

衍缝鳞纹尼龙小包

小包在搭配上可以拉长身线,体现既随意又精致的范儿。卡其加上少许撞色,更复古经典,搭配复古墨绿藏蓝暗红大衣,别忘了搭配上正红唇膏,这个圣诞新年完美了。

尼龙配漆皮桶包

这款改良版桶包搭配两根长短肩带,尼龙搭配高光漆皮,各个年龄层各种风格的女性都可以背出自己的味道。



VIVI和ABU

同为设计专业出身的小夫妻兼工作伙伴的VIVI和ABU创立原创包袋品牌VIVIWANG。之前曾服务于MAXMARA、MONTBLANC等国际一线奢侈品牌公司及品牌;作品从平面、空间设计领域逐步跨界到家居、箱包、首饰等。

Q: 为什么用“轻手袋”概念做产品的设计理念?

A: 参透生活才能为生活而设计! VIVIWANG第一个提出并致力于“轻手袋”的品牌概念,是因为我们感到当生活和工作已足够重压,更应该四肢解放出来,而解放四肢必先从解放双肩开始,进而舒缓压力,放松身心。VIVIWANG,擅用轻盈结实、手感舒适的尼龙材质,以及高品质纯棉帆布配以优质的珍贵牛皮,造就时尚易搭轻便优质的手袋风格。包包容量大,自重轻,适应通勤,休闲,学习,商务,旅行等多种场合需要。

Q: 对牛津布和高档的帆布材料,客户的体验是什么?

A: 最大的体验就是轻便和舒适。尼龙面料这几年越来越被消费者认同,国际大牌也纷纷推出尼龙系列。相比传统牛皮,尼龙轻便,防水,易打理,收纳方便,价格也更具性价比,而我们在发挥这些优势的同时也充分融入了设计感时尚感。对于繁忙的都市女性,这无疑是更好的选择。

女性婀娜多姿的美好姿态其实与身形挺拔、举止轻松都有着联系。但是传统手袋往往重外观轻感受,自重过大对于使用者的肩、颈、手、腕、臂的健康都会有不同程度影响,设计师的“轻手袋”概念,就是让你的肩膀从负重的包包下解放出来。

解放肩膀的包包

文 | 桃之 图 | 设计师提供



尼龙机车双肩包

一改学生气或者运动感的双肩包传统模样。多口袋、金属拉链营造时髦机车感,让双肩包更舒适。包包的多层口袋,充满了设计的小心机。



尼龙贝壳包

经典贝壳包, VIVIWANG推出的这个系列采用尼龙面料搭配彩色漆皮,将传统牛皮贝壳包改良为尼龙配皮,赋予经典手袋更年轻时髦,并且轻便随性的质感。配合糖果色,是出彩的搭配单品。



菱形格尼龙手袋

暖暖秋冬感,立体格子,厚厚的质感,但是包身轻盈,展开后是超大容量的方形手袋。黑色大气经典,是御姐的不二选择。如果厌倦了黑色,这款柔和的浅驼色(卡其),配合白裤子、浅调大地色系的暖暖针织上衣,打造出名媛look,低调有质感的气质。



双拉链尼龙手袋

设计师精心设计的多层次的拉链口袋分格,使文件、日用品、平板电脑可以分门别类、妥善收纳。半定型的方正廓形,迎合时髦的都市丽人风格。一款包可以轻松驾驭职场正装和休闲时光。

欧普照明最新产品 亮相古镇灯饰博览会

日前,由中国照明电器协会主办的第十三届第14届中国·古镇国际灯饰博览会(秋季展)于广东省中山市隆重开幕。中山市古镇镇,作为闻名世界的“中国灯饰之都”拥有数万家灯饰照明企业。古镇灯博会更是被广大业内人士称为“一张古镇的烫金名片”。所有展品,都是参展企业的明星产品。

欧普照明作为荣誉参展商之一,已经出席过数次展会,近十个年头一直活跃在这个中国最具有影响力之一的灯饰博览会。在今年,欧普照明全面更新产品线,重点发展LED光源。故在此次展会中,欧普照明将家居照明领域的最新LED

产品及LED技术呈现给大众。

明辉、和韵系列产品,不仅是欧普2014年LED家居照明、电工明星产品,也代表了欧普将最先进的LED技术应用于家居照明领域的最新实践,并向业内外人士传达欧普照明最新的设计理念。

明辉圆灯是打造个性化家装的利器,可以DIY照明效果的灯具让一款灯也有“百搭”的效果。使用遥控器轻松调节光亮、颜色,让人“爱不释手”。而和韵系列的客厅灯比同类规格的普通品牌吸顶灯明亮50%以上。仅用手指轻触墙壁开关,即可实现多层次光色氛围,炫光、明亮、温馨三种模式供选择,不同客厅活动开启不同灯光

模式,为聚会更添一份情调。

电工电气产品方面,使用了欧普照明独创点覆面氧化技术,让产品寿命更长。严谨的工业设计带来更安全的产品。多样的风格也让产品灵活适用各种场景。

欧普将这些产品带到本届古镇灯博会,用最新最优质的灯具产品带给家乡父老,并与业内同行交流分享经验,共同为LED照明事业的蓬勃发展贡献自己的力量。伴随中国·古镇国际灯饰博览会走过的这10年,欧普照明坚实而辉煌脚印,也印证了自身发展与跨越的辉煌。从过去走来,正在向更辉煌的明天奔去。

浩泽智能杯与净水器一起玩转“物联网”

2014年11月21日,中国领先的净水服务供应商浩泽净水在上海总部召开了“浩泽净水器品牌代言人签约仪式暨智能杯产品发布会”。浩泽全新品牌形象代言人——“国民好爸爸”黄磊倾情亮相,与浩泽携手,呼吁大家关注安全健康,养成良好的饮水习惯。作为净水蓝海市场的黑马,港交所上市公司浩泽净水(02014.HK)国际控股有限公司借发布智能杯这一契机,宣布了其将开启智能战略,以目标用户需求为产品切入点,利用粉丝经济完成浩泽主营业务——净水器的最终提升与转化。