

品牌故事

每个品牌的皮包可能都在述说着一个珍贵的回忆,一个优雅的传奇。每当提起万众瞩目的奢侈品时,毫不夸张地说,全球六十亿人口中至少会有近半数人的心里便会立即浮现出该品牌的商标和品牌形象。60多年来,CELINE一直是奢华、优雅的曼妙化身,是人们心目中的时尚代名词。而就在时尚人士热捧这个产品的过程中,品牌背后的一个鲜活的、呼之欲出的故事更让人感到震撼……

当代第一个奢侈品品牌

当代奢侈品品牌从童鞋开始

1945是洋溢着热情、活力、欢愉的一年,作为当代的开始,1945年也是一个转折点。当时的妇女还没有取得投票权,工作也很少涉足家庭之外的领域,然而其中一位非凡的女性——Celine Vipiana 却给自己的未来增添了色彩,创立了CELINE,一个当代奢侈品品牌。CELINE的成功无疑象征着法国和欧洲的奢侈品风潮卷土重来。

CELINE的公司历史和发展道路十分独特:作为一个奢侈品,它有着与众不同的开端——唯一从为儿童量身定制鞋子起步的品牌。CELINE迅速蹿升为儿童世界的明星品牌,之后则不可阻挡

地成为引领时尚奢侈品市场的主导力量。

这个传奇故事开始于 Malte 街上一家低调的小型童鞋专门店。当时的巴黎小孩们穿着短短的背带裤,跟着妈妈,在小店里定制 Lutin、Dandy、Cendrillon 或 Monaco 款的童鞋。而 Celine Vipiana 刚刚接手家族生意,因为她的创始,孩子们穿上了这种迅速走红的奢侈品。

十年后,Celine 女士首次发布了“年轻女孩”系列,柔软奢华的皮革,精致的金属镀层,随意舒适的形状,其中,专为年轻女孩设计的 Polo 鹿皮鞋,完美体现了 CELINE 的风格和情调,成为了妈妈们最喜欢为女儿们添置的畅销款式。这次成功萌发的新概念,宣告了 CELINE 未来的女性路线。

女性奢侈品主导品牌的诞生

60年代起,CELINE 的发展全面全速展开,倡导多领域的先锋精神。1962到1963年间,CELINE 全面展开了女鞋

攻势。在所有女人的衣橱里,一双 CELINE 的鹿皮鞋是必不可少。

1966年,CELINE 第一次制作了手袋。Etrier、Sacoche 和 Poney 迅速成为最畅销产品,被誉为所有“时尚追随者”的必备之物。1967年成衣概念的来到使时装界发生了重大变革,为此,Celine Vipiana 决定制作 CE-LINE 时装,将它们命名为“Couture Sportswear”,这是一个首开先河的全新名称。也是 CELINE 经历的第二个转折点,从此以后,CELINE 成为了一个全面的奢侈品品牌。

源于凯旋门的 LOGO 创意

CELINE 是一个名字,一种风格,而它精致、永恒的徽章则是一个有口皆碑的形象。

1966年起,CELINE 以 American Sulky 的品牌标识——字母组合或搭配两个 C 相连的图案,在世界市场上传递了 CELINE 独特的巴黎时尚讯号。1973年,Blason 成为 CE-

LINE 最新的品牌标识。而它的诞生也颇有轶事可循:据说一日 Celine 女士的车在凯旋门前的戴高乐广场上抛锚,在等候时她注意到环绕着凯旋门的锁链非常优美,并决定向市政府申请把它作为 CELINE 专门店独一无二的标识。

对创新永不停止的追求

“我想要一个反映当时当下的系列,时髦、都市化、且充满活力的时装,表达对身体运动和女性轮廓的赞美。我的灵感来自极限运动和我热爱的花卉。这是一个关于城市的系列,同时体现了时尚带来的宁静。它结合了速度与柔和,运动与优雅,着重体现 CELINE 内在 Couture Sportswear (高级运动成衣)精神的对比感。”CELINE 创意总监 Ivana Omazic 如此诠释 08 秋冬的最新设计概念。

CELINE 至今已经拥有110家同名专门店。CELINE南京店现已在东方商城开业,迎接时尚的你,去领略这一经典优雅又引导潮流指向的奢侈品牌。 快报记者 闫弋



南京百货业多年以来形成了一个规律,那就是金光灿烂的“金九银十”。而十月份又是婚庆的高峰期,各大百货店都在积蓄力量,为“金九银十”摩拳擦掌开始“掘金”。作为消费者来说,知己知彼是谋求最大实惠的捷径。听说东方商城9月15日至9月25日正在举办婚庆月的温情活动,记者将带你先去东方打探一番,希望能对新人们“金九银十”婚庆的采买行动做好参考。

金秋九月喜事多 东方商城, 送你九月最幸福的阳光



恒龙洋服定制

新人购物有了“风向标”

从2007年开始,1978年至1980年以后出生的“独生代”相继进入结婚期,这类人群拥有雄厚的消费实力,具有时尚个性的消费意识,是近年结婚服务市场快速发展的主要驱动力。“酒店定好了,婚纱照选好了,接下来就要买衣服、鞋子,还有化妆品来敷敷我这张疲惫的脸。”准新娘罗小姐表示说,最近对礼服、床上用品的选购有些摸不着头脑,这两天逛东方商城时,发现婚庆月又开幕了,顿时让她和老公找到了购物的风向标。

秋冬时尚新品扎堆上市

在商城内逛一圈,罗小姐很快就选到了适合结婚当天穿的服装。“现在来选择结婚用品的新人,大多都是为近期的婚礼而准备,而现在正是秋冬新品上市的季节,新人可以淘到不少适合自己的。”东方商城企划部端木经理告诉记者,商城内部不同季度都会对品牌和卖区进行提升和调整,未位淘

汰、去粗取精的坚持,令商家凝聚了更强的竞争力。

其中,一楼 GUCCI、FENDI、CELINE 等大牌秋装新品现已上市,PO-LO08 秋季新款也揭开了神秘面纱。此外,一楼 iBlues 将于9月20日隆重开柜。二楼法国女装品牌艾美(manoukian)于9月19日在东方二楼隆重开幕;意大利女装品牌 Marella 也将于9月20日东方商城二楼隆重开幕,此外还有恒龙洋服的礼服定制。

各类促销此起彼伏

据了解,东方商城本月15日至25日举办婚庆月

活动,各类商品各类促销活动此起彼伏。化妆品、珠宝、服装、内衣、床上用品打折、送礼、送积分的活动一字排开,煞是热闹。一楼施华洛世奇满2000元即可获赠精美镜子一件,兰蔻、香奈儿、资生堂、伊丽莎白雅顿9月15日~9月25日满400赠送1333积分,欧珀莱、欧莱雅、BOSS 香水、BURBERRY 香水等化妆品满300抵30。千禧之星每日都将为新人们推出一款“今日主打星”系列镶嵌钻石。普柏琳更隆重推出特价克拉钻。二楼女装推出婚庆类优惠商品,满400元减80元;婚庆类红鞋7折优惠,满400元减100元。三楼全馆累计购物满400元赠送50元内衣券一张,多买多抵不封顶。四楼男装全面8折,众多男装品牌秋品全面上柜,满400元立减150元。六楼花为媒套餐(内含套件+被芯+枕芯),只要799元。多重优惠,让南京的准新人们的购物之旅充满精彩,而你所要做的就是畅享“淘宝”的欢乐!



富安娜床上用品

快报记者 闫弋



很多人都喜欢金属,金属的质感、金属的光泽,或者只是因为喜欢后现代而喜欢上它的超级产物金属,更会有一撮人喜欢做自己的金属玩意儿。在莱迪广场的一家小店里,小七看到,货架上造型各异的小铁人,摆着不同的造型,讲述着一个个不一样的故事。

细心的店主把十几套金属模型聚在一起,自然而然地在瞬间便吸引住了你的眼球。有跟着节拍正在敲鼓的鼓手,有抱着麦克风引吭高歌的,还有拉着女伴的手翩翩起舞的,仿佛正在举行一个小型 PARTY……每一款都有着不同的场景,而每个场景背后也都隐藏着一个个独属于金属铁人的世界。

仔细看看,小铁人身体上的关节都是用螺丝帽串成的,正在敲鼓的鼓手那头飘逸的长发原来也是用铁丝完成的杰作。“你用手掂量一下,蛮有质感的吧。”小店老板笑着回忆说,第一次接触这种小铁人是朋友出差去外地带回来的礼物,第一眼看上去就很喜欢,不算精致的做工却让人爱不释手。想着也许会有很多人跟他一样志同道合的人喜欢上这种新奇的东西,店主心血来潮,特意托朋友从外地进了一批铁人放在小店试卖,没想到一上柜,就吸引了过往顾客的目光。“现在年轻人喜欢玩另类,别看这是废铜烂铁做成的,却让人看得顺眼。”也许是因为太有个性了,也许只是只要20~70元不等的价格,所以许多年轻人都跟店主一样喜欢这些有点意思、有些奇怪的东西。问起到这里买的是些什么样的人时,店主笑着说:“喜欢这种东西的人,第一眼看上去就会特别喜欢,如果不喜欢的话,就会一丁点儿也看不上。我想好了,如果最后卖不出去,就自己弄一整套摆在家里做个纪念。”

快报记者 闫弋/文
快报记者 管新婷/摄

很铁很有型 金属铁人

宝贝发现地:莱迪广场 1G2-8号

