



名人富豪的瑞士青春之旅——穿越时空的私人飞行

文、图_优翔国际 责任编辑_顾晓欢

A TRIP TO YOUTH IN SWITZERLAND

三年前，任先生初次前往瑞士接受静港世界顶级的抗衰老治疗；三年后，任先生邀请他的朋友和他一起再次前往瑞士。与上次不同的是，任先生这次选择的是乘坐私人飞机前往瑞士，选择了和前南非总统曼德拉同样的量身定制的抗衰老治疗方案。让我们跟随任先生一行去探访这次极致的私享之秘。

初次邂逅私人飞机

2007年，我第一次接触瑞士青春之旅，那时正值市场冷清，难得有时间去瑞士，并享受世界顶级的抗衰老治疗，恢复了体力和精力，算是补了多年的健康欠账。回国以后感觉身体变得很好，不久便赶上了能源价格启动，也许只是巧合，那次瑞士之行给我带来了好运。到现在，一转眼已经三年了，按照医生的嘱咐，我约了几个朋友一起踏上青春之旅，希望再次给身体充电。

每个人的日程都非常紧张，优翔国际的私人飞机方案解除了我们的后顾之忧。一架世界最先进、最豪华的私人飞机——湾流550，搭载我们直飞瑞士日内瓦，并全程在瑞

士等待我们疗养结束后返回。我们中的任何人如遇急事，都可以随时赶回国内。

出发那天，在贵宾通道办理完海关和边防手续后，由专车直接将我们送到了飞机舱门口。登机后，第一印象是机舱内高度很高，大概有1.90米左右，完全可以直立走动。空姐介绍说，湾流550共有15个座位，把相对的座椅放平，可以铺成三张床，这样大家可以轮番休息。作为目前航程最远、性能最优、客舱最宽敞舒适的豪华私人飞机，除了具备与大型飞机相同的远距离洲际飞行能力，其最显著的优点是飞行高度更高、速度更快。普通客机只能保持海拔2400米左右的舱压，而湾流550巡航时舱内可保持海拔1800米左右的舱压，乘客在旅途中会感觉更加舒适。在安全性方面，空姐介绍，私人飞机平均飞行时间远远低于大型客机，加之这架飞机是最新引进，飞行员全部在大型客机的顶级飞行员中选拔，重新培训并考取了特别的私人飞机驾照。在美国，湾流550常常取代波音747成为美国总统的专机“空军一号”，股神巴菲特，甲骨文董事长拉里·埃里森，通用董事长伊梅尔特及车王舒马赫等名人富豪都有自己的湾流私人飞机。美国《财富》杂志中，500家大企业中有超过1/4的公司使用“湾流”私人飞机。在中国国内，使用最多的也是国家领导、政府高级官员和成功的企业家。

难忘的享受之旅

飞机很快顺着跑道滑行腾空并拉升至12000米的高度。空姐为我们准备了欢迎的香槟和各种餐点，还特别预备了各种棋牌。

打牌，看电影，轮流休息，十个小时的飞行不知不觉便过去了，没有以往长途飞行的枯燥和疲劳。飞机上的餐饮也特别讲究，事先有一个非常详细的特殊要求调查，全部按照每个人的口味准备。

从北京起飞大概用时11个小时，比乘坐汉莎航空到法兰克福转机大概节约了1小时的飞行时间和2个半小时的转机等待时间。

瑞士顶级抗衰老治疗

日内瓦因为有联合国欧洲总部和许多国际组织，所以私人飞机很普遍，我们很顺利地降落了。出关后，有专车接我们去静港医疗中心。再次入住静港顶层的欧式大套间，推开窗，看到依然清澈的湖水和雪山，一切像三年前一样。

这次，我们选择的是顶级的治疗方案，即静港为曼德拉总统量身定制的抗衰老治疗方案。抵达后的第二天早晨，护士来到我们的房间，量血压、测脉搏，随后，护士引导每个人接受全面的身体检查，收集身体各项指标，量身定制治疗方案。

第三天，上午是注射羊胚胎素的时间。上次给我治疗的是塔瓦索利医生，也是给曼德拉总统治疗的医疗负责人之一。他说我的身体状况保持得非常好，各项生理指标没有明显下降，说明抗衰老治疗取得了很好的疗效，有效地延缓了三年的自然衰老，并根据我的医疗档案和体检结果完成了新的治疗方案，针剂数量也增加为8针，希望能进一步活化身体器官机能，加速新陈代谢，提高自身免疫力，更好地延缓衰老，保持青春。



接下来的48小时需要静养吸收。静港的每一间房都面对着莱蒙湖，对面就是阿尔卑斯蓝紫色的群山，皑皑的白雪……置身于这幅天然的油画里，在获得身体健康的同时，心都变得宁静清澈了，真是“终日昏昏醉梦间，偷得浮生半日闲”。回想起以往每次旅行都是为公务，只有瑞士之行是为自己，为健康。

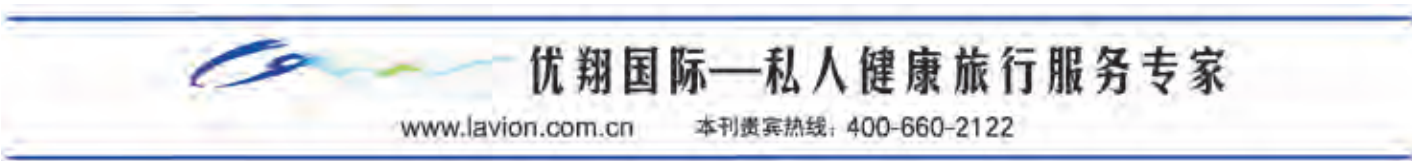
私人定制旅行

三年前的瑞士之旅，由于临时赶回国参加一场婚礼，完成静港的抗衰老治疗后就直接改机票回国了，没有时间好好游览瑞士。优翔国际这次特别安排了从日内瓦到苏黎世，从少女峰到卢塞恩的瑞士精华行程。我们乘坐私人直升飞机飞上了著名的“欧洲之脊”——阿尔卑斯山，“会当凌绝顶，一览众山小”；在班霍夫大街，购买欧洲奢侈品和瑞士名表，价格比国内低了近50%；途中我们选择了一家瑞士风味餐馆，与淳朴的瑞士本地人一起享用奶酪火锅，也体验了历史悠久的瑞士传统之家餐厅，这里是美国总统里根、前苏联总统戈尔巴乔夫等社会名流曾经光顾的地方。

在感受了6天的瑞士青春之旅后，湾流550顺利地将我们带回了北京，这种极致之上的享受令我们对下一次瑞士之行充满了期待。✈



优翔国际与VISA无限卡合作





THE CITY OF MUSEUM: AMSTERDAM

博物馆之都：阿姆斯特丹

文、图_陈婷 责任编辑_顾晓欢

享有“博物馆之都”美誉的阿姆斯特丹拥有42座博物馆，最热门的三大博物馆是阿姆斯特丹国立博物馆、梵高美术馆和俄罗斯冬宫博物馆分馆。

阿姆斯特丹，这座地势低于海平面1米—5米的水下城市，有90个小岛，160条运河和1281座桥梁。然而，令人惊异的是市区道路多而不乱，层次井然，船只可以在运河中自由航行到市区的任何地方。漫游城中，桥梁交错，河渠纵横。从空中鸟瞰，波光如缎，状似蛛网。

这个中世纪的渔村，因开展东方贸易而成为欧洲重要的港口。17世纪，这里是荷兰两大殖民公司的基地，当时的荷兰是称雄海上的殖民国家，有“海上马车夫”之称。而17世纪也成就了荷兰艺术的鼎盛，几百年间，这座“北方的威尼斯”演变成了欧洲文化名城，享有“博物馆之都”的美誉。

今天的阿姆斯特丹拥有42座博物馆，最热门的三大博物馆要数阿姆斯特丹国立博物馆、梵高美术馆和2009年新设的俄罗斯冬宫博物馆分馆（Hermitage Amsterdam）。前两座博物馆都位于阿姆斯特丹著名的“博物馆广场”，后一座也在繁华的市中心，距离伦勃朗故居咫尺之遥。

经典中的经典——国立博物馆

作为世界十大博物馆之一的阿姆斯特丹国立博物馆，每年都吸引来自世界各地的100多万游客。国立博物馆坐落在绿意处处花园之中，建筑外观典雅，包括五个展馆：绘画、雕刻和装饰艺术品、荷兰历史文物、版画以及亚洲艺术品。其中，最吸引人的是17世纪荷兰画派的作品，即黄金时代的作品，包括伦勃朗、弗兰兹·哈尔斯、罗伊斯达尔、斯蒂恩和维米尔的作品。

首屈一指的是博物馆的镇馆之宝——伦勃朗名画《夜巡》，画中人物栩栩如生，震撼人心，这是当时他为“市民保卫队”所画，描绘当年阿姆斯特丹市卫队成员们在科克上尉率领下，出发巡逻的场景。这幅画无论在构图或是光线的处理技巧上都至臻至妙，达到了登峰造极的水平。数百年来，伦勃朗的作品倍受人们称道，尤其是他最擅长的光影画法，令他的画作极富生命力。

另一幅代表作《犹太新娘》是伦勃朗晚年的作品，也是其最具美感的作品之一。画中最精彩的部分是人物的表情，温柔而真挚，新郎的温柔拥抱，似在安慰深爱着的妻子；新娘的手也轻

轻回应着丈夫的关爱。两人的殷勤关爱协调在温柔的背景中，连身后的树影都像是洋溢着祝福，细腻而充满人性的光辉，含蓄内敛的感情流露，神圣而真诚恳切的婚姻关系，正是其感动人心的关键。

除了绘画精品以外，博物馆还有独特的玩具房子、精致的船模、代尔夫特瓷器珍品等。总之，在世界的任何一个角落都不可能找到如国立博物馆一样的地方，能如此全面地展现荷兰的家具、瓷器、银器和玻璃制品。

梵高迷的朝圣之地——梵高博物馆

梵高博物馆门前永远排着长龙般的队伍，人们从世界各地来到这里，向这位19世纪末的天才画家致敬。

与荷兰传统经典博物馆都建在老建筑中不同，梵高博物馆是一座颇具现代感的灰色四层建筑，建于1973年，主楼的设计是由荷兰国宝级大师里尔维德规划的。展馆里永久收藏有200多件梵高的油画和600多件素描作品——占据了这位艺术奇才1/3的作品，以

及梵高的所有书信。此外，还收藏有印象派大师莫奈、高更，以及很多同时代画家的作品。

梵高有不少自画像，由于请不起模特，梵高经常拿自己当模特，展览的第一幅画便是梵高的一幅自画像。画面中，他坐在画板后，手里拿着调色板和画笔，脸上的表情严肃。在梵高的传记中，似乎对他的评价最多的便是热情。不论是对工作、对亲人、对爱、对画，梵高都投之以炽热的感情。然而，他对这个世界非凡的热情最终却被湮灭在现实残酷的冰冷中，就像他的自画像，孤单地自我审视着，虽然清高，毕竟带着无限落寞。

在这样的寂寞中，在无人喝彩的坚持中，一个人会是怎样的失落与伤神。但他的画笔下，依然是浓墨重彩的美丽世界，他对生命的热爱，就像画中娇艳的小花，倾吐芬芳，不是为了春天，而是为了自己内心深处的呼唤。





时装之外看时尚

文、图_江葳 责任编辑_顾晓欢

作为一种信仰，时尚蛊惑了千千万万的潮流男女；
作为一种精神，时尚渗透于生活的各个细微之处。

VOGUE
BEYOND THE
FASHION ABIND
DRESSERS

VOGUE | 风尚

跨越地域的艺术交流——冬宫博物馆分馆

2009年6月，阿姆斯特丹运河边的一座17世纪建筑Amstelhof内，俄罗斯冬宫博物馆荷兰分馆开幕，为这个博物馆之城又增添了一抹光辉。

在冬宫270余万件的史前文化、古埃及艺术收藏品和大量欧洲油画及雕刻装饰艺术品中，绘画作品最为著名，包括14世纪—20世纪长达700年的跨度，从拜占庭最古老的宗教画，到西欧各时期著名画派的经典之作，再到现代马蒂斯、毕加索的绘画作品以及其他印象派画作，可谓应有尽有。

展馆设计现代，灯光和音效都是一流的，那些来自20世纪的影像记录，藏品背后的每段讲解，都是一段震撼心灵的故事。俄罗斯的气息弥漫在整个展厅，你可以在冬宫精华艺术品中自由呼吸！

时光快速流逝在阿姆斯特丹博物馆中，这些博物馆的经典之作如同电影场景，不停地在脑海中回放，挥不去的是伦勃朗的光影，又怎能忘了梵高笔下灵动的线条，还有那些现代派大师的经典。原来，阿姆斯特丹就是这样入画的！

MCE

不舍得丢掉的时尚

如果说有什么可能比新买的衣服、手袋更为持久，也许只有那些精美的购物袋了。相比于过季等于过时的衣服，购物袋同样有着独特的设计，更明晃晃地将Logo彰显在外，宣告其时尚品味。现在的购物袋其实已经成为一股不小的时尚风潮，特别是倡导使用纸质购物袋以后，一场环保风潮成就了Anya Hindmarch的“Im Not A Plastic Bag”包，也成就了五彩缤纷的纸质购物袋。因为纸质购物袋比以前的塑料包装袋有更好的附着性，品牌自然不会吝惜把更多的墨彩放在上面。当然品牌也不会忘记在购物袋上宣传自家的品牌，好像一直以各种纯色Polo衫畅销的Lacoste，它家就是在白色有鳄鱼Logo的购物袋边上涂一条或蓝或红的边线。

有的奢侈品牌更是彻底贯彻环保的概念，Salvatore Ferragamo包装袋和包装盒都采用了一种40%FSC废脱墨纤维、55%FSC纯生态纤维素以及5%棉纤维天然纸，全部由意大利制造。而Chanel为了倡导环保，更把购物袋换成皮质，写上Chanel和康朋街31号（31 RUE CAMBON）的字样，不过这个购物袋价格可不菲，好莱坞明星人手一个挎在肩上，没有人舍得丢在角落里。

玩腻了时装跨界的品牌们，也不会落下购物袋这个好机会，纷纷推出季节限量纸袋或者Crossover的特别设计。高街品牌ME&CITY就与日本新锐插画家大桥美由纪合

作，推出四款以城市为主题的摩登购物袋。

除了购物袋，衣服的吊牌和Label也像一枚精心设计的书签，令人不忍丢弃。很多品牌的纪念款都会在主唛上做出区分，如果只是因为不舒服习惯性地剪掉它就太可

惜了。Adidas就喜欢把各种活动、大事件的纪念款在主唛标签上标明，从每年的世界杯足球赛到四大网球公开赛，从Stan Smith的纪念款到每个国家的限量版，不同的标签就像一场世博会。C'N'C Costume National每季的牛仔褲上都会挂一个吊牌，精致的吊牌上会刻有Classic，Regular，Slim，SuperSlim这些裤子的款式，很多人买到手都不舍得去掉，索性就一直挂在腰间，成为C'N'C的一道独特风景。



不会说话的时尚■

很多人喜欢逛街，只逛不买，因为有的时候，只是停留在一家时装店中，就已经是一种享受了，尤其是你第一眼就会看到的橱窗。

美丽、充满品牌个性的橱窗，对顾客来说只是一种新鲜的感官刺激，可对于品牌来说却如同战争，每个品牌都不惜重金聘请专业人士来打扮橱窗。而说到橱窗的起源，最早应该出现在欧洲，并随着欧洲品牌在世界的蔓延来到了其他国家，好像巴黎最富盛名的“老佛爷”和“巴黎春天”两家百货商店，每年的橱窗大战都是很多媒体报导的焦点。2010年的主题“Alice in Wonderland”更是一扫McQueen逝世带来的阴霾。

一向深受年轻人喜欢的Diesel不仅裤子做得用心，其橱窗也一直很花心思，每次都是一个新的主题，甚至于有橱窗爱好者坚持经常路过Diesel，只为拍下每一次的橱窗，积

攒成册。这些橱窗设计中，有的就像一场好莱坞的电影，有的模仿起Andy Warhol的画像，可无论怎么样，都是在表达一种选择Diesel的人们的心态和生活，引起你的同感。而Paul Smith在纽约第五大道店的橱窗，用Gorden Bennett的机器人艺术作品陈列，更令人惊叹高科技与时尚的完美结合。

对橱窗设计最为讲究的是奢侈品中的奢侈品Hermes。Hermes的店铺陈列体现了一种精美、简约的绅士风格。其大多数产品都是手工精心制作的，简单而大方的摆设让人感受到Hermes产品的思想深邃、工艺精湛。Hermes印刷大师在一方丝巾上所创造的色彩奇迹，更是受到无数顾客的追捧，所以如同油画般摆放的丝巾就是一件工艺品。经典的橙色皮包配上这样一条丝巾，给精致生活增添了一份雅趣，远远观望，一股高雅奢华的气息扑面而来。

与大张旗鼓摆设橱窗的店面不同，有的店如同品牌一样低调，不但省去橱窗，甚至连一点宣传都没有，而这恰恰正是品牌所追求的时尚。记得有人曾经去中国香港膜拜川久保玲，三过其门而不得要领，因为那门口没有任何品牌的标识，甚至连门都刷成与墙一样的颜色，让人感觉不到它的存在。还有地名即店名的10 Corso Como，怎么看也只像一户大宅而已，绿藤缠绕，若不是门上标有店名绝对不敢进入。进去之后同样绿树环绕，只有小桌旁喝咖啡休息的人们的时尚穿着，可以让你确定自己来到的确实是米兰最著名的潮店，而这一切都是这里的主人，前《ELLE》和《Vogue》编辑，现在意大利版《Vogue》主编Franca Sozzani的姐姐Carla的精心设计，一种如同回到家中的感觉。

请柬，品牌的时尚名片■

如果用“一张”来形容时装周那千奇百怪的邀请函，如此有限的量词明显不够用。邀请函有时是一支试管，里面装一半清澈的水，几块写有字母的透明块状物，在里面载浮载沉，十分精致可爱。有时候它是一副3D眼镜，你得戴着它走进秀场，才能观赏到正式走秀前一段精心拍摄的立体电影。还有将其做成一张登机证，让人心生即将启程的兴奋之情。品牌无不费尽心思，把小小的一张卡片设计得小巧玲珑，只为让来宾在出发前，就已对新品留下美好的印象，甚至满心期待。

有的品牌请柬会把这次活动或者秀场的主题暗示出来，Chanel的邀请函上仅有一只北极熊，果不其然，整场秀上如同北极熊般的造型比比皆是。也有的品牌邀请函会把地点形象地表示出来，LV上海淮海路旗舰店的邀请函，就立体地把上海的各个标志性建筑展现出来，而最外面自然少不了主题LV的旗舰店位置，可称经典。

而像Hermes这样以皮具起家的品牌，则直接给来宾递去一块柔软细腻的皮革，让你体验到他们引以为傲的品质。设计师则会把本人的气场最强地表达在你面前，以搞怪、性感著称的Jean-Paul Gaultier，2009年巴黎时装周有请柬就放在了一只长筒黑丝袜中寄给客户，丝袜诱惑之余，貌似你实在没有理由错过这样一场秀。

当然，让人最爱不释手的就是那些搞怪的邀请函，纽约时装周上女装品牌Tom Scott的邀请函居然是一张美发店的美发价目表，其氛围与品牌那轻松随意的设计风格相得益彰。Portsl961的邀请函设计为一本计划书，中间夹着一小包种子，可以让你播撒种植，侧面附言道，“我们对种子充满信心，只要加以关怀”。而英国品牌Bespoken的邀请函则是一张黑色胶碟，如同他的男装一样年轻复古，而又追求品质。还有大怪Jeremy Scott的邀请函寓意深刻，卡片上画了一只捕鼠的夹子，上面一块奶酪令人垂涎欲滴，也许正是在暗示人们，此次秀场如同这奶酪诱人，就看是不是你那杯羹。 MCB

职场好人缘

ELEGANT BLUE SHIRTS, PASS FOR "ON&OFF"

淡雅蓝色衬衫 通行ON&OFF

经典款

文、图_《男人风尚》 责任编辑_钟亚超

策划、执行_倪亚、雷雨 撰文_傅博懿、雷雨
文字统筹_爆爆 助理_张强 摄影_邵伯斐、张涛
模特_高伟光 服装_雷雨 化妆_进士乡子

对于职业男性来说,白色衬衫几乎成了制服,无论是参加谈判的商务人士,还是出席重要会面的公务人员,西服套装下清一色的白,让你淹没在模式化当中。而在休闲时间,白色衬衫也难摆脱略显呆板的职业面孔。为此,建议用亮丽的淡蓝色衬衫取代白色衬衫。这种焕然一新的感觉,不但可以在职场中巧妙地展现与众不同的亲和力,更能赢得女士的青睐。



柏克

瑞丽《男人风尚LEON》杂志主编资深时尚媒体人,对时尚有独特且卓越的见解。曾在欧洲不同国家媒体行业工作12年,拥有丰富的国际媒体运作经验。柏克曾获得“中国十大新锐主编”称号。《男人风尚》杂志主要是为生活在一线与二线城市之中,收入中等偏上的25岁—45岁都市男性打造的一本风尚杂志,致力于为男性朋友提供独家着装实用方案及具体时尚生活方案。

和白色衬衫一样,亮丽的淡蓝色衬衫和各式西装都可以搭配,而且淡蓝色还带有一种温顺感以及优雅感。相比乏味的白色衬衫,柔和的淡蓝色衬衫会让穿着者产生清透而随和的感觉。超强的搭配性更令它成为绅士衣橱的必备品。虽然淡蓝色衬衫没有白色衬衫正统,且最早用做工装,但淡蓝色衬衫用在正装搭配中,更能营造出意想不到的视觉效果,打造出商务新绅士形象。

挑选绝对正点的那款 ON&OFF 9款“淡雅蓝色”衬衫任你选

“淡雅蓝色”,淡雅的不只是“蓝色”,而是指“浅色系”。以下色调的蓝色衬衫,男士们都可以尝试添置,特别是加入白色条纹的亮度高的颜色。



从左至右、从上至下●衬衫 698元/Li-Grff; 780元/Bessshirt; 1380元/Vsonne; 1850元/Carlo Pigatelli; 850元/Arrow; 750元/Li-Grff; 1250元/Asobio; 1850元/Paul&Shark; 850元/Bessshirt

必须确认的3大要点

传统材质

材质要看起来非常正统。素材感在穿戴中决定衣着表达的品质,呢料、人字呢这样的布料都是不错的选择。

创意领形

近些年来,在商务穿戴中,特殊设计的领形大热,异色领、纽扣固定领都是与众不同的新选择。

手工上袖

上袖的好坏决定着穿在身上是否舒适。手工上袖可以提高柔软性,保持立体感。

休闲感“淡雅蓝色” 衬衫搭配要领
混搭3款风格尽显男人善变本色

搭配休闲风格的“淡雅蓝色” 衬衫，一定要选择染色工艺上乘、质地柔软的纯棉纱洗材质的服饰。在纯色的基础上添加一些小变化的款式，更符合男人既善变又钟情的双重性格。



- 衬衫 新品未定价/Gas
- 裤子 新品未定价/Bally
- 马甲 1280元/A/X
- 皮带 新品未定价/Gas
- 帽子 私人物品



搭配细节

1.复古款八角帽
一度非常流行的复古款八角帽又回归了，只是这次要选择茶色才最有范儿。

2.舒适、美观的鞋子
鞋面在细节上的处理很到位，气垫设计让双脚得到最大程度的放松。

搭配细节
1.铆钉点亮腰间
铆钉产品仍是2010年热点，这款铆钉元素的腰带粗犷亮眼，为整体的搭配增色不少。



- 衬衫 新品未定价/A/X
- 西装 4850元/Boss
- 裤子 新品未定价/Reiss
- 皮带 新品未定价/Gas
- 鞋子 新品未定价/Bally



- 衬衫 1280元/Gas
- 裤子 新品未定价/Reiss
- 风衣 新品未定价/Z Zegna
- 皮带 新品未定价/Gas
- 背包 8560元/Coach
- 鞋子 新品未定价/Tod's



搭配细节

1.格纹更显活力
统一搭配成淡蓝色基调，衬衫选用大格纹，让整体搭配活力十足。

2.协调色调更高级
牛仔裤的效果稍显不羁，搭配杏黄色休闲鞋能使整体色调更显品位、雅致。MCE

FAMOUS BRANDS HANDBAGS
RETURN TO OLD STYLE IN
2010 AUTUMN AND WINTER

大牌手袋风格轮回

古董翻新的2010年秋冬

文_Kate Zhou 责任编辑_顾晓欢

时尚离不开借鉴——聪明的，青出于蓝而胜于蓝的借鉴，与惊艳的、语不惊人死不休的创新相比，毫不逊色。2010年秋冬手袋的一大趋势，是有型硬挺的淑女包包回归。

虽说时尚贵在创新,但受制于人类审美、传统文化和生活方式,时尚的创新非常有限。比如,女人手袋有方形、有圆形,但鲜有三角形,因为三角形不好用;动物纹布料有猎豹纹、斑马纹,但鲜有青蛙纹,因为青蛙纹看多了头晕;男人衬衣有尖领、方领甚至圆领,但鲜有花边领,因为花边领容易让人误解。所以,时尚无法如科技一般日新月异,只能循环往复。

设计师经常从博物馆、古董店和老电影中寻找灵感,或将现时注入于古典,或从陈旧中发掘新意,添添减减,删删改改,便成当今时尚。有一本书叫做“美丽的秋天”(The Beautiful Fall,作者Alicia Drake),写的是六七十年代的巴黎时尚场景,重点人物包括Yves Saint Laurent (YSL)和Karl Lagerfeld。作者说,Karl Lagerfeld拥有快照记忆(photographic memory),对当年的名设计师,比如Christian Dior的作品倒背如流,能演绎出比设计师本人还本人的设计。可能来自偏见,作者的意思是,这位现今号称“老佛爷”的超级时尚大师,只是模仿功力高强而已。

其实,时尚本离不开借鉴——聪明的,青出于蓝而胜于蓝的借鉴,与惊艳的、语不惊人死不休的创新相比,毫不逊色。在借鉴方面,历史悠久的品牌可谓得天独厚,有几十甚至上百年的设计档案可查阅,时不时炒炒冷饭,何乐而不为?



2010年秋冬手袋的一大趋势,是有型硬挺的淑女包包回归。此潮流正中老品牌下怀,因为20世纪50年代—70年代,是时尚蓬勃发展的黄金岁月,也是各式方正包包的辉煌时期,可以借鉴的优秀设计信手拈来。

Gucci的1973系列,分为大、中、小三款,中款肩包便是来自1973年的设计。值得注意的是,包包的双“G”Logo乃是老版,与现今的Logo有所不同。

Gucci1973系列的小款背包(760美元),全金属链肩带给包包增加了光彩而现代的感觉。包包其实很小,差不多只有巴掌大。

1995年问世的Lady Dior,是秋冬款中最为聪明的古董翻新。款式完全不变,只加一条带钉、带皮的帆布肩带,换上低调的海军蓝或者泛旧的军装绿,穿一步裙的淑女摇身变为穿热裤的潮女。



10部必看的商业电影

THE NOSTALGIA TREND IN MOVIES

潮流下的怀旧

文_Forbes 责任编辑_顾晓欢



NO.1:
公民凯恩 (Citizen Kane, 1941)
导演：奥逊·威尔斯 (Orson Welles)
所有最佳电影榜单都会包括这部经典影片，更别说是商业电影榜单了。电影讲述了虚构的报业大亨查尔斯·福斯特·凯恩 (Charles Foster Kane) 的一生和他所生活的时代。凯恩的原型是威廉姆·赫斯特 (William Randolph Hearst)。这部影片讲述了对财富和权力的狂热追求，以及探讨最终所有这些代价是否值得。

NO.2:
拜金一族 (Glengarry Glen Ross, 1992)
导演：詹姆斯·弗雷 (James Foley)
失业率居高不下，始终在10%左右徘徊——大卫·马梅特 (David Mamet) 有关纽约房地产销售人员反抗裁员的剧本如此一针见血。对企业人的启示：要做强企业，需要寻找更好的激励你身边的人的办法，而不是提醒他们说，本月销售竞赛的三等奖是“你被解雇了”。

商业电影数不胜数，即便它们并非以商业电影的名义推出。
2010年10月，有两部大型商业电影登陆北美：由奥斯卡金奖导演奥利弗·斯通执导，金奖影帝迈克尔·道格拉斯主演的《华尔街：金钱永不沉睡》(Wall Street: Money Never Sleeps)——1987年奥利弗·斯通 (Oliver Stone) 经典悬疑片的续集，以及由好莱坞著名导演大卫·芬奇执导，讲述Facebook 创始人的新片《社交网络》(The Social Network)。
这个世界变化太快。在戈登·盖柯 (Gordon Gekko) 的时代，手机有砖块那样大；在阿尔·戈尔 (Al Gore) 的眼中，互联网显然不过是昙花一现而已。如今，25年过去了，多亏有马克·扎克伯格和一大批其他网络企业家，令数百万年轻人的虚拟生活要比其真实生活丰富得多。
翻阅几十年间的电影资料，包括正剧、喜剧、纪录片和惊悚片等，找到几部值得推荐的影片。虽然不是每部都堪称大片，有些电影甚至连一般的商业成功都称不上，但是它们的确都是非常不错的电影。

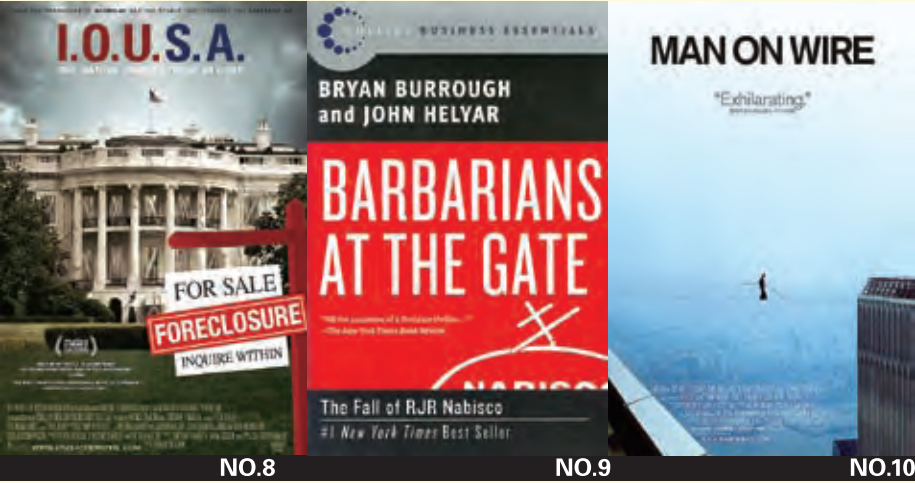
NO.3:
美好人生 (It's A Wonderful Life, 1946)
导演：弗兰克·卡普拉 (Frank Capra)
乔治·贝利 (George Bailey) 是一名小企业创始人，因得不到贷款人的垂青，对生活失去信心而准备自杀。这时，上帝派守护天使克莱伦斯前来救场，帮助他渡过了危机。对企业人的启示：局势困难时，你最需要的是忠诚而又考虑周详的顾问委员会。



NO.4:
高斯福特庄园 (Gosford Park, 2001)
导演：罗伯特·奥特曼 (Robert Altman)
这部阵容豪华、剧情起伏跌宕的悬疑电影充满了耐人寻味的对话和令人迷惑的情节。威廉姆·麦克考多尔爵士 (Sir William McCordle) 是一个财大气粗的贵族，在其位于英国乡村的庄园中举办了一场狩猎派对，宾客中有许多人都有动机伤害他。当然，值得一看的原因在于，电影中有很多商业启示。
NO.5:
上班一条虫 (Office Space, 1999)
导演：麦克·乔吉 (Mike Judge)
很高兴能在如此经济状况下拥有一份工作，你应该感觉如此。对需要额外动力的写字间斗士来说，如果想开创自己的事业或者至少作出那么点儿规划——这部笑破肚皮的经典电影非常适合你。

NO.6:
美国黑帮 (American Gangster, 2007)
导演：瑞德利·斯科特 (Ridley Scott)
正如弗兰克·卢卡斯 (Frank Lucas) 在电影中所反映的20世纪60年代末哈林区的情况，如果你和卢卡斯同样走运，可以确定和利用市场中的低效率，并从实力玩家手中窃取市场份额。当然，这一切都是在法律许可范围之内。

NO.7:
乖仔也疯狂 (Risky Business, 1983)
导演：保罗·布里克曼 (Paul Brickman)
这部20多年前拍摄的影片讲述了企业家精神的精髓：发现市场需要什么，并满足这种需要。当然，商业也包括世界上最古老的职业：一辆漂亮的保时捷车沉在密歇根湖湖底。不过，中心思想依然不变。



NO.8:
债务美国 (I.O.U.S.A., 2008)
导演：帕特里克·克里顿 (Patrick Creadon)
影片主题用美国日益严重的债务危机，以及大众对财政不负责任的态度所导致的后果警示我们：为将来做好规划，无论是经营企业、抚养家庭，还是选举有能力的政府官员。

NO.9:
登龙游术 (Barbarians At The Gate, 1993)
导演：格兰·乔登 (Glenn Jordan)
本片根据资深记者布莱恩·布罗 (Bryan Burrough) 和约翰·赫尔亚 (John Helyar) 的同名小说改编。RJR Nabisco公司骄傲自负的首席执行官约翰逊想在几个富有支持者的支持下买断公司所有股权。但当其他竞价者加入其中时，价格被哄抬至天价，约翰逊眉开眼笑。启示：无论你在寻求融资或寻求出售，引入竞争最为关键。

NO.10:
走钢丝的人 (Man On Wire, 2008)
导演：詹姆斯·马什 (James Marsh)
这部纪录片记录了1974年菲利普·佩蒂 (Philippe Petit) 在世贸中心双塔之间1,350英尺的高空走钢丝的全过程。佩蒂和他的同谋者花费了8个月的时间来策划这场表演 (非法)。启示：只有令人惊叹的特殊技能才能以激情和想象力开始。 **MCE**

HOW TO MAKE WEALTH FROM YOUR FIRST JOB

如何从第一份工作中榨取财富？

对于一个人来说，生命中的每个“第一次”都是至关重要的，亿万富豪与普通人在这方面最大的区别就是，他们能够从每个“第一次”中，榨取到可以利用的财富。

文_李志起 [北京志起未来营销咨询集团董事长] 责任编辑_钟亚超

《福布斯》盘点了亿万富豪的第一份工作，在踏上财富大道之前，这些亿万富豪都是寂寂无名的小卒，他们都在为别人的事业而奋斗。彼时的乔布斯没有创立苹果公司，他在惠普打零工；“脱口秀女王”奥普拉成名之前在杂货铺工作……扎克伯格是唯一的“幸运儿”，他的第一份工作就是让自己的财富一飞冲天的Facebook，但他是唯一的特例。

仔细研究这些亿万富豪的第一份工作，不难发现，这些看似匪夷所思的工作，对于他们来说价值可不一般，他们无一不是靠着自己的双手和智慧在第一份工作中，榨取了人生的重要“财富”。

这“财富”可能是聚宝盆里的第一锭银子，可能是登上峰顶的一根绳索，更有可能是直接开启成功大门的钥匙……

榨取“金钱”

“脱口秀女王”奥普拉的杂货铺工作，“石油大亨”皮肯斯的送报员工作，以及“投资之父”施瓦布的卖核桃工作，显然，他们的第一份工作与最终成就的事业相距甚远，但通过这些工作，他们不仅得到了让自己生存

下去的金钱，甚至得到了创业的第一桶金。不是所有的人一开始就能找到适合自己，让自己生存下去的工作，但既然已经投入到工作里，就一定要从中得到些什么，比如生存的本钱、发家的资本，只有榨取到应得的利益，我们的辛苦才不会付之东流。

榨取“知识”

当然，如果你对第一份工作很感兴趣，那就恭喜你了，因为你可以花最少的时间学习到你想要的知识，并蓄积力量。比如靠音响业发家的雷·杜比，他的第一份工作就是在美国录音室监听品牌ampex做兼职，显然，这份工作令他很感兴趣，在工作中，他不仅积累了丰富的行业知识，还帮助公司打造了早期录像带记录系统。像杜比一样，很多人都曾在可以让自己登顶的高峰下徘徊过，但不同的是，杜比抓住了关键的绳索，他让自己能够比别人更快、更稳健地登上峰顶。而其他的人，有的可能晚些抓到绳索，但总有一天也会成功，而另一些根本就不去寻找绳索的人，最终只能在山脚下仰望成功了。

榨取“机遇”

有人说，机遇是可遇而不可求的，其实不然，通向成功的机遇往往是自己寻求的，苹果创始人乔布斯就是其中之一。他的第一份工作是在惠普打工，在那里，他近距离接触了这个行业，并结识了沃兹尼亚克，他们一起寻求到了发展的机遇，创立了苹果公司，并最终获得了成功。当然，运气超好的扎克伯格也一样，他在第一份工作中就寻找到了直接通往成功的机会，他没有错过，并且直达目的地。所以，尽可能在自己的第一份工作中寻求机会，这样你才能与成功靠得更近。

如同我们经常说的，对于一个人来说，生命中的每个“第一次”都是至关重要的，工作亦是如此。亿万富豪与普通人在这方面最大的区别就是，他们能够从每个“第一次”中，榨取到可以利用的财富。MCE