



少盲从，慢品味，精选择，不被“土豪金”、“贵族银”、“高端黑”这些无谓的标签和定义左右了我们的选择、我们的喜好。静下心来聆听内心的声音，你才能知道自己真正想要的是什么。

主 编 夏雁青
统 筹 韩 爽 王 波
编 辑 韩 爽 张 唯
张晓霞 王 迁
视 觉 张镇琦

导 读

非常品 伯爵高层专访 & 顶级新品大赏
E03

搜城记 贵和购物中心名表臻献
E04-305

钟表展 “钟表与奇迹”亚洲表展回顾
E06-E07

奢品秀 红星·美凯龙 创享家居之美
E08

土豪金 or 贵族银

□韩爽

最近，“土豪”这个字眼甚嚣尘上，火速普及程度直逼“小伙伴”。与此同时，我的一位女友不幸撞在了“全民调戏土豪”的枪口上，她花不菲的价钱买来一块玫瑰金腕表，表盘镶钻，华贵不凡，刚刚美滋滋地在朋友圈里连同包装盒一起晒出来，却被一众损友们无情地取笑为“土豪金”，满眼的“土豪我们做朋友吧”的刷屏式回帖令她纠结不已。周末的咖啡馆里，女友摩挲着手腕上曾经令她朝思暮想的金色“小伙伴”，啜了口苦咖啡，略忧伤地说，早知道我就买银色款了，显得更低调更奢华更有内涵是不是？

我嗤笑：只要你买得起，衬得起，关键是真心喜欢，为真爱出手又有什么不可以？何必被一个词毁掉一件心头好？

金色和银色，无论对于一款手机还是一块腕表来说，原本都应是不分伯仲的个性化选择，就如张爱玲笔下的红玫瑰和白玫瑰，各有各的美态，各有各的拥趸。若是被人贴上“恶俗红”、“冷艳白”的标签，恐怕红白玫瑰两芬芳的和谐画面便不复存在，原本红玫瑰的追随者，也要转投白玫瑰以示自身品位和眼光，而完全不在意究竟谁才是真正适合自己的那一朵——那是多么浅薄和无趣的事情！

回头想想，这些年被恶俗化的东西还少吗？通常来说，当某件事物受到的追捧和关注程度已经上升为一种社会现象时，也就离被贴上恶俗的标签不远了。这类案例在奢侈品的世界里更是常见——往近里说，有衍生出“土豪金”一词的苹果5S手机；往远里说，早期在国内兴起的传统大牌几乎无一幸免，LV、爱马仕、劳力士这些一线奢侈品的名号刚刚在内地叫响时，全香港随处可见一群令人侧目的游客：揣着厚厚一叠票子指定要买“纯金劳力士”的，站在Louis Vuitton店铺门口满世界找“LV”的，对腕表或珠宝选购毫无见地，只单纯追求“双手一伸，抵你全身”的，偏爱爱马仕H扣腰带那类带有夸张logo装饰的单品，恨不得直接变身大牌活体广告的……作为被财富和虚荣心追逐的焦点，这些高端品牌在奢品文化尚未普及的时候被过度消费，贴上了“土豪Style”的标签。反倒是后来进入国内的一些牌子，因为标榜“低调奢华有内涵”，而成为奢品市场的新宠。至于形形色色的标签之外，这些商品本身如何反而少有人提及。

为了区别于高调炫富的土豪范儿，低调俨然成为品位代名词，大牌奢侈品显然意识到这一点，近两年纷纷走起“去logo化”路线，高调地显示着自己的“低调”，结果又一次搅乱了局，有矫枉过正之嫌——你可以在新一季的大牌单品上看到，prada商务男包的logo跑到了背面，杰尼亚鞋子的品牌标识欲说还休地藏在鞋底，而LV、Gucci、Coach店铺里辨识度最高的经典图案包款更是一年少似一年。我的一位朋友偏爱Gucci的一款老花包，跑了好几个城市的专卖店遍寻无着，连导购员都起劲儿煽风点火：老花不流行了，新款多显品位……朋友反唇相讥：我就爱老花怎么了，经典又百搭，怕和别人撞包带来廉价感而去追求新款小众款，和那些为了logo买大牌包的人有什么两样？反正他们爱的都不是这款包本身！

现实生活中，人们在选择奢侈品时被“标签”所累的情况比比皆是，只顾及别人眼里是否“有面子”、“有档次”，而不是“我喜欢”、“我适合”；只看重是否能给自己增添一种优越感，而不是静下心来细品带给自己的那份美好的感受。说到家，我们喜欢的不是这个包或是那块表，而是通过它们的装点而表现在外人眼中的所谓“品位”。

事实上，品位这个东西原本就是见仁见智，真正的好东西更不会因为被误读而失去光彩。就像被批“烂大街”的LV老花包，在一些资深时装编辑眼里，LV的老花绝对是经典的象征，实用轻便又耐磨耐用的帆布涂层材料让你用足20年；而劳力士的超高品质和精湛工艺在业内有口皆碑，尽管它在一些圈外人看来显得俗气、老套。

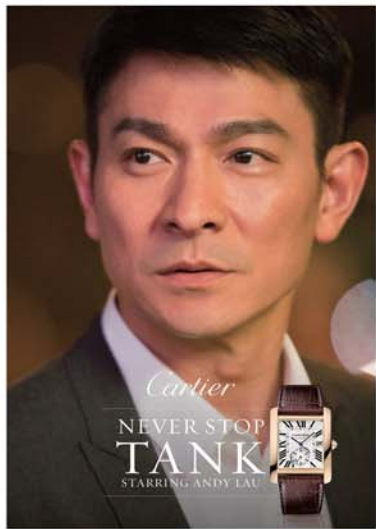
其实很多时候，你认为这只包俗气是因为它被俗气的人背着，你认为这块表“土豪”是因为它被“土豪”们追捧，但这并不妨碍它们被一些有品位的人欣赏和喜欢。就像妮可基德曼将玫瑰金色的欧米茄LADYMATIC演绎得风情万种，纯金劳力士戴在钢琴王子李云迪腕上，除了黑白琴键跃动间那一抹华贵的金色外，有谁会联想起“暴发户”或“土豪”这类字眼？

少盲从，慢品味，精选择，不被“土豪金”、“贵族银”、“高端黑”这些无谓的标签和定义左右了我们的选择、我们的喜好，静下心来聆听内心的声音，你才能知道自己真正想要的是什么。

回到开头那件事，最新的进展是，女友在朋友圈晒出了全身靓照，那块像金秋十月的阳光一样灿烂夺目的玫瑰金腕表和黑色皮衣彰显出十足的御姐气场，引来圈里一片“女神”的恭维赞叹声，不乏有人追问“什么牌子”、“多少米”……溢美之词取代了土豪的戏谑揶揄之词，女友也一扫之前的纠结郁闷，大声喊出“土豪金，我的范儿！”

所以说，是“土豪金”还是“时尚金”、“内涵金”，归根结底要看它戴在谁的手腕上。

IN 看点
Watching Focus



Tank 永不停息
卡地亚与刘德华首次携手
创作短片

9月25日，法国殿堂级品牌卡地亚于香港会议展览中心举行的“钟表与奇迹”展中，不仅呈现了全新腕表杰作，更特别为亚洲天王巨星刘德华先生参与演出的短片举行了全球首映活动，见证Tank家族全新成员Tank MC腕表的诞生。时尚、特立独行、不断创新但忠于自己，这些特质令刘德华先生成为此腕表系列的最佳演绎者。他勇于冲破局限，摆脱单一的演艺方式，印证了Tank腕表的格言——永不停息(Never Stop)。

瑞士英纳格新款发布会北京举行

9月29日，北京顺义区新世界百货举办瑞士英纳格掌控天地时间——海波立昂337系列发布会。张涵予连同瑞士英纳格大中华区总裁高鼎国先生一同主持海波立昂337系列诞生仪式，嘉宾们把手上“时间之匙”放进载满人生精彩时光的“太阳宝盒”后，宝盒中缓缓升起海波立昂337腕表，喻意掌控天地力量，盛载着精彩人生的英纳格海波立昂337系列正式诞生。



高圆圆浪漫巴黎情
飞亚达优雅动人心



日前，飞亚达代言人高圆圆以及从“心弦巴黎”活动的众多时尚达人、国际名模、演艺明星中遴选出的“时尚意见领袖”——时尚女主播李斯羽，共赴巴黎时装周领略尖端时尚潮流并拍摄飞亚达新一季的KV。继去年米兰时装周后，高圆圆再次携手代言品牌飞亚达来到巴黎出席时尚界一年一度的潮流盛事。

至爱真情 心意相连
2013 年 TAG Heuer 限量情侣对表

很多情侣都选择在金秋时节举行婚礼，在这个爱的季节，瑞士制表先锋TAG Heuer豪雅今年倾情推出Link(林肯)系列限量版男女款腕表，男款莱昂纳多·迪卡普里奥限量版传承经典Link林肯男士腕表系列的前卫设计，尊贵而大气；女款卡梅隆·迪亚兹限量版套装沿袭Link Lady系列的优雅气质，独特且魅力十足。



中西方珍宝艺术展辽宁开幕

9月13日，“博萃臻艺——中西方珍宝艺术展”在辽宁省博物馆举行了隆重的开幕仪式。“博萃臻艺——中西方珍宝艺术展”主要从三个角度呈现：“风格演进”、“中国情愫”、“珍器宝物”。展览第一部分“风格演进”，精粹了以卡地亚典藏为代表的百余件西方珠宝作品。第二部分，“中国情愫”作为展览最大亮点，呈现200余件中西方珍品。其中，卡地亚典藏作品浓墨重彩地描绘出具有中国元素的西方珍宝的绚烂风情。第三部分“珍器宝物”，则通过近百件器物真切地反映出历史上西方精致的生活美学，以及人们对美与艺术的不断追求。



DFS集团全新市区概念T广场揭幕

9月9日，火奴鲁鲁，世界奢侈品旅游零售业领军者DFS集团在夏威夷核心地带怀基基，揭幕首家“旅行者广场”——缩写为T广场。早在40多年前，DFS集团就引领市区免税购物的概念，而这个全新身份将取代全球范围内14家环球免税店，踏上一段崭新的奢华旅程。怀基基的活动之后，DFS之旅将在2013年持续进行。



创新成就 更上一层楼

Eterna 绮年华
Adventic 艾文迪系列



日前，瑞士名表绮年华Eterna旗下的2013Adventic艾文迪系列隆重发布。作为Eterna绮年华首款搭载全新自家自动上链机芯3843的腕表，其机芯发条盒采用了Eterna于2009年研发的球型轴承发条盒系统(Eterna Spherodrive)，为表款带来无可比拟的耐用性。