

●本栏目由杭州大厦购物中心特约刊登



SISLEY 杭州大厦专柜



杭州大厦 店长推荐

走进杭州大厦A楼的正门,就能看见 Sisley 专柜。以白色为基调的柜台显得特别明亮,位于柜台左侧的 Sisley 字样的浮雕更是十分气派。不用看见 Sisley 下面的 Paris 标记,光是走进这个柜台,你就能感觉到浓浓的巴黎气氛,那是一种难得的悠闲和浪漫。柜台里面放置了两张十分舒适的沙发,这是 Sisley 提供给顾客的最贴心照顾。

这一次,穿着黑色裙装的 Sisley 专柜人员为我们推荐了十分好用的三款产品。

推荐产品: Sisley 全能乳液
最新专柜价: RMB1380/125ML

1980年出品,全天候护理型乳液,为 sisley 全球最畅销产品之一。125毫升全新泵装包装2002年上市,渗透性良好,不油腻。单独使用或于其它日/晚霜之前使用,可赋活肌肤,强化保湿,更展现年轻容貌,清爽不黏腻且为上妆做好准备,是男女性皆适合的基础保养品。白天可搭配芳香系列密集日霜或滋润日霜使用,晚上则可搭配胶原蛋白晚霜使用。

推荐产品: 净颜平衡精华露
最新专柜价: RMB860/50ml

混合性皮肤控油又补水的“镇家之宝”。质地轻薄,无油脂配方,易吸收,不堵塞毛孔的乳液型产品。具收敛、消炎功效的热带树脂萃取,有效杀菌,吸收多余油脂,迅速净化肌肤,并可保持肌肤水分。使用过后,绝对不会有发干发痒现象,但能控制过剩的油脂分泌现象,毛孔有所收缩,但绝对不是那些因发干发痒而产生的“收缩假象”。

胶原蛋白晚霜
最新专柜价: RMB1130/50ML

特制的紧致成份,补充可溶性胶原蛋白于疲累的皮肤组织,使肌肤更显年轻。能帮助减缓皱纹的出现,恢复明亮肤色,赋予肌肤活力。纯植物提炼,有效对抗红血丝,调理肌肤,尤其适合两颊皮肤薄,有“红血丝”现象的MM。

SISLEY(希思黎) 精品化妆品“代言人”

早在2004年,就有报道说我国的奢侈品消费者已经达到了1.6亿,有的在质疑究竟是哪些人在消费奢侈,还有的描绘了国际高档奢侈品牌抢滩中国市场的盛大场景。种种的报道和调查都在说明着一种状态:中国已经有了相当数量的奢侈品消费者,国际奢侈品牌也正在把它们的市场重心向中国转移。除了汽车、服饰、珠宝之外,化妆品也是这些奢侈品中不得不提的一员。

作为杭城奢侈品消费中心之一的杭州大厦,早在2004年就拥有了包括LV(路易·威登)、Dior(迪奥)、Cartier(卡地亚)在内的30余个世界顶级品牌,奢侈品的消费开始渗入杭州人的生活。2005年9月, sisley、LAMER 等国际奢侈化妆品品牌也相继进驻杭州大厦。

Sisley 是在全球享有盛誉的法国化妆品品牌,出自名门,由在法国已有360年以上贵族历史的D'Ornano 多纳诺家族的 Hubert & Isabelle D'Ornano (修伯特·多纳诺伯爵)创立,如今它已在全世界60多个国家销售,成为法国精品化妆品的代言人。

系出名门,简洁精致

Sisley 的创始人,修伯特·多纳诺伯爵,是法国著名的波旁王朝时期名门贵族的后裔。继多纳诺家族先后于1935年与1951年创立两大闻名世界的化妆品品牌(Lancome 与 Or-lane),并汇集了丰富的化妆品研究开发经验与知识后,多纳诺伯爵与其夫人——伊莎贝尔·多纳诺共同携手创造了这个强调纯植物精华提炼的化妆品品牌“希思黎”。活跃法国社交界的伊莎贝尔·多纳诺伯爵夫人,以其典雅品味、精致美学为希思黎设计包装,洗练而简洁的造型再次呼应了希思黎化妆品承诺的美丽。

来自大自然的精华

经过医学证实,植物自古以来除了能作为烹调、药疗之用外,其精华成份更能对肌肤的健康产生帮助。也就是凭借着这样的理论支持,希思黎调配的由植物中萃取的植物精油,能达到消炎、镇静、保湿等美容功效。希思黎产品内含的细微植物性分子能迅速渗透毛孔,达到真皮层与微血管,让皮肤彻底吸收。此外,纯天然的馥郁清香,还能通过鼻腔嗅,刺激脑部神经细胞,影响自主神经、血液循环、消化系统、肌肉组织以及内分泌系统,让身体机能得到调理,达到全面的美容效果。

令人放心的高品质

英国安妮公主、黛安娜王妃、美国前总统肯尼迪的遗孀杰奎琳等,都是希思黎的忠实顾客,可见希思黎的高品质,得到了最确切的肯定。

任何一件带有 Sisley 标志的保养品,都要经过严格的品质测试。商品上市前,先需经过300名皮肤科医师的专业测试,以提供绝对安全性的保障。Sisley 是极少数被皮肤科医学专家认定的化妆品,因此在每一瓶的包装上被许可标示有“业已经过敏感测试”字样,即使是过敏性与敏感性肌肤,也能够安心使用。



1990年与1992年, Sisley 分别以它的防晒调理面霜、植物复合美丽霜被法国的《玛丽·嘉尔》(Marie Claire)杂志评选为最佳保养品;而美国的CNN电视网更将 Sisley 誉为“最具功效之保养品”;甚至在日本的《顶级》(The Best of The Best)杂志,也不断有大篇幅的对希思黎的经典产品所做的推广报道。从这些例子我们不难看出,多纳诺伯爵结合现代科技,加上严格的质量管理,真正使“以高品质的产品,献给高品味的人士”的宗旨落在希思黎的每一项保养品、彩妆品之中。

文 / 李冰
摄 / 顾晓华

杭州大厦购物中心
Hangzhou Tower
Shopping Center

诠释经典·传递时尚

