

范思哲



怨不得现在的时尚圈要刮起一股“slow fashion”风,设计师们已经被时尚的脚步追得快要虚脱。近10年的经济繁荣抑或是泡沫,以及爆炸式增长的新鲜量,以极其高速传播的速度,都逼迫时尚界更加快速的运作,马不停蹄地做新设计,开发布会,马不停蹄地应对各种竞争,迟了,就out了。

随着全球经济的衰退和人们越来越理性的消费,“慢时尚”这一概念被越来越多的人熟知。继平价、新潮、更新快的“快时尚”之后,尊贵、经典、生命周期长的慢时尚将成为时尚界的新挑战。

史丽君 王鹏 涂慧文

慢时尚 经典 传承

慢时尚是什么

首先,慢时尚指的是不盲目跟风、在潮流之间徘徊的产品,经典、独特、品味、精雕细琢是慢时尚品牌统一的标志。同时,慢时尚也可以理解为是一种更理性、更昂贵的消费方式,是一种更为成熟的消费理念。设计师出于多重角度的考虑,设计一些款式经典,不会在短时间内被时尚潮流淹没淘汰的产品,配合高档的材料和精细的做工,让消费者可以更长地享受产品所带来的价值。一个有着成熟

消费理念的人,并且形成了固定消费风格的人,多数情况下都会选择慢时尚品牌的产品。

相较于经常打出New Arrival的快时尚品牌,慢时尚品牌产品的价格要高得多。因为设计师并没有将消费能力放在设计的首位,而是将经典的款式和环保的思想放在前列。换个角度,不落俗套且经久耐用的产品,带来的是资源消耗的减少,同时也节约了能源,在环保的同时,也变相促进了经济的发展。

慢时尚的代表

虽然慢时尚的概念并没有悠久的历史,但许多品牌在其发展历程中,却不知不觉的贯彻着慢时尚的核心思想。

范思哲的经典印花

近日,范思哲在哈尔滨、西安、昆明、北京等城市进行“印花承载经典”中国巡展。此次将以范思哲时装、高级定制礼服、服饰配件及家居全系列产品展出历年来的范思哲各种丰富印花图案,并将范思哲旗下全系列产品及其所彰显的生活方式立体全景地呈现在公众面前,展现一个美轮美奂的范思哲世界。值得一提的是,为庆祝Rosenthal与范思哲合作20周年,品牌特地创制限量版精品。系列共有20只精致碟子,分别以20款独特设计范思哲印花诉说两大品牌的伙伴关系。

Giorgio Armani的秋冬时尚秀

Giorgio Armani所诠释的意大利式性感,在时尚界一直是一个传奇。10月20日,Giorgio Armani为南京顾客带来了一场盛大的秋冬服装秀。作为意大利奢华

品牌的典范,Giorgio Armani的服装不同于着重款式的传统法式风格,它以无懈可击的面料而著称,并根据面料的特质与人体特征,诞生出一款完美的艺术作品。作为Armani旗下最高端的品牌,Giorgio Armani对于世人来说,其实不只是一个顶尖的奢侈品牌,更是一种卓越的现代世界生活方式。

当杰尼亚爱上自然

2012年9月,杰尼亚“热情于……”的主题活动开启了最新章节——“热情于自然”,讲述了深深植根于杰尼亚100年品牌历史中“永恒热忱”的价值观。主题为“热情于自然”的2012冬季系列更进一步证实了杰尼亚对于品质和创新的永恒承诺。无论是羊绒、骆马毛、马海毛,还是独具创新的面料如Elements,High Performance,无一不表达出杰尼亚对高贵纤维的热情。面料的质地和色彩的灵感源于杰尼亚绿洲这一美丽的自然天堂。杰尼亚,在自然中孕育它的时尚。

慢时尚的真谛

有句话叫做“女人的衣橱里永远少一件衣服”,这正是快时尚的体现。由于民众高端购买力下降和青少年消费的崛起,快时尚品牌异军突起,时髦的款式和低廉的价格让许多人趋之若鹜,但质

量做工不佳,穿后即扔,却大大地增加了污染的隐患。慢时尚开始悄然升温。经典持久的慢时尚,超越潮流、超越时间,它向人们传达了一种,“与其去追随潮流,不如让潮流成为生活的点缀”的精神。



范思哲

乔治·阿玛尼



杰尼亚

欧莱雅:校园公益第一品牌



近日,“欧莱雅助学金”及“欧莱雅校园基金”捐赠仪式在复旦大学隆重举行,欧莱雅(中国)有限公司向复旦大学、北京大学等全国十所知名高校共捐赠130万元,用以资助家庭经济困难的大学生,并支持大学生开展多元化的公益实践活动。

欧莱雅“真情互动”校园义卖助学活动由欧莱雅公司和中国青少年发展基金会于2003年共同发起,先后进入了15个城市的23所高校,累计捐赠助学金达1000万元,资助了近2600名贫困大学生,4500多名大学生成为义卖志愿者。欧莱雅校园义卖助学也因此获得“希望工程20年——杰出公益合作伙伴”奖等各种殊荣。

欧莱雅(中国)副总裁兰珍珍表示,“欧莱雅校园义卖助学活动不是单向的捐款助学活动,十年来,我们通过发动和组织学生来运作义卖活动,使活动更有参与性、互动性和实践性,从而既在经济上帮助了贫困学生,又锻炼了他们的社会实践能力。”中国青少年发展基金会常务副秘书长杨晓禹表示,欧莱雅校园义卖助学项目成功摸索出了针对大学生的“受助-自助-助人”的全新公益模式,成为国内校园公益活动良性循环和可持续发展的典范。

瑞士雷达表发布冠军之表



10月,RADO瑞士雷达表于上海科技馆举行了盛大的新品上市发布会,宣告其全新HyperChrome皓星系列耀世发布。RADO瑞士雷达表全球品牌代言人安迪·穆雷(Andy Murray)也亲临上海与所有嘉宾一同庆祝这场激动人心的发布盛宴。

在发布会现场,RADO瑞士雷达表用一段视频讲述了该品牌与网球运动的历史渊源。2012年RADO瑞士雷达表更是积极投身于网球运动,成为今年众多重要网球赛事的官方计时器。对于全新发布的RADO瑞士雷达表HyperChrome皓星系列,穆雷表示:“这是一款非常酷的手表,我非常期待能够拥有一块这样的手表!”

RADO瑞士雷达表品牌总裁Matthias Breschan先生在活动现场向穆雷赠送两款HyperChrome皓星系列腕表,以勉励穆雷最近在奥运比赛及美国公开赛上的两度突破。现场还进行了魅力十足的HyperChrome皓星系列时尚秀,腕表模特以运动、休闲、商务等不同的风格充分展示了这一系列在不同场合和风格中的完美搭配。

国内唯一奔富安瓿花落南京



澳大利亚红酒传奇奔富匠心独运,将稀世珍品佳酿、高超艺术造诣与顶级奢华体验完美融合,推出全球限量仅12瓶的稀世佳酿——奔富安瓿2004年卡琳娜42区赤霞珠葡萄酒。在中国仅有的一瓶安瓿,由南京高端礼品定制公司雷宝莱斯订购收藏。

奔富安瓿卡琳娜42区赤霞珠葡萄酒凝聚了奔富非凡的想象力和精湛娴熟的酿造技艺。它的原料产自世界上年代最久的持续出产赤霞珠的葡萄园——卡琳娜42区(Kalimna Block 42),显赫的渊源注定了其非凡的价值。这款酒还代表着葡萄酒酿造水平的最高造诣,2012年度“酿酒师中的酿酒师”奔富首席酿酒师Peter Gago操刀亲制,他曾自豪地评价道:“它是奔富酿酒师和葡萄酒收藏者的又一大新发现。”以严苛著称的知名美国评酒师James Suckling给予其100分满分评价,可谓是空前绝后。