



5月2日,为期8天的第41届巴塞尔钟表展BASELWORLD落下帷幕。此次参加世界钟表和珠宝行业盛会的人数为122000人,创下了新纪录;有来自40个国家和地区的1460家参展商展出了他们的高品质作品。

巴塞尔 时尚冲破时光

新展馆,新展览

经过五年左右的发展和规划以及大约三年的建设,巴塞尔钟表展新馆于今年2月建成。新馆投资4.3亿瑞士法郎,是瑞士会展业有史以来最大的投资。约200个建筑公司参与了项目的实施,每个阶段,工地上每天都有1000多人工作。材料的用量也是巨大的:钢材6800吨、混凝土43000立方米、电源线820公里……瑞士展览集团公司首席执行官康再生在开幕发言中表示:“这一杰出的建筑将会给您留下深刻的印象。”

巴塞尔展览中心新馆建成后,展

览总面积达141000平方米。仅“全球品牌”展出的1号馆就占地74000平方米。康再生说:“我们创建了一个华丽的新展馆,然而它只是个建筑物。我们实际目的是内在的东西,是为满足博览会参展商以及买家的需求。”作为巴塞尔官方邀请的中国独立钟表记者,钟表作家白映泽在接受本报记者采访时表示,相比旧馆,新馆由原来的6个变成了4个,更集中。“大牌更扎堆,一句话:只看大牌的,到1馆1层就能将它们一网打尽。”

新展览,新趋势



趋势一: 珠宝腕表再掀高价风

尽管近年来钟表品牌多将“保守、稳健”视为主流,但精品钟表产业却没有趋于平淡。在此趋势的影响下,腕表走上了截然不同的两条路:日常佩戴的腕表,视低调、内敛为王道;强调时尚感的珠宝腕表,则以高单价胜出。

去年巴塞尔钟表展上,珠宝女表是一个不可忽视的强大市场,而今年,珠宝腕表不再是女性专利,很多男士腕表也开始推出奢华珠宝款。

镶钻表成为本届钟表展上的一大主题,足以证明珠宝表始终是钟表产业不灭的光环和高单价的超级“巨星”。对位于金字塔尖的消费来说,珠宝表是必需品。一块价格不菲的珠宝表不但可以彰显富贵气质,还是投资保值的良品。

趋势二:女表风潮来袭

白映泽认为,今年巴塞尔钟表展

开始了一场女表风潮。“很多品牌首先向你展示特别推出的女表。”一些以往在女表上不太积极或没什么产品的品牌,如今都有了属于自己的女表系列。每年新品众多的大牌,今年女表推出的数量感觉也更多。比如格拉苏蒂的Pavonina女士腕表系列、欧米茄的Ladymatic系列等。再有,雅典的女表式样也很多了,百达翡丽的女表仍然保持旺盛需求。

趋势三: 复杂功能腕表是主角

外在之形固然重要,内在之“芯”才是钟表的灵魂。复杂功能,是考验腕表的试金石。复杂功能腕表,是创意与技术的完美结合体。

白映泽表示,精美复杂的功能腕表是今年钟表展的主角。比如宝珀卡罗素加陀飞轮腕表,雅典的“陌生人”音乐腕表、艾美的“神秘针”腕表、宇舶的50天动力、11发条盒陀飞轮计时器“LaFerrari”等复杂表款都令人印象深刻。

BASEL WORLD



2013



对话 最时尚

白映泽

钟表作家、独立撰稿人、专栏作者、国内知名钟表文化学者与研究者。作为巴塞尔官方邀请的中国独立钟表记者,于展会开幕到5月2日展会结束,全程见证了2013年全新巴塞尔钟表珠宝展。

Q: 你认为今年参展手表的最大看点是什么?

A: 制表技艺继承发展。技艺,即技术加艺术。在技术研发和艺术化表盘上的投入和创新不断,这样的品牌才能长久。这方面我对独立制表巨匠品牌雅克德罗、雅典几个品牌的印象非常深刻。

Q: 巴塞尔表展透露出今后流行趋势是什么?

A: 女士手表方面,珠宝表继续走强;月相等女性喜欢的功能会有所增加;女表表盘、表壳的艺术化设计会更加多样。男士手表方面,复杂、运动齐头并进;各个品牌都会保持自己简单优雅款的入门配备;高级腕表方面,确实可能会有百达翡丽总裁菲利普·斯登先生所说的小表盘回潮的现象发生。

Q: 今年表展的在组办方面有何突破?

A: 更加重视媒体作用,拥有独立的媒体中心;更加积极主动邀请中国媒体,并历史上第一次设立中国记者日和招待会;特别设立巴展的探索之旅,让报道媒体的关注视野更加广阔;巴展日报第一次设立中文版面,让越来越多的中国客人顺畅获得信息——这是对中国市场重要性的回应,也是巴展历史上的一个积极突破。

Q: 在巴塞尔最繁忙的一天的行程?

A: 我个人安排最繁忙的一天是4月26日,我在巴塞林的第四天。当天8点半到媒体中心浏览新闻做准备,从9点半第一个品牌开始到晚上8点,一直没有停歇,不停地赶场和迟到——四场看表(听说有媒体一天能看十几场我惊诧异常)、两场专访、两个特别安排和一个晚宴活动。中午参加巴塞尔展会中国媒体招待会和巴展的建筑设计之旅,繁忙的行程中稍有放松和乐趣。