

奇异农庄里领略新西兰

1904年伊莎贝尔女士把中国湖北宜昌的猕猴桃种子带回新西兰,将种子转送给当地的果树专家,之后辗转到了新西兰知名园艺专家亚历山大的手中,培植出新西兰第一株奇异果树。迄今为止,新西兰出产的奇异果已经风行全世界。

日前,佳沛 Zespri 携手 Mobile Now 共同开发了一款名为《奇异农庄(Kiwi Farm)》的垂直式经营类手机游戏,可以在不断长高的奇异果树上打造色彩缤纷的个人化农庄,再用收获的果实喂养小宝宝,全球的 iPhone 用户都能在应用商店 App Store 中免费下载。据开发者介绍,该游戏受众定位在都会区年轻的女性,从背景故事、卡通视觉设计,到游戏上手度、经营模式等,均贴近了该群体的偏好。

制作人 Edwin Chan 说,Zespri 提供了很多实际种植经验,游戏尽量还原生活,真实的奇异果基本上就是这样长出来的。目前市场上开发的“农场类”游戏很多,但其玩法的共同点是在一个平面上不断向四周扩张,而《奇异农庄》是一款垂直式发展的游戏,手指的动作是上下滑动,就像现在风靡的 Tiny Tower(微型摩天塔)一样。自该游戏上线后的两个月内,玩家可以通过游戏参与竞赛,终极获胜者可参加新西兰之旅拜访奇异果的故乡。
阿兰

美国主题饕餮盛宴



谁说感受美国一定要千里迢迢、跋山涉水?本月, Ole‘美国美食文化节热烈来袭。本次文化节汇聚了来自美国的数千个商品,通过精彩纷呈的陈列和产品展示,以及惊喜不断的现场互动,多方面、多视角展示了美国多元的文化及生活理念。“星条旗”、自由女神像、“世界娱乐之都”拉斯维加斯等,都可以在这里找到。主办方将美国这个的国家风土人情,微缩进数千平方米的高端超市,让顾客轻松购物之余,轻松感受美国的热情与时尚。

除此之外,美国美食文化节还带来了经典的美国美食。厨师们娴熟的烹饪技巧,地道的食材与口感,无一不体现美国特色。
五月

未来主义成潮流关键词

成立 10 年来,凭借丰富的色彩搭配、有型的款式设计,以及独特的材质,crocs 成为休闲鞋款的先锋。在 2012 秋冬新品发布会暨 crocs 十周年庆典上,你可以看到本季新品比往季产品设计更加多元和大胆,未来主义成为本季关键词。其中 Super Molded 冬靴系列,浮夸的优质塑模和银灰系列色彩运用,打造出充满未来感的造型风格,打破了传统冬季款的单调与沉闷。此外,品牌特别推出雨季阳光系列、假日鞋款系列和冬季棉暖系列,融入了更多前卫流行元素,仿铆钉设计、珠光及荧光色运用、光面仿漆皮材质,让各位时尚达人在随时享受舒适轻盈的同时,永远走在当今的潮流前端。
文刀

环球小姐中国区冠军出炉

第 61 届环球小姐中国区大赛在上海落下帷幕。来自吉林辽源的 15 号选手许继丹从 21 位参赛选手中脱颖而出最终摘得 2012 年中国环球小姐的桂冠,16 号许龄月和 21 号张宇彤分获第二和第三名。新冠军将在赛后继续接受世界顶级的赛事培训,并代表中国参加 12 月的全球总决赛,与世界其他 100 多个国家的冠军一同争夺 2012“环球小姐”称号。

决赛当晚邀请到了重量级世界名人担任本次大赛评委。其中包括:国际著名模特、歌手、演员帕丽斯·希尔顿,前台湾小姐 Denise Li,法属大溪地华人首富、大溪地公司创始人罗伯特·温先生,著名华人导演胡雪桦和香格里拉中国区副总裁 Cetin Sekercioglu 先生。
文刀

不夜城究竟多摩登?

一年一度全球购物盛典“VOGUE 摩登不夜城(FNO)”上周五在全球 19 个城市劲爆登陆,也再度沸腾了中国时尚界。当晚,上海、北京、香港的 21 家商场及百家著名时尚品牌为消费者准备了限时限量的创意产品及回馈活动。星光、佳品、派对,闪耀了“不夜城”。

潮流地标 全新亮相



消费的“她时代”已经来临,女性引领消费风潮正逐渐成为新的市场增长点,女性的消费影响力日益凸显。为了迎合这一消费趋势,一些商场定位主打女性消费,比如位于南京西路商圈、即将在 2012 年第四季度正式开业的芮欧百货,作为 FNO 上海 14 个商场中最崭新的潮流地标,以“打造专属宠爱女性的独特空间”为口号,吸引了许多时尚女性的关注。

从商场设计到所引进的品牌,芮欧都是以女性消费者为主导的。例如备受时尚界追捧的英国时装品牌、也是凯特王妃的爱牌 Alexander McQueen 的上海首家旗舰店就坐落于此,带有浓烈美国气息的 Ralph Lauren 则是将其品类最全的鳄鱼皮包定制设在芮欧,并只在芮欧设置了豪华 VIP 更衣室等。同时芮欧引进了当下时尚界最火的设计师品牌 Alexander Wang、ACNE、Costume Nation-

al 等。除了消费购物之外,在顶楼今后还将设有空中花园与特色餐厅,购物之余还可以在这里放松歇息。

除此之外,芮欧百货也引进了一些时尚潮牌,比如首度进驻中国的高端包袋品牌 PORTER INTERNATIONAL(见左图)。PORTER 包以结合时尚外观与实用功能著称,严选的材质搭配实用的机能设计,演绎出时尚又实用的产品。这次为彰显品牌对于中国消费市场的重视,首度入沪即推出全球首卖的“经典 NEW HEAT”抢眼中国红系列,为中国消费者带来专属的“红色惊喜”。首度推出的酒红色款 NEW HEAT 更加突显出 MIX&MATCH 的独到品位。这款混搭感十足的公文包,既适合都会族群日常出勤,也适宜与休闲装搭配,非常实用,一经推出便深受青睐,在 FNO 期间也成为本店主打款。

Burberry 男士服饰、香水相得益彰。颇受时尚达人青睐的 MCM 也已于 7 月底开门迎客……至此,港汇恒隆广场一楼已拥有了 Dunhill、Chloé、ESCADA、Loewe、Emporio Armani 等近三十个国际知名品牌店。这意味着,当年的港汇广场,随着品牌的提升,商场成功升级,已经正式走入奢侈品圈内,填补徐家汇商圈内奢侈品业态的空缺。

为了构建大众心目中的时尚地标的潮流形象,升级之后的港汇恒隆广场前段时间利用港汇服务式公寓七楼会所的露天游泳池,举行了一个“以型之名”泳池派对,邀请了品牌 VIP 和消费者 VIP 共同参与。以今夏最流行的荧光绿为主色调,辅以时尚的 DJ 舞台,结合玩具水枪、红色小领结、兔女郎等元素,打造了最有“型”的派对格调,成为一个消费者和时尚品牌之间很有趣的交流平台。叶子文 东方 IC 图

FNO 当晚,作为徐家汇商圈唯一参与的港汇恒隆广场,可谓人声鼎沸。坐落于商场内的 Bottega Veneta、Moschino、Marc By Marc Jacobs、DKNY、Club Monaco、ZARA 等店铺积极响应,推出了许多时尚产品及回馈活动。更有一些店铺还提供香槟和小食,把整个商场变身成为一个大派对的现场。

这些年,关心港汇的朋友一定能发现它的变化。自从去年 3 月更名后,全新定位的港汇恒隆广场给了消费者许多新惊喜。今年 3 月,首次入驻徐家汇商圈的 GUCCI 在港汇恒隆一楼开幕,销售业绩不断增长。6 月, Bottega Veneta 也在一楼开幕(见右图),四百多平方米的店铺呈现了优雅与高档的格调,在其店铺对面的 Tiffany 于今年 7 月中旬闪亮开幕。7 月上旬,Burberry 彩妆登陆上海的第二家专柜在一楼虹桥路长廊开幕,与华山路长廊的

闪亮之星 华丽升级

