

A:本季金属质感和莽纹元素依然流行,至于设计灵感,你知道,我很早就在亚洲打拼了,到现在已经很多年了,而且我一直跟时尚业有接触。我知道女性想打扮成什么样子,想穿着什么服装,我一直都希望有机会跟品牌合作,推出我喜爱的时尚产品。这次能跟Istatyle合作是再合适不过的时机了。在中国也看到越来越多的中国女性穿着更成熟稳重,更考究,更优雅。我相信中国女性肯定会喜欢的。比如有双Suzanna的金色拼黑色多带时尚高跟凉鞋,鞋面采用多带设计风格。我把我最爱的波希米亚风格融入在这双鞋中,为了让它看起来更性感,在设计中结合了人体工学让鞋子完美地包住了脚背,这就是我所制造的摩登都市风潮,带饰连接处采用松紧处理使其穿着更加舒适,回归传统无防水台高跟鞋款,这使双腿看起来更性感,极易搭配修身窄脚裤和紧身热辣裙。

Q:作为高跟鞋达人,和我们分享一些高跟鞋的搭配秘诀。

A:当我年轻的时候,我会尝试不同风格的衣服来发掘自我,看看自己究竟适合哪种风格。找到适合自己风格的衣服并学会如何去搭配来展现自我,这点很重要。照搬别人的穿衣搭配不是绝佳的办法,而是从别人的搭配上汲取灵感。从不同的时尚渠道捕获你喜欢的元素,加一点创造,你就可以搭配出展现自我的风格。

Q:以后还有其他方面的设计计划吗?

A:以后还会有,只要有合适的机会,我当然愿意尝试去设计不同的东西带给大家。



拉开近期明星们的跨界设计成绩单,还真是长长一条,赶快来先睹为快,看看有些什么有趣的单品吧。

Salon By Surrender 独家发行的由AMBUSH和韩国K-pop流行音乐巨头G-Dragon的联名设计系列,这一系列印有数字1, 8, 88, 既是G-Dragon最喜欢的数字,同时也象征着在亚洲的繁荣发展,因此,合作系列产品分别限量1, 8或88件,别看它们都酷酷的,却很讨喜哦。

继女鞋设计轰动潮流界之后,蔡康永再度发挥其敏锐的艺术才华跨界创作出拉菲 品牌灵魂和微博红人拉菲 小姐。和其他明星只是设计某款单品或者系列不同的是,旗下产品的种类可是相当的丰富:概含美妆、眼镜框、生活用品等领域。好吧,才子就是能者多劳啊!



## MINNETONKA, 走出快意美式生活

关注欧美街拍的人,一定会对MINNETONKA这个兼顾舒适与时髦的鞋履品牌不会陌生,它向来是明星潮人们的最爱。2011年,它被引进中国大陆,在港汇开设了第一家专卖店。此次,我们专访到MINNETONKA中国总代理,行云中国总经理Matt,让他和我们分享一下关于MINNETONKA的快意美式生活。



Q:我们知道MINNETONKA在美国是非常的流行,而在中国则起步较晚,请您简单介绍一下MINNETONKA这个品牌吧。

Matt:MINNETONKA创始于1946年,是一个有着悠久历史的品牌。早在60年代,MINNETONKA品牌就因为迎合美国的嬉皮士运动的自由精神而迅速风靡全美。80年代的美国因为风行洒脱、随性的The Urban Cowboy都市牛仔风,将MINNETONKA品牌再次推到时尚前沿。在欧美,不但普通消费者十分喜欢MINNETONKA这个品牌,包括很多电影明星,流行歌手以及社交名媛甚至明星宝宝都是我们的忠实粉丝。目前MINNETONKA在全球有38个授权经销商覆盖全球除南极洲以外的六大洲超过50多个国家。所到之处,处处风靡,值得一提的是亚洲的日本是除美国以外MINNETONKA销量最好的国家,可见MINNETONKA也是深受亚洲消费者的喜爱。希望在今

后,能够有越来越多的中国消费者可以喜欢上我们的品牌。

Q:MINNETONKA为什么会在美国如此畅销?其最大的核心竞争力是什么?

Matt:我认为,MINNETONKA在美国畅销的原因除了拥有软皮鞋第一的品牌地位、全手工的高级皮质这两个特性外,最独特之处就是其代表美国主流时尚标签的潮流设计。MINNETONKA自然和自由的产品风格深受欧美明星喜爱。在传承经典设计的同时,我们一直不断努力创新,紧跟潮流。在设计中融入多变的潮流元素,让消费者可以在细小的配饰中感受到MINNETONKA品牌的用心。如:今年很流行的个性铆钉,夏天拥有清凉感的珠绣,绿松石等,无一不体现着MINNETONKA在时尚潮流之路上的用心摸索。而软皮鞋第一品牌实际上是一个标杆,也是我们的骄傲。因此,这就是品牌在美国家喻户晓,并拥有大批的明星和名人的粉丝的原因。

Q:MINNETONKA未来的市场策略是怎么样的?

Matt:MINNETONKA的市场策略首先是定位,其次是大举“进军”。我们的定位为国际高端的时尚品牌,入驻商场的选择方面也将此考虑进去。在美国,我们选择的零售合作伙伴是领先的奢侈百货 Nordstorm、American Eagle Outfitters,在欧洲我们选择了皇室顶级奢侈百货Selfridges以及Harvey Nichols,而在日本我们选择了高岛屋百货和伊势丹百货等。针对中国的市场,我们选择高端Shopping Mall的一楼、二楼,主要搭配快时尚品牌以及中高端牛仔品牌,或是在高端主流时尚百货一楼、二楼,主要搭配高级化妆品及高级服饰或鞋品。总

之,我们希望能够为消费者营造一个高端、时尚的购物环境和消费体验。另外,我们去年在全国14个城市内开了22家专柜,这是继之前北京西单大悦城的首开后的第一次大规模市场进军。

Q:您之前曾经协助许多品牌进行市场推广,在您服务过的品牌中,您认为哪个品牌带给您的收获最大?为什么?

Matt:其实每一个我服务过的品牌都能带给我或这样、或那样的感触与收获。但是,我最爱的品牌肯定是MINNETONKA,这也是我愿意加盟并为之效力的原因。首先,它可能相对于其他我服务过的品牌来说,更为“年轻”。它在美国拥有极高的知名度,但是在中国,它就像一个婴儿,需要我去更多的思考与规划,这对于做市场的人来说,也是最有乐趣的部分。其次,MINNETONKA品牌所传递出的自由与自然的风格,以及其呼吁都市人返璞归真、追寻自我的精神与我本身的性格也非常契合。

Q:您平时自己喜欢哪类的着装风格?有什么鞋类搭配的技巧可以分享给消费者吗?

Matt:我个人比较喜欢休闲型的着装风格,因为更易搭配,也比较容易凸显自己的个性。在鞋类的搭配上,我会在色彩上进行挑选,男士鞋款的颜色其实也很多,从常规的棕色、深棕、黑色到亮色系,一应俱全。对于我个人而言,在工作状态下会较偏向于稳重的色彩,更能体现专业性。但是在休闲的时候,就会选择一些亮色,甚至大胆地选用撞色的效果来为整体造型做点睛之笔。特别是今年夏天,荧光色以及明快的海洋色充斥着T台和主流时尚。MINNETONKA夏季女鞋款也推出了诸如:珊瑚红、柠檬黄、艳粉、水蓝等颜色,相信也是许多时髦女性会去选择搭配的“法宝”。