

# 户籍改革 重申必须遵循“五个禁止”

市政府召开新闻发布会,黄奇帆详解重庆户改 **02**



# 重庆时报



每天第一报  
2010年11月4日  
庚寅年九月廿八  
星期四  
今日56版

奉献最有价值的新闻和信息 时报QQ800003303 橙网www.chengw.com 手机橙网wap.chengw.com 24小时时报通 66099999

企鹅说:用了360就别想聊QQ **04.06**

360说:保证360和QQ同时正常使用



# 你们打架 凭啥连累我们



留学回来商铺成别人诊室已2年 **08**

公积金买二套房首付五成 利率上浮10%

10月29日,借上海世博会与2015年米兰世博会会旗交接之际,2010米兰时尚全球峰会在上海拉开序幕,这也是峰会首次选在米兰以外的城市。

此次峰会吸引了超过750名的行业人士,包括全球时尚界顶尖人物、国际一线品牌最高管理层以及来自世界各地的专业媒体,共同探究原创新意的意大利风格。本报作为重庆地区唯一受邀媒体,现场感受了这场中国高端时尚界的盛会。

米兰时尚全球峰会创办于2002年,每年秋季举办一次,到今天已举办过九届。这项峰会云集全球最具影响力的行业领导人及知名度极高的顶级经理人、设计师等人物。对在今日多变的市場环境中,时尚行业所面临的机遇和挑战提出权威性建议和独到的见解。

意大利品牌在意大利悠久的历史文明和深厚的文化底蕴中应运而生,一直以其精湛的手工艺闻名于世,包括Prada、Gucci、Ferragamo、Armani等耳熟能详的奢侈品牌,与法国品牌相比,意大利品牌更多了一份优雅与平易近人,而这也正是中国消费者所看重的。

当一个品牌被打上了“Made in Italy”的标签,那么这个品牌就意味着要接受苛刻与挑剔的眼光,为什么?因为“意大利制造”,这本身就是一个品牌。“意大利品牌有其独特的风格,不仅是国际大品牌,即便是中档品牌也具有创意丰富、功能性强等特点。”意大利全国时尚协会主席马里奥·波塞利(Mario Boselli)毫不掩饰对本国品牌的赞扬。

Salvatore Ferragamo



意大利全国时尚协会主席 马里奥·波塞利



嘉宾在会场交流

# 米兰时尚全球峰会 闪耀上海



## 现场连线

**Tod's集团总裁兼CEO迭戈·德拉·瓦莱(Diego Della Valle):**“如果我们不犯错,中国人很难改变购买意大利产品是最佳选择的观念。”

**Gucci创意总监弗里达·詹尼尼(Frida Giannini):**“中国是设计最重要的参考点,它的色彩和印花以及一些传统元素都很棒。”

**Versace创意总监多纳泰拉·范思哲(Donatella Versace):**“中国年轻人对时尚的追求,对求知的欲望让我震惊。大品牌在中国只会扩张。”

**Missoni创意总监安吉拉·米索尼(Angela Missoni):**“五年前,我听说生活在温哥华的中国人不买中国的产品,反而认为意大利的产品是美丽的,那时我被唤醒。”

**Alberta Ferretti创意总监阿尔伯特·菲尔蒂(Alberta Ferretti):**“我喜欢给女性留有私人空间,就像电影(2046)里体现了女性的强烈和性感一样。中国服装的形式和颜色很美,通过图案就可以流露出诗意。”

## 新闻纵深

### 中国是创意源泉之国 中国也是奢侈品之国

美林全球财富管理公司和凯捷顾问公司的《2010年亚太区财富报告》指出,在过去的8年间,中国每天都会新增80名百万美元富翁,到现在已有47.7万名富裕人士,而此数字在短短八年间即增加一倍。在此报告中,富裕人士的定义是拥有至少100万美元可自由支配资产的人士,自住居所不算入可自由支配资产。

据悉,2008年到2015年间,中国城市消费总额将达到13.3万亿人民币,届时,中国将跃居世界第三大消费市场,紧随美国与日本,成为全球第三大消费市场。中国市场俨然已成为一块国际大牌争相啃食的“香饽饽”。美国银行美林亚太区总裁布莱恩·J·布里勒(Brian J. Brille)称,意大利品牌十分愿意到中国设点,这对收益、灵感、发展等等都有好处。中国拥有庞大的消费市场,优秀的品牌,以及数量可观的大企业,再加上目前在提升国民收入上有良好的措施,因此,中国市场独特的魅力令无数意大利品牌正考虑如何在中国设点。

## 亚平宁设计之风

**Tod's:** 上世纪70年代末,Della Valle先生推出了Tod's品牌经典鞋履——奢华品质的“豆豆鞋”系列软底鞋,鞋底带有标志性的133颗橡胶圆粒,因此俗称“豆豆鞋”。不论鞋履还是包袋,从皮革切割到不同部分的手工缝制,每一款皮革产品都讲求百分百意大利制造。

**Gucci:** 以完美精湛的意大利手工艺、融合奢华与时尚的品牌精神风靡全球。1921年于佛罗伦萨创立,其“意大利制造”的时尚风格已成为经典优雅、高尚品位,以及梦幻珠品的代名词。

**Prada:** 1913年,Prada在意大利米兰的市中心创办了首家精品店,创始人Mario Prada(马里奥·普拉达)所设计的时尚而品质卓越的手袋、旅行箱、皮具配件及化妆箱等系列产品,得到了来自皇室和上流社会的宠爱和追捧。Prada产品所体现的价值一直被作为日常生活中的非凡享受。上世纪90年代,打着“Less is More”口号的极简主义应运而生,而Prada简约且带有一股制服美学的的设计正好与潮流不谋而合。

**Ferragamo:** 菲拉格慕写道:“人体的重量像铅垂线一样垂直落在足弓之上。”Ferragamo一直是品位男鞋的标志。优质的材料、卓越的工艺和独特的风格是萨瓦托·菲拉格慕的标志。近半个世纪以来,菲拉格慕与男鞋不断增长的需求和日新月异潮流保持一致,将经久不衰的工艺与先进的技术相结合,创造出尊重脚部结构的非凡鞋品,同时淋漓尽致展现着菲拉格慕无与伦比风格。

**Armani:** 阿玛尼是世界著名时装品牌,1975年由时尚设计大师乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)创立于米兰,乔治·阿玛尼是在美国销量最大的欧洲设计师品牌,他以使用新型面料及优良制作而闻名。在两性性别越趋混淆的年代,服装不再是绝对的男女有别,Giorgio Armani即是打破阳刚与阴柔的界线,引领女装迈向中性风格的设计师之一。

**Dolce & Gabbana:** Dolce & Gabbana的女性是女强人,自爱并知道受人喜爱。Dolce & Gabbana的女性是国际化的女性,穿梭全球,但不忘记她的根。Dolce & Gabbana的女性无所谓地穿着极端性感的紧身衣或在透明的服装下露出文胸,衬以极端男性的细白条纹服装,并搭配领带和白衬衫或男装背心,但总是穿着高跟鞋,迈着极为女性化和性感的步伐。

**Versace:** 来自意大利的知名品牌范思哲Versace创造了一个时尚的帝国,范思哲的时尚产品渗透了生活的每个领域,范思哲品牌鲜明的设计风格,独特的美感,极致的先锋艺术象征让它风靡全球。

实习记者 李名璐 上海报道



范思哲集团总裁兼CEO 范思哲



意大利萨瓦托·菲拉格慕集团首席执行官兼总经理米歇尔·诺尔萨



Tod's集团总裁兼CEO 迭戈·德拉·瓦莱