一批忠实消费者,在价格方面,对新品选择上也都要能与欧洲相媲美,消费需求日渐成熟。”美西时尚创始人王昊表示,网站提供了充分享受和掌握时尚的自由感,美西时尚网罗了各大知名品牌,为喜爱一线品牌的时尚新贵们提供了更好更新的选择。

但是,奢侈品网购是否有风险呢?“消费者比较关心奢侈品真假货等安全问题,因此很多以前在淘宝上私人卖家代购的顾客都改到一些专业的网站购买。我们也在上海开设有实体店,让消费者可以看到实物,这样购买起来更加安心。”美西时尚创始人王昊说,奢侈品产业在中国的发展将相当迅猛,中国成为第一大市场也是指日可待,在这样的环境下,为消费者带来更新更多更有价格优势的生意模式,比如网购,也将是下一个快速发展的生意模式,消费者也必然在竞争中受益。快报记者 闫弋