



时尚眼

吴林洁  
热爱生活，喜欢物质，坚信时尚的最高境界是自己的生活态度的专栏撰稿人

Column

## 大牌的跨界野心

近年来，时装大牌们似乎早已不满足于仅仅贩卖时装或皮具，同时，在众多的消费者看来，基本款用惯了，限量版太多了，传统logo也看到审美疲劳，大牌们也似乎该玩点新花样了。于是，各大奢侈品牌纷纷将自己在时装领域的设计理念和经典风格不遗余力地推广到其他领域，从汽车到数码，从酒店到家居，甚至开起了餐馆。现在你可以选择乘Hermes的飞机，到Giorgio Armani的时装酒店住宿，再去D&G喝下午茶。一个座位、一杯咖啡甚至一张床都是这些大牌影响力的延伸，而不管这些产品内在的质量怎么样，他们终将成为影响时尚业发展的重要因素。

当这些奢侈品大牌们不断跨界、交叉与融合，Crossover这个概念也逐渐深入人心。这个译为“跨界”的英文单词如今频繁出现在我们想都想不到的领域，它似乎已经从一种单纯的品牌间合作，演变为了一种新锐的生活态度和审美方式，而this way对于一个品牌最大的益处则是让原本毫不相干甚至矛盾、对立的元素，相互渗透相互融合，从而产生新的亮点，说的更加直白一些就是有更多的机会让消费者去掏腰包。

我们不难看出大牌们在这一波波“跨界”合作背后的野心与无奈，这不仅是进化的艺术风潮的指引，也是品牌们为了寻求自

身发展所做出的必要选择。要知道，进入21世纪，尤其是经济危机之后，艺术与时尚、科技与时尚、演艺与时尚更是前所未有地亲密起来，跨界与联名也越来越普遍与频繁。同时，现代人的观念也在进行着转变，追求潮流，追求高品质生活的人对时尚的理解已经突破服饰装扮的界限，他们希望时尚与品质能渗透到生活的各个细节之中。所以，对于比较严格控制产品及形象的奢侈品牌来说，跨界合作是极为谨慎也是大胆的选择。

在当今欧洲经济不景气的大环境下，一心多用似乎已成为了一种风尚。这种风尚的背后，也许是残酷竞争的现实，大牌们为了要维护自身价值，必须放下高傲身段。而这种跨界，为时尚品牌们带来的不只是个噱头，更多的则是为了巩固和扩大自己在市场的疆域版图。

不过，任何事情都有例外。虽说有品牌想跨界赚钱，但是有些大牌根本不指望crossover带来太多的经济效应。在这种情况下，大牌们要的是档次、是地位、是品牌内涵和奢华气质的彰显，不求最好，但求最贵。

有人曾经说，跨界是经久不衰的风潮，是制造话题最有效的工具，确实如此。但值得我们思考的是，“出其不意”与“不务正业”究竟哪一个更适合这种品牌间的游戏呢？

## 白夜艺术节

近日，瓦莱里·捷杰耶夫倡议策划的圣彼得堡“白夜艺术节”在马林斯基剧院举办一场别开生面的颁奖盛典。作为白夜艺术节的艺术指导和马林斯基剧院的明星指挥家，瓦莱里·捷杰耶夫将把今年的“万宝龙新声大奖”颁发给俄罗斯女高音歌唱家Viktoria Yastrebova和男中音歌唱家Andrey Serov，随后，两位得主的献唱把此次舞会推上了高潮。



圣彼得堡  
Saint Petersburg



纽约  
New York



## 空中花园夏季派对

第二届“High Line公园之友”夏季宴会于近日在Diller-von Furstenberg Sundeck举行。约1000位时尚品位人士、编辑、社会名流参加了这次聚会。这个空中花园顿时变身成为古老的嘉年华：占卜师、杂耍艺人、魔术师、冰激凌甜筒、投篮水箱、嘉年华游戏一应俱全。而此次售票活动的全部收入将用于High Line公园的维护与运营。

## Serpentine夏日派对

Serpentine夏日派对一直是伦敦社交年历史上多年来的“主菜”，也是了解英国最时髦夏季活动造型的最佳时机。今年的派对也是名流云集：米莎·巴顿、卡拉·德莱文涅、荷莉·凡蕾斯、当娜·艾雅、安兹利亚·班克斯等都盛装出席，各显艳丽。

伦敦  
London



# 大手牵小手 亲子来一“夏”

## ——光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华盛大开幕

申城较大的室内游乐场所光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华在上海浦东展览馆拉开帷幕。开园仪式上，主办方代表上海炫动传播股份有限公司副总经理叶超先生、光明乳业股份有限公司副总裁罗海先生和智奥会展董事、总经理王耀丰先生与现场数百名小朋友一起分享这场欢乐的游乐盛事。

光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华是由光明儿童健能、炫动传播、智奥会展共同举办的盛大亲子嘉年华。从7月7日开园到8月19日结束，历时一个半月，旨在让孩子们度过一个寓教于乐的欢乐暑假。本次亲子嘉年华总面积达10000平方米，设有一应俱全的娱乐设施，其中近700平方米的超大U形充气城堡让小朋友们体验到“羊肠小道”、“匍匐前进”、“飞檐走壁”的冒险快乐。韩国视觉魔幻体验馆将3D艺术画作及美轮美奂的实体进行完美结合，更有超HIGH的户外亲水游戏等待你的体验。

## 光明炫动同携手 亲子欢乐一整夏

开园当天一大早，成群的孩子们就早早地守候在展厅的门外，随着展厅大门的打开，孩子们便一下子都涌入了游艺区和爸爸妈妈一起玩得兴致盎然。作为目前上海首个面对儿童人群的超大型儿童娱乐场所，咔奇咔奇亲子嘉年华的世界就像是一个巨大的游戏王国，炎热酷暑之外的另一片天地。

一场逗趣十足的儿童小龙舞表演作为开场，开启了咔奇咔奇亲子嘉年华的开园仪式序幕。小朋友们像模像样的舞蹈，颇是可爱，精彩的演出赢得了家长们和弟弟妹妹们热烈的掌声。

“能有一个舒适，安全，同时又能带来健康和快乐的儿童娱乐场所想必一直是众多家长的愿望，光明健能



2012年光明儿童健能亲子嘉年华开园仪式现场游戏环节，小朋友与家长一起在游戏中体验亲子之乐。



主办方代表炫动传播副总经理叶超先生，光明乳业副总裁罗海先生及智奥会展董事总经理王耀丰先生，总经理Jean-Guillaume LACOSTE先生（人名从左往右）与麦兜一起为我们开启光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华的序幕！

2012咔奇咔奇亲子嘉年华正是出于这样的一个理由应运而生。”光明乳业有限公司副总裁罗海先生说，“在这里我们希望小朋友们能和在爸爸妈妈们的合作下完成各种充满挑战的游戏项目，变得更坚强，更热爱运动，结识更多朋友，变得更快乐。在游戏的过程中，孩子们还可以边玩边吃，这是光明儿童健能新推出的一款可以捏着吃的酸奶，边玩边享受咔奇酸奶所带来的营养与美味。及时补充能量，有助健康成长。”

## 孩子家长齐上阵 探险挑战乐无限

在光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华这个健康舒适的“大盒子”里，孩子们惊奇地发现这里充斥着各类户外游戏项目。许多家长和孩子们玩得乐此不疲。我们看到了一对父子刚从二楼的水上乐园出来，“这里环境很好，孩子也玩得很高兴，我也玩得很高兴。真是想象不到这里有这么大的水池，还有这么多水上游戏，既有趣，又安全。”孩子家长兴奋地向我们表示。

在四楼，一座占地面积近700平方米的超大U形充气城堡无疑是所有游戏项目中的佼佼者。比起城堡，它更像是赛场，“通过7道难度不等的关卡让孩子们在安全的环境中体会到成人竞技娱乐项目所带来的乐趣，也让他们在一起嬉笑玩乐，思考探究的过程中缔结深厚的友谊。

如果玩累了，不妨和伙伴们，爸爸妈妈们一起来拍张神奇的3D照片作为留念。此次，上海首次引入的韩国视觉魔幻体验馆，将韩国艺术家倾情呈现的魔幻3D艺术画作及美轮美奂实体结合艺术的展示带给大家。

今年，就让“大手牵起小手”，来光明儿童健能2012咔奇咔奇亲子嘉年华的世界里感受一“夏”，和爸爸妈妈们一同分享快乐的假期。光明儿童健能为了能让更多小朋友尽情地欢乐，特别在假期推出促销活动，只要在各大卖场超市，购买光明儿童健能咔奇杯任意口味，集齐6个咔奇杯酸奶外纸盒，即可亲临咔奇咔奇亲子嘉年华现场，免费兑换儿童门票1张，立即省下85元。这个夏天，欢乐在哪里？就在咔奇咔奇亲子嘉年华！