

# 探寻光影“蜕变”中的 传奇之旅 爱马仕2014年春夏新品鉴赏

蜕变，蕴含了时空的积蓄与沉淀，寓意着美好事物的升华与凝练，传递出经典永恒的生命力与自在从容之美。拥有177年历史的法国手工艺品牌爱马仕，秉持对至臻品质的执着信念，不断探索艺术与创作的传承与蜕变，以独具匠心和美妙灵感，开启通往2014年春夏新品的奇趣之门，撰写下一年的年题——“蜕变，缔造爱马仕传奇”。

灵感源于爱马仕传统马具及马鞍的“OXER”手提包，以用于鞍枕的双重缝线工艺精巧手工缝合，四个提手以及弹簧扣带的设置提供了多种携带方式，将实用与艺术完美结合；颜色缤纷、线条流畅的“SWIFT”小牛皮包，款式简洁，手感细腻，既可放置随身小物，又可与服饰随心搭配；一旁的翠绿手提包展现了“PLUME”系列的一次全新“蜕



变”，以H帆布印花搭配TOGO小牛皮，“PLUME 32”手提包帆布上的En désordre印花完美再现了著名的“华丽的马鞍”（Brides de Gala）的刺绣图案，在持之以恒追崇爱马仕传统工艺的同时亦融合了现代的不羁与洒脱。

# “亲吻来福士，马上有惊喜！” 凯德集团20周年 情人节专属浪漫席卷全城

2月14日，宁波来福士广场推出了“亲吻来福士，马上有惊喜！”马年情人节活动，热闹非凡。活动现场引人入胜，有“躺着玩，站着拍”的春晚爆红节目《魔幻三兄弟》翻版场景，有亲吻时长PK专区，引来许多亲友、情侣们驻足捧场，一比高下。此外，现场的情人节晚会，夫妻脸大赛，全民大飞机大赛等各种互动游戏，同样精彩纷呈。

今年是凯德集团进入中国市场20周年。作为进入中国最早、目前中国最大的外资房地产企业之一，凯德将中国市场视为集团战略发展的重要支点，在不断壮大规模、巩固布局的同时始终保持稳健前行。

目前，凯德在中国7个重点城市稳健布局了8座旗舰综合体来福士项目，已经

开业运营的上海来福士、北京来福士都已经实现高出租率、高回报率的骄人业绩，并推动了所在区域的经济；刚刚开业一年的成都来福士和宁波来福士，也延续了前两座来福士的出色表现，正在成为所在商圈崛起的新势力。预计到2019年，建设中的杭州、深圳、上海长宁和重庆来福士将陆续竣工入市，总建筑面积将超过310万平方米，创造资产价值620亿元人民币。作为凯德核心竞争力的价值聚合体，来福士不仅成为凯德贡献给所在城市的物理地标，推动了城市更新和区域经济发展，更成为企业发展历程中独具意义的精神地标，诠释并验证了凯德发展模式的先进和成熟性，也成为中新互动发展的最好案例之一。

余右

# 引领空调20年 奥克斯全球寻找卡通形象

奥克斯又一次抢夺2014年空调市场竞争头筹。

春节刚过，当空调产业还沉浸在“新春长假”放松状态中，巨头奥克斯提前打响2014年空调市场旺季首场战役——在全球范围内面向大众征集吉祥物卡通形象，站在企业20周年发展的新起点上，全面“拥抱用户、拥抱互联网”，释放出时尚、年轻的新活力。

奥克斯空调事业部总经理钱旭峰向媒体表示，“今年是奥克斯进军空调业20周年，也是实施新一轮‘转型升级’战略的关键时期。”

## 20岁再出发：演绎新形象

在全球面向社会大众征集吉祥物卡通形象，既是奥克斯站在企业发展20周年新起点上释放出“更时尚、更年轻”品牌新主张和发展新活力，也拉开了空调产业在2014年发展的新序幕和新趋势。

从2月14日起，登录视觉中国网站就可以参与“奥克斯空调全球吉祥物卡通形象”征集大赛活动专区，提交设计方案和设计理念。最终活动将评出一二三等奖以及最佳人气奖，获得由奥克斯提供的最高2万元的现金大奖和空调实物的双重奖励。

奥克斯空调国内营销公司总经理介绍，“通过吉祥物卡通形象征集活动，一方面在奥克斯空调迎来20岁生日，赋予新的品牌形象和年轻、时尚标签。另一方面也将向空调产业释放出奥克斯全新的发展信心和品牌主张，从而为用户提供更多的好产品、好服务、新惊喜。”

## 20年再起步：走进大众化

此次奥克斯却打破常规，坚持“智慧在民间”理念，面向社会和大众寻找新一季度的品牌形象标识，显示出这家企业的雄厚实力与非凡信心。

奥克斯的信心，正是来自于过去20年专注空调产业所积累的创新实力和用户思维，最终构建起强大的“创新力、产品力和品牌力”。作为中国空

调业唯一的“中国极地科学考察”指定专用产品，奥克斯空调特有的“极地品质”经过三次跟随中国南北极科考队前往极地的实战考验，释放出其强大的“超强耐力、稳定性、可靠性和制热能力”。

就在中国第30次极地科考事业中，奥克斯空调再度扮演“挑大梁”的角色，承担起中国唯一一艘破冰船雪龙号的全船取暖设备保障工作。在钱旭峰看来，“奥克斯的信心不是无中生有，无论是当年牵手米卢、斥巨资邀请李连杰代言，还是今天面向社会大众的卡通形象征集，都体现出我们的发展信心与激情。”

## 20载再变革：为用户而变

从2013年开始，无论是牵手国际公益机构实施“保护敦煌”行动，并发起寻找中国美丽新娘的大型促销，上演空调业公益营销创新；还是以中国空调业第一部微电影《无可挑剔》亲切关注大学生的就业观和价值观，拉开空调业的品牌文化营销；或是发布全球空调售后服务白皮书，首创空调电商销售时代“人到货到安装好”的一体化创新服务。

全民参与卡通形象征集活动，正是奥克斯在互联网时代作为空调领军企业的一次用户思维和互联网理念的升华与创造，将给空调业和市场消费者带来一个全新、充满“时尚现代化、高端国际化、年轻活跃”的品牌新体验。



# 数百商家云集万达 国际品牌现场签约 宁波区域客户答谢暨金华万达广场 项目推介会盛大举行

2月21日，宁波区域客户答谢暨金华万达广场项目推介会在宁波南苑环球酒店盛大举行。

据悉，国内外知名品牌商家300余家积极参与了本次招商大会，现场签约的著名国际品牌就有10余家。优衣库、Calvin Klein jeans、Calvin Klein Underwear、Tommy、Hazzys、Lacoste、哥弟、阿玛施、I DO、星巴克、必胜客、肯德基、麦当劳、Dairy Queen等国内外知名品牌和著名商家纷纷出席本次大会，并对宁波区域各广场表现出了强烈的合作意向，不少商家代表表示，此次大会使他们对万达广场有了更清晰、更直观的认识，也更坚定了他们投资经营信心。

万达集团自2006年开始进驻宁波区域，8年来始终得到宁波市政府的大力支持与协助，通过多年努力，宁波鄞州、宁波江北、绍兴柯桥、余姚市等项目先后开业，目前均已成为当地的商业中心。销售额从2006年的8亿元，直线上升到2013年的38亿元，保持了每年10%的增长。目前万达广场已成为宁波地区的美食圣地、娱乐首选、购物天堂。

本次召开的宁波区域金华万达广场项目推介会是金华市政府的重点招商引资项目，金华万达广场位于金华市李渔东路和东市街的交汇处，处在金华市区的黄金板块。项目由大型购物中心、超大室内步行街、精装SOHO、城市豪宅、5A级商务办公中心及商务酒店华丽组成。金华万达广场将成为金华城市新地标、金华首席城市综合体。

据介绍，万达集团宁波区域金华万达广场总投入开发资金近50亿元人民币，规划总建筑面积达51万平方米，作为万达集团第三代作品的典型代表，是万达集团在构建大宁波区域的全新产品。

金华万达广场作为金华唯一的大型一站式购物中心，规模最大、业态最全，品牌强强联合，各个业态既相对独立又相互影响互补，体现出城市综合体的科学性和联动性。更具国际时尚化的购物体验模式将成为金华全城消费的集结地，进一步完善城市功能，带动产业升级，巩固和提升金华区域城市的地位和作用，领航金华商业地产繁荣。同时，对于再次提升万达大宁波区域的全新形象起到关键作用。据悉，金华万达广场将于今年7月25日盛大开业，即将光耀全城。

小晖

## 新春家装展

时间：2014年02月23日 地点：宁波海曙区洲大酒店四楼

### 开年第一展 好礼送不停

三等奖	餐具壹套	3名
二等奖	刀具+抱抱熊	2名
一等奖	迷你iPad壹台	1名

**参展公司**

鼎天装饰、南鸿装饰、十杰装饰、中冠装饰、鼎鑫装饰、铭业嘉装饰、银翔装饰、阡陌装饰、丽园装饰、格调装饰、吉星源装饰（排名不分先后）

**活动亮点**

1. 报名有礼：只要通过东方热线报名成功的用户（以手机短信为准），携带房屋平面图到现场签到都赠送活动大礼包壹份；限前130户；
2. 下单换奖：当日下单业主，凭东方热线的订单到签到处换取抽奖券壹张或空调加湿器（每户限送1份）；
3. 活动抽奖：在现场下订任何一个商家的订单，都能凭收据换取兑奖券，主办方16点半抽奖：三等奖：3名；二等奖：2名；一等奖：1名；
4. 免费监理：现场下单的业主都有机会抽取免费监理的服务。（限10户）

# 奖

爱她，就对她负责！一辈子！！

主办单位：东方热线装修频道  
热线：0574-87802722  
网友报名：<http://jjiaju.cnool.net>

## 加入小物 让造型感UP

mina girl会不会有这样的困扰，即使参照模特打扮，总觉得少了些什么。没错！就是小物，小物的使用可以大大提高造型感，一起来看看模特最爱的小物吧！

1. 最具流行感的背带  
不用外出的日子里，或者在办公室办公的日子里，增加一条最具流行感的背带让你完全OK。
2. 设计独特的舒适平底鞋  
休闲感十足的平底鞋，脚尖处独特的设计，能增添干练感。

美娜