

编辑 黄天玉 美编 王飞 责校 杨少坤 电话:84285566-3102 sszk2011@126.com

· 资讯 ·

COS 2013春夏系列在京发布



日前,COS在北京前门23号布鲁宫法餐厅发布2013年春夏新品,为新一季拉开序幕。

COS 2013春夏系列在男女装都大量运用浅裸、藕粉、豆绿、驼黄、卡其等自然色,在本白和灰的过渡中,结合不同的特别布料和细节的设计,展现今季时装的主题——日常生活中的功能性,即为都会女性打造一番干练有致、气质又不做作的清新形象,另一方面也充分展现了都市男性睿智有型,重细节讲究品位的质感一面。

COS品牌总负责人Marie Honda表示:“我们很高兴品牌能够于北京开设形象店。此后,我们亦会继续开拓欧洲海外市场。希望北京顾客会为新店铺、服装系列及品牌感到开心。”

北京王府井百货首发“转运珠”

日前,转运珠在北京王府井百货黄金历史专柜首发上市。产品以纯金宝珠与上乘沉香为材质,以佛珠为原型纯手工制成。从传统佛教文化中汲取灵感,具有深厚底蕴,加之黄金与沉香的珍贵稀有。据了解,这款产品就是此前非常火热的“转运哥”事件中转运哥手中所拿的转运珠。

此次首发的“转运珠”产品由6粒纯金宝珠及珍贵沉香串线组成,分为纯金宝珠6克、纯金宝珠7克两款规格。6粒纯金宝珠取自999纯金材质,硬金工艺铸造。其中的沉香佛珠,取自越南土沉正宗沉香木,采用传统工艺纯手工磨制,沉香被誉为“木中钻石”,其生长期有数十年甚至上百年。此次黄金历史品牌还力邀北京雍和宫高僧为此转运珠产品进行了开光祈福、加持护身,将吉祥的祝福送给善缘人。

ARTINI推出珍珠首饰系列



日前,ARTINI推出了以珍珠为主料的首饰系列。该系列采用水晶、琉璃及珍珠贝母为主料,运用丰富线条营造出摩登时尚感。深浅不一的半宝石衬托出珍珠的光芒,简约时尚的造型不仅能在年终各式的聚会上脱颖而出,同时也适用于日常装扮。

在“迷人恩典”系列中,设计师让大自然元素成为系列的主角。来自海洋中形态各异的生物,将鱼儿、海星及螃蟹等大自然奇珍以半宝石首饰精品一一重现,变化多端的海洋动态幻化成不同特性的物料,恰似大自然给我们带来的恩典。

可口可乐获戛纳国际创意节奖项

近日,全球品牌传播领域规模最大的戛纳国际创意节主办方宣布,将“2013年度最佳创意营销奖(Creative Marketer of the Year)”授予拥有126年辉煌历史的世界饮料巨头可口可乐公司。

自1967年首次拿到戛纳国际创意节狮子奖至今,可口可乐公司已经在广告和其他传播类别获得了超过100个戛纳狮子奖,其中包括2008年凭借美国“Coca-Cola Identity”获得的设计类场外大奖以及2012年凭借中国“可乐手”赢得的户外类大奖。

可口可乐公司执行副总裁兼首席营销商务官Joe Tripodi表示:“创意一直都是可口可乐的品牌灵魂,它为我们的业务增长提供了动力,更是可口可乐与全球消费者、粉丝及合作伙伴们心灵互动的坚实基础。”自1916年创造出经久不衰的经典玻璃瓶后,可口可乐公司始终致力于在设计上不断加深品牌的可辨识度。作为业务中非常重要的一部分,可口可乐公司的广告宣传在20世纪70年代便已大获成功。 栏目主持 黄天玉



BODY SPA 赶走冬季“干燥肌”

冬日风干物燥,肌肤干燥问题随之而来,同时,在紧张忙碌的工作节奏中,我们的全身心都需要极致呵护,而BODY SPA正是不二之选。

■全身SPA打造极致放松

天舒SPA:东方能量热石护理

冬天体寒、胃寒、手脚冰凉困扰着很多女性。运用能量养生石配合香薰按摩,能够快速促进血液循环,补充人体需要的微量元素,让你的全身暖起来。

ISAP:专属按摩全身护理

工作压力大易造成失眠,想要重获饱满精神就要让肌肉放轻松。节奏缓慢、掌法得当的按摩手法,配合特殊调制的香薰按摩油,促进能量在体内的流动,让肌肤由内而外舒润起来。

■精油SPA打造极致滋润

天舒SPA:天舒专属精油按摩

想要刺激血液循环,自创特殊按摩手法功不可没,按照人体经络走向,打通经络,配合来自于巴厘岛的露露精油有效改善睡眠、消除疲劳,同时让肌肤焕发新生。

ISPA:精油背部放松按摩

久坐电脑前办公,身体常常酸痛难忍。背部放松按摩适合长期坐在电脑前工作的专业人士,使用特别混合的香薰油,按摩背部、肩部,尤其集中按摩有问题的背部。

本报记者 黄天玉



奢华定制品牌集体入驻外滩二十二号

日前,国内惟一以“高端定制”理念打造的空间——外滩二十二号开幕,东方艺术珠宝“熙珠宝”、知名设计师郭培的“囍中国”等品牌集体入驻。私享式高定服务或许能给进入寒冬期的奢侈品市场注入一股暖流。

虽然全球经济不景气,但中国奢侈品消费依旧好于平均水平。然而,随着消费群的扩大,奢侈品进入了批量生产时代,这让奢侈品的“惟一”属性渐

渐遗失。

同时,中国消费者的品位不再追求LOGO,而是追求“自由”与“独特”。因此,奢侈品牌回归“定制”道路,为高端客户开辟私享服务。

记者获悉,众多一线独立奢侈品牌入驻外滩二十二号。包括东方艺术珠宝“熙珠宝”、知名设计师郭培的“囍中国(Xi China)”新娘高级定制会馆、法国高端婚纱品牌AOLISHA Imperial、英国

设计师高端婚纱品牌ADORE、高端晚装和时尚女装品牌SEDUCE、鞋履定制品牌sheme和来自香港的知名定制品牌Eleganza Uomo等。其中80%都是上海的惟一进驻店。

外滩二十二号总裁李玉麟表示,我们将提供属于顾客自己个性与内涵的表达,而非单一的品牌产品。低调而纯粹的“定制”成为财富人群的新主流。

本报记者 刘一博

