

华美转身,等你品鉴

来自《格调》的宣言 我们想说……



自4月25日创刊号至今,《格调》刚刚走过60多天。如果以人来类比,我们的《格调》如今还只是襁褓中的婴儿。我们吸取养分,茁壮成长。我们心有坚守,持之以恒。这份坚守,就是要将自己变成最有格调的读本,要将最格调的生活方式和最格调的精神世界带给你。我们想说……

社长寄语

杜晓明,现代快报社社长

《格调》是现代快报社汽车奢侈品中心于4月25日正式推出的、以奢侈品为依托的专刊,是一份为都市人提供同时满足物质与精神追求的格调读本。

近几年,中国的奢侈品行业呈现出蓬

勃发展的趋势,中国奢侈品消费市场已跃居世界第二。机构分析,中国奢侈品销售额有望在2015年达到270亿美元,占全球市场20%以上份额,成为世界第一大奢侈品消费国。

现代快报非常重视这样一块巨大的市场。我们希望,通过《格调》专刊,既能为读者宣传积极向上的生活方式,又能为广大奢侈品牌做好服务。

主编宣言

徐悦,现代快报汽车奢侈品中心主任、《格调》主编

奢侈是什么?

1000多年前,徐州有个叫刘义庆的作家写了本《世说新语》,书中记载了一个石崇与王恺争豪的故事。争豪,就是比阔、斗富。这两个人都是当时的富豪,王恺拿了一棵两尺高的珊瑚树送给石崇,两尺高的珊瑚树是当时的奇石珍宝了,但石崇根本看不上眼,拿个铁如意一下子敲个粉碎。他对手下说:把我的珊瑚树拿来给王老板看看!抬出来一看,三尺四尺高的比比皆是,比王恺那个好出一条街。

石崇这个举动够奢侈,一件奢侈品说打碎就打碎。但是要我说,他实在是个没有格调的家伙,不配拥有奢侈品,因为他不尊重财富,不尊重财富的创造者,也不尊重财富的消费者。

我一向认为,奢侈品不是用其高昂的价值来标榜个人的身份和地位,而是用其深邃的文化内涵来映衬自我的格

调,这就是所谓物质富有和精神高贵的区分。

既然奢侈品的核心是文化,是格调,那就需要一个好的读本帮助大家介绍这种文化,诠释这种格调。于是,我们《格调》专刊应运而生。通过这个读本,我们想告诉大家,格调不是与生俱来的,它可以通过学习而获得。格调是自我心灵提升的一项指标。消费选择、休息方式,生活中最细碎的小事,都是格调的体现。我们坚信,这些方面的熏陶和指引,将有助于个人格调的提升,精神世界的丰富。格致人生,调动世界,《格调》之名,正源于此。让都市人有格有调,这是我们《格调》专刊致力于追求的目标,也是最想向读者朋友传达的观念。

在未来的日子里,我们将执著于心,勤勉于行,锐意进取,力图在奢侈品行业留下一抹亮丽的《格调》之光。

