



流行关键词一：浮夸印花

在近几年的流行关键词里，印花元素是一定不会缺少的。这无疑是设计师们用来表达自己理念最直白的方式，简单、粗暴，却深受着看客们的喜爱。虽然，印花的内容翻来覆去的总是离不开这几样，但是设计师们总是能变着法地给人们一些新鲜感。

以往，羽绒服的色彩一般都主要是以单色为主，或是偶尔有那么一些撞色的元素，印花与羽绒服的结合出现的几率绝对屈指可数。而这一季羽绒服的逆袭战中，印花却成为了主要的“生力军”。充满了中世纪宗教气息的锁链、亚马逊草原上的热带雨林图腾，还有3D立体的动物皮毛、斑驳的大理石……都成为了设计师们印花灵感的来源。相比以往的印花，这一季羽绒服的印花更具有整体性，也因为有了填充物的关系让3D印花更显立体，玩味十足。



流行关键词二：绅士风范

羽绒服和拉链的关系就好像红茶和柠檬一般，又或许还要更加亲密一点。但是后来的后来，你才发现原来红茶里不止可以加柠檬，还可以加牛奶。羽绒服当然也不一定要配上拉链，他还可以配上纽扣和西装式的剪裁，同时采用灰色的毛呢面料，你甚至已然认不出那居然是一件羽绒服，它着实优雅到无可救药。

相较以往，羽绒服的面料在这一季也有了全然不同的改变。那些“亮晶晶”的防风面料和人造革不再成群结队地出现在了人们的视线中了。取而代之的是毛呢，略带麂皮质感的人造革还有哑光的防风面料。虽然失去了几分青春和动感，但却增添了不少成熟、稳重的感觉。再加上一些英伦风的搭配，倒是让羽绒服也有了绅士的风范。

安踏连续5年成为最具价值的中国体育用品品牌

11月13日，全球最大的综合性品牌咨询公司Interbrand发布“2014最佳中国品牌价值排行榜”（Best China Brands 2014）。安踏体育用品有限公司连续第五年入选，在TOP 50榜单中排名第27位，再度成为最具价值的中国体育用品品牌。

榜单显示，安踏品牌价值为74.42亿元，较去年提升6%。同时，安踏也是今年唯一一家进入2014最佳中国品牌价值排行榜

TOP 50的体育用品品牌。

Interbrand表示，尽管中国体育用品行业持续面临着高库存压力和低运营效率的问题，安踏本年度表现依旧稳健，品牌价值小幅提升。2013年以来，安踏大胆的向“以零售为导向”的运营模式转型，这一创新模式不但帮助安踏获得高于整体行业水平的财务表现，也得到了广泛的市场认可。

百万图书传真情，爱室丽慈善先行

Ashley爱室丽家居携手中国下一代教育基金会健康成长基金及中国儿童发展中心共同举办“爱室丽·百万图书传真情公益慈善活动”，在这个冬日为需要帮助的儿童送去一份关爱与

温暖。此次活动于11月24日—12月21日期间展开，活动通过爱心捐书的方式，帮助偏远地区的孩子扩充知识，丰富童年。想要捐书给偏远山区孩子的小朋友和家长，都可以来到Ashley爱室丽家居位于上海、苏州、杭州的三家门店，还能获得爱室丽家居提供的精美礼品一份。

Down coat 羽绒服的逆袭

■文 | 何志为 ■图 | 资料

如果说夏天的度假装是海滩比基尼的话，那么冬日的度假装必定就是雪场羽绒服了。在你的印象里羽绒服是什么样的？或许有人会说，是衣服里的“矮挫胖”。但是，在2014的秋冬，羽绒服的黑历史被重新改写了。男生的羽绒服被设计师们安上了浮夸的印花，剪裁上更是大胆地采用了西装式的剪裁，让人大开眼界。而女孩们的羽绒服则是被印上了春天般甜美的印花，同时更是将前卫的未来感展现得淋漓尽致。从来都被时尚潮人们敬而远之的羽绒服，这一季来了一场扎扎实实的逆袭战！



搭配关键词：短靴

羽绒服终究是羽绒服，穿上它再瘦的人也会显得有那么几分的臃肿。但是凡事有弊必然也会有利，其实只要选对了羽绒服，胖子可以显瘦，而瘦子则可以显胖。首先，如果你是一个微胖界人士，那么就请选择一件充绒量比较少的深色羽绒服，搭配上宽松的工装裤，然后将工装裤脚塞进登山短靴之中，日系的街头雅痞少年就此诞生。而瘦弱的男孩们则可以选择一件充绒量较多的羽绒服，搭配上铅笔裤和布洛克短靴，俨然欧美范儿十足。

流行关键词一：未来感

前卫的未来感在这个冬季又再一次兴起了起来。说到未来感，你是否会想到不久前在微博上看到的Lady Gaga变身海胆的样子，那当然是未来感，但我们的羽绒服并不会未来感得如此不切实际，因为那毕竟只是一件羽绒服。

设计师们从两个不同的方面，打造出了这一季羽绒服的未来感——剪裁和面料。剪裁的手法依旧干净利落，但是却将羽绒服的诸如领子、口袋、下摆局部放大，营造出一种强烈的未来感。又或是采用了极简的剪裁手法，让羽绒服犹如一条被子般裹在身上。此外，大量金属质感的面料也被运用在了设计之中，同时搭配上了修身和收腰的剪裁方式，宛如未来女战士的战衣一般，酷炫有型。

流行关键词二：甜美印花

冬季的衣服被设计师们设计得沉闷无比，至多也就用个大地色系稍微地那么调和一下。犹记得，曾经一个朋友这样开玩笑说道，看到这满街穿着黑白灰的人们，让我突然感觉这个世界深深的恶意。诚然，女孩们完全可以用甜美系的印花打破冬日的寂静，让自己和别人都拥有一个春天般的好心情。

如果，你觉得风色系的花朵羽绒服让人会有些装嫩的嫌疑，那倒不妨选择尝试一下，那些动物纹路的羽绒服，让你在天寒地冻的深冬，也一样拥有性感与野性。

搭配关键词：手表

在裹得严严实实的冬季，手表成为了女孩子为数不多可以露出的配饰之一了。一块精致的手表可以让你的搭配在一瞬间上升到另一个段位。不经意地露出你小小的心机，更能成为你吸引异性的神秘法宝。搭配羽绒服太过于正式的手表自然不行，用休闲中略带一些运动风的时装表来进行搭配实在合适不过的了。无论是拼色的钢制运动表，还是豹纹款的珐琅表，又或是三色帆布表带混搭的正装表，都可以让你的冬日搭配变得与众不同。



百雀羚大爱助力抗艾工程 民族品牌成慈善事业中流砥柱

2014年11月30日，由中国健康教育中心、中国性病艾滋病防治协会、中华红丝带基金（以上机构待确认）、中国（华侨）大爱慈善基金会等共同举办的世界艾滋病日主题宣传活动在京举行，世界卫生组织艾滋病防治亲善大使、国家卫生计生委防治艾滋病宣传员彭丽媛等公益人士列席活动。秉承天然草本护肤理念的中国日化行业巨头百雀羚此次也加入抗艾工程，标志着民族品牌逐渐成为民间公益慈善事业的中流砥柱。



百雀羚：抗艾不容缓，慈善不停步

自1985年发现艾滋病以来，我国艾滋病感染者呈逐年增长趋势，人们“闻艾色变”，因此帮助受艾滋病影响的群体，传播正确的艾滋病防治知识，呼吁人们关爱艾滋病患者，为抗击艾滋病做贡献便成了社会公益的重要任务。

近年来一直十分关注公益事业的百雀羚先后与联合国儿童基金会、中国青少年发展基金会、中国性病艾滋病防治协会等多家公益性组织展开合作，参与助教、疾病扶助、绿色环保、抗击艾滋病等多个公益项目。早前，百雀羚全网启动的“涌泉相报公益义卖活动”得到了消费者的高度响应，不仅帮助公益老人实现了打井浇灌14万棵树的绿色心愿，还向社会宣扬了爱护自然、保护自然、人与自然的

谐相处的绿色发展理念。此后，为挽救即将失传的民间艺术，百雀羚启动了“北纬30度·琥珀计划”公益项目，这是百雀羚一项特别的公益项目，它自主推动公益事业，不仅传承了中华民族的草本文化，更加弘扬了民间艺术，可谓民族企业品牌的公益好榜样。

发扬民族品牌的中坚力量

民族品牌百雀羚与《中国好声音》的强强合作，可谓家喻户晓。在好声音第二期开播时，百雀羚开展“手护行动之10万手霜送温暖”公益活动，以免费赠送10万份护手霜的方式，呼吁大家关爱奋战在一线的快递员群体，百雀羚的关怀使其绿色天然的形象深入人心，让人们感慨：百雀羚一直坚持唱响正能量的好声音，值得信赖！

多年来不遗余力地推动公益事业，百雀羚俨然成中国慈善事业发展的中坚力量，此次助力抗击艾滋病大爱工程，仅仅是百雀羚公益慈善发展道路上的“涌泉相报公益义卖活动”得到了消费者的高度响应，不仅帮助公益老人实现了打井浇灌14万棵树的绿色心愿，还向社会宣扬了爱护自然、保护自然、人与自然的和谐发展！



喜力盛夏金曲季 呈现超凡星体验

缤纷夏日，该用什么引爆热情与澎湃，体验别有味道的夏日情怀？今夏，从喜力盛夏金曲季开启一整季的超凡享受吧！全面升级娱乐星体验，感受动人金曲的深情与美妙，或是全场响起温馨感人的大合唱，或是邂逅心灵深处最有共鸣的那段旋律，或是精彩演出后畅快的干杯庆祝。音乐与啤酒，让这个夏天变得与众不同。



性传递下去

在2014年，喜力啤酒为广大热爱娱乐、文化、音乐的消费者，营造了一个一流的平台，尽情欣赏世界级的娱乐视听盛宴——宣布赞助上海梅赛德斯奔驰文化中心，一锤定音地签下了5年合作协议。喜力源远流长的品牌文化、锐意进取的品牌战略与梅赛德斯奔驰文化中心世界级的演出运营经验堪称天作之合，这样的强强联手带给人们太多期待，必会碰撞出非比寻常的火花。而喜力也承诺将持续不断地为大家带来世界级的精彩演出与活动，以最佳的品质、最高的热情、最in的态度，点亮魔都灿烂的夜晚。

喜力盛夏金曲季，让这个夏天不再乏味，让每一颗热爱音乐热爱生活的心不虚此行。“喜力啤酒独家呈现”已成为大众消费者值得信赖的文娱标签，全面升级的喜力星体验，将使更多的人体验到无论是视觉上还是心灵上的超凡享受。而之后，喜力也将持续地为大众献上更多世界一流精彩演出，震撼大家的感官体验，打造更卓越超群的星盛宴，最顶尖的娱乐设备，最顶级的演出阵容，搭配最一流的啤酒品牌，给你一个无法拒绝的理由。