

一个来自东方的世界顶级大牌,不拘一格的设计风格突破了传统的界限,灵感与设计的巧妙融合展现了女性的魅力——这就是 Kang jin young.

2007年12月, Kang jin young 进驻时尚风向标德基广场,开启了其南京首家专卖店。Kang jin young 的震撼登陆,让南京城又多了一个世界时尚大牌的橱窗,它将成为名媛淑女们衣橱里更美更时尚的风景。



德基广场强势出击

Kang jin young 南京震撼

世界时尚之巅

时装中心一直被西方世界长期占据,直到 Kang jin young 的诞生,这个被称为“东方时尚信心”的韩国顶级品牌终于让世界不得不为东方时尚的力量所震撼。人们常说“一部好的电影会有很多影迷”。而一位顶级设计师,更会受到众多明星 FANS 的追捧。韩国顶级设计师 Kang jin young (姜镇泳)就是一位时装设计大师,成为国际明星们追捧的对象。

当 Kang jin young 在纽约时装周上的设计荣获纽约权威时尚团体国际时尚俱乐部“新星奖”,当《纽约时报》、《华盛顿邮报》等权威媒体纷纷以“东方的震撼”、唤起美国人时尚的神经”等字句来表达对于 Kang jin young 的

赞誉与尊敬, Kang jin young 毅然屹立在了国际时尚之巅。Kang jin young 多元化的设计风格,足以惊艳世界,也足以引领世界。Kang jin young 以其不凡的东方设计跻身于 Gucci、Chanel、Dior、Dolce&Gabbana 等奢侈品行列。

“之前女性对于礼服(公主裙)的印象只存在于记忆中的虚幻世界,很多女孩子都会做非常罗曼蒂克的幻想。把我要做的服装戏称为公主装,目的就在于鼓励女性能够更加自信,勇敢面对他人的瞩目,并享受其中。”当这几年韩剧热播之时,殊不知在这种社会风潮中, Kang jin young 充当了一个重要的角色,他认为是“公主症的隐藏 BOSS”, Kang jin young 就是公主装的代名词。

国际明星时装之爱

从好莱坞到韩国再到中国,众多 Super star 的追捧更加凸现出 Kang jin young 国际顶级品牌的魅力和权威。

国际影星对 Kang jin young 的垂青早已流传坊间,流行音乐天后级人物玛丽亚·凯丽和小甜甜布兰妮为了拍摄专辑封面都会特地穿上 Kang jin young。

除此之外,凯特·莫丝、哈里·贝瑞、章子怡、范冰冰、金喜善、崔智友、全智贤……明星的衣橱里怎能没有 Kang jin young? 它独特的设计、考究的品质、别致的风格、大牌的风范打动了越来越多的明星,一袭 Kang jin young 上身,时尚权威无与伦比,或高贵、或奢华、或性感、或妩媚……这也正是

设计师 Kang jin young 一贯坚持的对于服装要个性突出,自我意见鲜明的设计思想的最好诠释。

从顶级 T 台到大大小小的颁奖礼,在世界时尚之巅引领国际潮流的 Kang jin young 时装备受明星及名媛淑女的追捧。

Kang jin young 总是引领着时尚的步伐,2007年12月18日,在北京工人体育馆举行的《集结号》首映庆典上,著名影星李冰冰以一身 Kang jin young 的中性装扮走过红地毯。黑色低腰剪裁马甲、黑色裤装,帅气而酷劲十足,尽显 Kang jin young 大牌风范,成为当晚亮相明星中最耀眼的一位,获得媒体的一致好评。

首家 Kang jin young 中国旗舰店 2006 年在上海揭

幕,继而风靡北京、深圳、杭州等一线城市。2007年年底,南京的德基广场又强势出击,引进这个被誉为“世界时尚之巅”的国际品牌,南京人也可以零距离地体验东方时尚天才的独特灵感,感受 Kang jin young 顶级时尚的震撼力量。快报记者 闫弋



设计师姜镇泳和他的夫人



LOTTUSSE走秀现场

“秀”本质：传承品牌文化

时尚潮流风起云涌,大凡是顶级奢侈品牌的走秀,它的产品就足以有在时尚圈“一统江湖”之势。

西班牙皮具品牌 LOTTUSSE (乐途士)几天前刚刚在德基广场举办了一场新品秀,这场秀充斥着浓烈的文化品味。与这个有 130 年悠久历史、由地中海孕育的品牌相得益彰。为了表现 LOTTUSSE 不断摄取西班牙文化的精华,又深受整个欧洲艺术与科技熏陶的特点,身穿西班牙弗朗明哥红色舞裙的舞者,用优雅的舞姿诠释这一季 LOTTUSSE 所独有的内敛的奢华。LOTTUSSE 的企宣朱小姐告诉记者,犹如舞台上男女们对浪漫与完美风格的不懈追求在含蓄中暗涌,走秀很重要的一方面就是秀品牌文化,只有这样才能引起消费者的共鸣,单纯的

产品秀是没有生命力的,消费者需要的是价值认同。

一提到顶级奢侈品牌宝格丽 (BVLGARI),你的脑海里是不是立即浮现出了浓重的希腊与意大利古典风格的珠宝。而昨天,宝格丽在德基广场带来了 2008 春夏配饰“秀”,充满复古意味的手袋、皮具及眼镜,洋溢着罗马的经典优雅,似乎一下子把人带入了古典华丽的马切罗歌剧院的氛围中,一百多年前的美学经典在今天的摩登都市中开枝散叶,宝格丽将希腊和罗马文化发扬光大……

宝格丽此次借鉴了古罗马建筑的质感与色调,辅以至细腻的剪裁,将墨镜、手袋营造出宛如珠宝的层层“刻画”。尤其是一款墨绿色和黄色羊皮手袋,是根据上世纪初宝格丽为了罗马 via dei condotti 旗舰店而设计的广告手稿完成的,包身上特意配置的镜片,会成为很多爱美女士的补妆镜哦!

与此同时,古币出现在晚装手包的设计中,再次强调了配饰灵感与珠宝的渊源。而模特鼻梁上的眼镜更令人过目难忘,因为每款眼镜都与洋溢着希腊古典风格的珠宝交相辉映,黑色、酒红色、紫罗兰、天蓝色镜架镶嵌晶莹剔透的椭圆形水晶造型,璀璨夺目,更显出女人的妩媚优雅。宝格丽对外关系部的经理徐莹说:“每一款首饰,在最初的灵感萌发时,都与宝格丽一贯传承的希腊、罗马文化密不可分,如此一来传递给消费者的也不仅仅是商品本身,商品的背后是博大精深的品牌文化。”

“秀”反响：艺术商业结合得民心

虽然与北京、上海这样的时尚大都市相比,南京还有一段距离,但是品牌商们仿佛都已嗅到了南京这个古都对时尚的渴望。除了 LOTTUSSE 走秀以外,德基广场这个奢侈品聚

集的购物场所,近期就频频有品牌秀场登陆。MaxMara 新品秀、SWAROVSKI “心灵时光”时尚秀、宝格丽跨世珍宝展、LOEWE 品牌历史展……圣诞节举办的“圣心华舞”慈善派对上,诸多在店面里落地的奢侈品牌也都纷纷登台走秀。德基广场相关负责人告诉记者,每当德基举办这样的品牌秀,都能吸引众多消费者的关注,“艺术与商业相结合的营销方式是很容易打动人心的,这跳脱了普通商业疯狂折扣的营销怪圈,体现了一种截然不同的高尚生活理念。”

LOTTUSSE 在德基的走秀掀起了 2008 年的第一场时尚旋风,业内人士认为,只要通过适当的形式,南京人对品牌的接受度其实非常高。而走秀的形式则完美搭建了和消费者之间的桥梁。

见习记者 王凡
快报记者 史丽君/文
快报记者 洪波/摄

时尚秀南京走俏

T台上,我「秀」故我在

宝格丽 2008 春夏配饰「秀」

