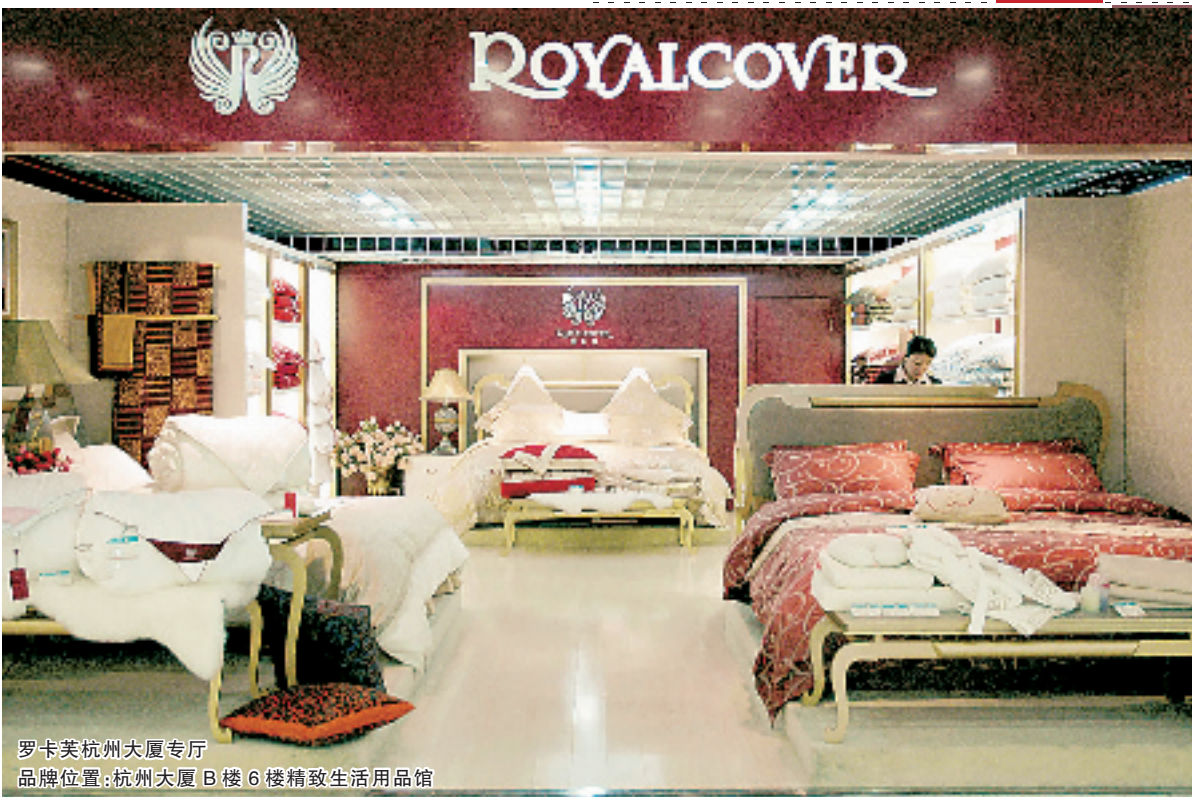


●本栏目由杭州大厦购物中心特约刊登



罗卡芙杭州大厦专厅
品牌位置:杭州大厦B楼6楼精致生活用品馆

ROYALCOVER(罗卡芙) 家纺品中的“LV”

文/李冰 摄/任烨

我国每年约有1000万对新人喜结良缘,每年将产生婚庆消费总额高达2500亿元。在新婚消费方面,新人大都需要购买床品、毛巾等日用品。作为2006年婚庆市场的主力军,家纺市场正喜色渐浓。

在“全球顶级品牌榜”上,ROYALCOVER(罗卡芙)作为家纺行业中惟一入选的品牌,与LV、Giorgio Armani等等全球著名品牌一起,成为最受中国高端商务人士尊崇的品牌。罗卡芙1956年诞生于佛罗伦萨。半个世纪以来,罗卡芙的产品已经遍及欧洲、美洲、亚洲等地,在全球范围内已陆续开设了200多家店铺,全球年销售量高达80万套(件)。罗卡芙传承了意大利时尚文化中浪漫、奔放的设计思想,以华贵而舒适的面料、卓越的产品设计和精湛的制作工艺使每款床品都精美绝伦,不仅散发出引人入胜的艺术气息,更将现代皇家生活方式演绎得栩栩如生。

家纺始终坚持将顶级的面料用到产品生产,其中埃及棉贡缎及提花的广泛运用就是一个例证。此外,中国的蚕丝也是罗卡芙最关注的原材料之一,罗卡芙选用中国最好的蚕丝研制真丝制品,并应用德国最先进的蚕丝后整理技术为罗卡芙蚕丝制品提供绝佳的技术支持与品质保证,使得罗卡芙的蚕丝被、真丝睡衣等蚕丝制品轻柔透气、舒适无比。诚然,如果在家居生活中谈奢侈,极度舒适是惟一的标准。

米、金、粉三色将引领本季家纺色彩潮流

喜庆的大红一向是中国人传统的结婚色彩选择,而如今更多新婚人群则愿意在传统的基础上追求时尚、新颖、充满个性的产品。杭州大厦罗卡芙专厅相关负责人表示:“不少消费者都改变了以往的观念,今年米色、金色、粉色成为了婚庆市场的宠儿,而往年都是大红大紫占据着市场份额。”

2006年9月22日,罗卡芙正式进入杭州市场。据悉,罗卡芙杭州大厦专厅定位中高档市场,产品款式全部来自意大利总部设计中心,在全球范围内采购和生产。产品线主要包括床品、布艺、家居用品,另外还有香氛、SPA用品、礼品等“配饰”产品。

中国的蚕丝是罗卡芙最关注的原材料之一

ROYAL COVER,直接从英文名称上看属于皇家专用铺盖,根据西方文化不尚好大喜功的习性判断,敢于使用“皇家”一词的品牌必有其可自圆其说的依据。

罗卡芙使用了一个非常古典的图案作为标志,繁复、柔美,仿佛一个文化传承的象征,也由此奠定了品牌中性、不艳俗的色彩基调。米、金、灰,这些皇室寝居的主体色,成为罗卡芙家纺的至爱颜色。现代社会仅有传统是远远不够的,在深厚文化底蕴之上,进行大胆的、富有时代创新精神的发挥,是每一个国际奢华品牌能够保持辉煌的必备秘技,罗卡芙也不例外。比如亚洲的古代花卉图案、中东地区的几何纹样,以及非洲的原始色彩构成等,使罗卡芙的产品华贵而不失细致,含蓄而宁静,透射出传统的浪漫。另一方面,罗卡芙

代言人任达华、琦琦夫妇细诉罗卡芙情结

服装品牌聘请代言人做形象宣传已经司空见惯,但如今,这股风潮也蔓延到了家纺行业。2006年,罗卡芙邀请了任达华、琦琦夫妇做代言。罗卡芙公司相关人士表示,投重金邀请任达华、琦琦夫妇代言,主要是考虑到两位代言人的公众形象与罗卡芙浪漫、奔放的设计风格非常相称。代言人之一的任达华先生更是爆料,5年前去意大利时,就曾经为爱妻琦琦送上一份罗卡芙的埃及长绒棉作为礼物。

华贵舒适的面料、卓越的产品设计和精湛的制作工艺让罗卡芙刚开业就受到了无限宠爱。国庆期间,杭州大厦B楼6F罗卡芙专厅销售额突破新高。价值9800元/套的真丝全套床品“伯爵夫人”更是成为新人们结婚和朋友们之间送礼的抢手货。

简单舒适的欧式3件套(一条床盖、两个枕套)。罗卡芙专柜的负责人林先生介绍说,在欧洲人们一般不会买一整套的床品,而是在同一个系列里面选择最简单的几个款式,放在一起既和谐又活泼。价格:2980元



真丝4件套。这是属于罗卡芙皇家系列的一套床品,运用了高贵的金色真丝面料。这一系列的产品所采用的面料大多来自于意大利、德国、荷兰等地。价格:9800元

加了薰衣草精油的沐浴露。价格:48元



钻石蚕丝被。这是由天然蚕丝和施华洛世奇的钻石共同打造的一款被褥。质地轻柔、丝滑,价钱当然也是有点吓人的,一套(两个枕头一条被子)要12800元。

白色的一套沐浴用品,拖鞋、浴袍和地巾,加了金色的刺绣边给人更加高贵的感觉。价格:1060元



杭州大厦购物中心
Hangzhou Tower
Shopping Center

诠释经典·传递时尚

