

## 高尚雅致演奏会, 让隆重显得轻巧一些

即使对于音乐演奏会的鉴赏能力有限,但是偶尔参加那么一两场音乐演奏会,也不失为一种提升自我修养的方式。参加一场演奏会的第一步就是穿对一条礼服裙,那可以说是最基本的礼貌,也是对于表演者应有的尊重。按照传统女士们都应该身穿礼服裙和高跟鞋,不过鉴于国情考虑,也不适合穿着那些过于隆重的礼服裙,基本上以连衣裙代替。

即便如此,在选择连衣裙的时候也是有所限制的。首先,尽量以深色简约款为主,试想一下如果每个人都穿着花花绿绿的连衣裙去参加一场演奏会,那样的场景会不会像极了一场广场舞的汇报演出?其次,尽量不要选择拖地款的晚礼服裙,毕竟这还是在国内,这样的装扮其他观众很可能把你当做误入观众席的表演嘉宾。最后,倘若你真的不知道该选择一条什么样的裙子,那不妨选择一条纯色的螺纹修身连衣裙。或许不少女生都会觉得这样的连衣裙不仅老气,而且对于身材还有着超高的要求,其实不然,螺纹的款式只会让你显得优雅绝伦,同时只要剪裁得当,再加上你些许的用心修饰身材,你一定可以看到一个全新的自己。



BVLGARI



TOP SHOP



BALMAIN



ALEXANDER MCQUEEN

Folli Follie

ELLERY

Cushnie Et Ochs

BOUTIQUE MOSCHINO

# 恒隆广场·上海Home to Luxury昂首迈进高端时尚潮流全新里程

## ——上海恒隆广场总经理胡惠雅女士谈恒隆广场华丽升级

历经一年半的内部升级,上海的瞩目地标、曾被评为中国商业发展最成功项目之一的上海的恒隆广场终于揭开了全新的华丽面纱。作为内地奢侈品品牌集中地,拥有Home to Luxury独有定位的恒隆广场租户名单仿如一本“品牌名人录”,如Louis Vuitton、Hermès、Chanel、Dior、Prada、Bottega Veneta、Cartier以及其他知名时尚品牌和餐饮食肆,是名副其实汇聚时尚潮流和品味生活的Home to Luxury,升级之后,商场也将打造更加奢华无比的购物休闲体验,迎来一系列备受尊崇的国际奢侈品牌及潮流品牌的中国旗舰店。

这些年,恒隆也在互联网思维模式下,积极寻求适合自己的方式,比如像Pop up store的策略,就让更多的消费者能更进一步体验到经典品牌的时光故事和情感源头。作为恒隆广场新任的总经理,胡惠雅女士侃侃而谈了恒隆广场在升级后的一系列计划和挑战,让人们看到了恒隆坚持“只选好的,只做对的”的行业先锋决心。

Q: 作为上海老牌商业地标,恒隆广场为什么要进行升级,2年的内部升级主要是在哪些方面下功夫?

A: 上海恒隆广场始终秉承高端精致的臻奢理念,致力于为客户呈现无与伦比的质量生活体验。此次别出心裁的整修升级旨在使恒隆广场保持世界最先进的设计水平,从而更好地向客户定义极致时尚生活方式,传递其“Home to Luxury”的品牌宗旨与追求。

升级主要体现在这几个方面:在硬件设施上的改造:B1层、洗手间、Rooftop等;在租户类型上的升级:引入了更多的年轻潮流的奢侈品品牌,满足年轻消费群体的需求,比如:Golden Goose Deluxe Brand, Chiara Ferragni等这类深受年轻人喜爱的品牌,同时也继续引进国际有名但非常独特的品牌如Buccellati, Goyard等;在租户的种类上的延伸:引入了高端餐饮与生活方式的品牌和租户,满足高端生活方式的人群“极致消费体验”的要求;在尊享服务上:VIC下午茶;多倍积分换礼、VIC lounge落成等。

Q: 新媒体背景、社交媒体的发展对于传统商场的运营和升级有没有产生影响?恒隆广场在新型零售模式方面,有没有什么计划?

A: 新媒体与社交媒体发展的大环境下恒隆也在积极寻找适合自己的方式,但整个大环境发展与恒隆是不冲突的。首先,逛商场不仅仅是为了购物,它是一种生活方式与体验,是一个社交的平台。

在这样的趋势下,恒隆和租户举办的“快闪店”性质的品牌展就很受欢迎。以路易威登(Louis Vuitton)静态展为首,一众源自法国、意大利、瑞士的一线奢侈品牌将陆续在上海的恒隆广场举办一系列的精致

活动,使大家在掌握最新时尚趋势的同时感受众多品牌的文化底蕴。

Q: 老一辈高收入人群对一线品牌的忠诚度很高,而新一代高收入人群,他们追求与众不同,购买不同品牌的产品做mix and match以彰显他们独特的个性与品位。对此您有何看法,如何应对?

A: 新一代顾客也很享受店铺提供的尊贵服务,对品牌的忠诚度也不低。有经济能力的人始终是对产品有质量要求的,并且买快时尚产品绝对不能替代奢侈品的地位。恒隆为给大众带来更多选择,也因此引进了一些contemporary luxury品牌,销售也很不错。年轻人的想法多,喜欢新鲜的东西。恒隆在保留最强的一线品牌的同时,持续引进新的潮流时尚品牌,同时还提供一些尊贵的高端个人护理服务等。

Q: 您在恒隆已经有十年的工作经历了,这十年恰好又是中国的高端消费市场发生翻天覆地变化的十年。但是即便大环境不太景气,恒隆的租金收入、租户零售额等方面的表现也依然是相对出色的。你们是如何做到的?

A: 恒隆坚持“只选好的 只做对的”。在几年前经济环境不是太景气的时期,恒隆进行了大规模的市场洞察,在最好的地块,用最好的经营与服务方式来实现经济利益的最大化。通过对市场的洞察,我们开始了大规模的翻新工程,从现在的结果来看,翻新对上海恒隆广场带来了营业额的增长,实属恒隆的远见与独到的眼光和策略。尽管最近恒隆广场已经向大众展现了全新的面貌,但对项目未来的规划和发展并没有停止。

