

【名流】
CELEBRITIES

文/品周刊记者 孟煜前 摄/记者 郑承锋

迷恋东方人情味

作为一名国际品牌星级酒店管理者, 邬都翰先生踏过的足迹足以令许多人羡慕,除了英国等欧洲国家,他还曾在印度尼西亚、马来西亚和蒙古等多个亚洲国家任职,并在中国中西部大城市工作过。这位来自德国的酒店高层自曝“非常迷恋亚洲文化、亚洲的人情味。”虽然国际星级酒店的工作性质需要在世界各地停驻,但是东方式的人间温情深深吸引了这位严谨认真的德国人,他坦言,要能胜任酒店管理的工作,首先要打心里喜欢和人交往,而东方式的热情、温暖、粗犷又是他迷恋这片土地,愿意更长久留在这片土地上工作的原因。

“12年前,我驾车带着太太和儿子在印度尼西亚旅游,去目的地需要穿过一片茂密的丛林,走了一半路,却发现自己迷路了,面对消失的车辙阴暗的森林,我们开始感到害怕,正在这时,汽车前方出现了一队军人,还带着枪,我们面对面,互相望着对方,当时的气氛非常紧张。我鼓起勇气下车走向他们解释说,我们在丛林里迷路了,并拿出地图指出我们要去的地方,他们满脸严肃地听我说完,然后所有的脑袋都凑在地图上讨论起来,听不懂他们在说什么,但是能深深感受到自己正处在热情和善良之中,果然,按军人所指,我半个小时就开出了丛林。”

在马来西亚的沙滩上野炊,当邬都翰给当地孩子一些饼干时,孩子们随后跑回村庄叫来了自己的家人,年轻的土著母亲带来了家里的水果,大家共享,于是,宁静的沙滩野炊变成了一场狂欢派对,邬都翰全家人和当地土著一道载歌载舞。

去中国昆明爬山,累得大汗淋漓坐在小径旁休息,一个路过的昆明大妈上前关切地询问,并倒上一杯自己炮制的凉茶给他喝。

在杭州西湖边的群山里迷了路,会有20多个农人热心为他指路,漫步白堤,会有素不相识的面孔靠上前来说:Can I speak to you?(我能和你对话吗?)

这些再寻常不过的人间烟火,却是邬都翰眼中最美丽的东方风景,这些故事他会说给在德国家乡的亲人朋友听,会成为珍藏心底的一笔财富。他说非常享受这种温暖,和严谨严肃的德国风格形成有趣的对比。

邬都翰说,如果不爱和人打交道,就不要去碰酒店管理的工作。他坦言,从1978年开始在世界上最古老的豪华酒店德国凯宾斯基当实习生开始,从来没有厌倦过这份工作。“在酒店工作,不会无聊,因为你每天都可以接触不同的人,要爱上这份工作,你就要学会与人打交道。”

他回忆,年轻时在德国酒店工作,顶头上司是个暴躁的中年人,手下所有员工遇见他经常被吓得战战兢兢,他发誓,如果自己当了领导,绝对不会这样对待自己的员工。当这一天来临时,邬都翰信守的工作方法便是“学会倾听”,珍惜他人的倾诉,在倾听中学习。

“一个人面对问题,会变得狭隘,学会与人沟通,有时候你可以尝试别人的方法,你可以获得很多经验,这样才是一个合格的领导者。”指着桌前的一盘水果,邬都翰形象地打了个比方:就像食物一样,你不能一辈子只吃一样东西,食谱多样化,你才会变得更健康。他计划着,即使退休后,他也绝对无法想象自己回到德国的家乡开始养老生活,他还是会选择一些能和人接触的工作来做,比如学校,传授这么多年来的工作经验。

人物名片:邬都翰,杭州国际假日酒店总经理



对话

品周刊:你认为最理想的快乐是什么?
邬都翰:家庭和睡、工作顺利。

品周刊:你最害怕的是什么?
邬都翰:健康问题,孩子的功课欠佳。

品周刊:你自己哪个特点让你觉得最痛恨?
邬都翰:有时候太冲动,这会让人很紧张。

品周刊:你最痛恨别人的什么特点?
邬都翰:态度消极,不停抱怨。

品周刊:你认为自己哪种美德被过高评估了?
邬都翰:自信。

品周刊:你认为男人应该具备什么品质?
邬都翰:诚实。

【新品】
NEW LOOK

开启时光之门的钥匙 雅姿推出 全新奢华抗衰老面霜



文/品周刊记者 涂玥

几乎所有的女人都梦想着能找到那把开启时光之门的钥匙,让自己青春永驻。近日,安利旗下的高档化妆品品牌雅姿(Artistry)就带着自己的美容专家和新近上市的“雅姿臻萃焕能乳霜”来到杭州,为杭城女性破解抵抗肌肤衰老的秘密。

这款全新的奢华面霜“雅姿臻萃焕能乳霜”,独特之处在于将一种卓效、稳定的活能修护精华“卓能活化脂质”创造性地应用于顶级护肤品之中。到场的国际美学协会副会长Michelle女士透露说,这种活能修护成分价格相当昂贵,为黄金的30倍以上,在护肤品中的使用还非常罕见。

此外,该乳霜还整合了安利旗下著名品牌纽崔莱的科技成就,创新性地缔造出“四元活能修护系统”,将活肤与护肤融为一体:卓能活化脂质、活能焕能因子、拟南芥菁华、纽崔莱菠菜精华等多种活性修护成分,一同注入肌肤,促进皮肤内在青春能量的合成,改善肌肤环境,激发肌肤新生命能,焕发肌肤清透莹润的年轻光彩。

据安利(中国)浙江分公司副总监朱炼介绍,这款被昵称为“时光面霜”的产品已于3月3日全面上市,价格在2000元左右。

【说商道市】
DISCUSS

杭州大厦GUCCI专柜

一周卖出 三双3780元的 雨靴

文/品周刊记者 涂玥

每到下雨天,就有冲动给自己买一双防水功能强大的鞋子当雨鞋穿,无奈总是还没来得及行动,雨就歇了。这回连下十几天的雨终于逼我下定了决心。可户外店里的防水鞋长得笨头笨脑,为它花上近千块钱实在有点不甘心,最后按朋友的推荐,去淘宝上买了双雨靴,粉色花纹,118块大洋。卖家炫耀道:“过去两周发出的货,都赶上以前两三个月的量了。”

拥有好心情的商家可不只是这位淘宝卖家。就在上周,杭州大厦GUCCI专柜破天荒地卖出了三双雨靴。注意,它们的单价是3780元!GUCCI对面的Celine专柜也有一款雨靴,分为深蓝、棕红两种颜色,比GUCCI的更潮,据说卖得也不错。“最近几季,我们每季都会推出不同款式的雨靴,以前的款式更女人,今年的则偏休闲。不过因为下雨的关系,卖得特别好。”Celine专柜的工作人员表示。

可惜,并不是所有的奢侈雨具都能如此“幸运”地等到杭州漫长的雨季。早几年,杭州大厦曾经有过一个据说很时尚、很高端的雨伞品牌,可惜因为价格实在太高,乏人问津,最终撤柜。无独有偶,银泰武林店的五楼也有过一个卖相很好的时尚雨披专柜,不过很快就不见了踪影。

就像服装早已背离了其遮体蔽羞的最初功能一样,卖雨具的商家也不能只注重实用,总是想着“靠天吃饭”。换种眼光,换个角度,雨具也可以开辟出一块属于自己的时尚之地。经典英国绅士手中的那杆长柄伞,又有谁说得清它是雨伞,是手杖,是配饰,还是身份的标志呢?

请记住,最新的时尚流行趋势是,即使在大晴天,时尚MM们也该大胆地脚蹬雨靴去逛街,而不用害怕会被批评为“邋遢”;塑料彩绘雨靴已经成为时尚界的最新宠儿,哪怕是最挑剔的时尚评论家们也将将其视为潮流单品。最热门的花式雨靴可以随着花纹、色彩的不同,搭配各色的民族造型、军装造型以及学院造型;短雨靴可以让层层叠叠的各色袜子也一道出尽风头;叠在“胆小”,也可以试试本就晴雨皆宜、设计时尚的PVC塑料鞋。

无论如何,换身行头,就是换了一个好心情。



【T台】
SHOW

复古风袭来

畅享米兰时装周09秋季女装秀

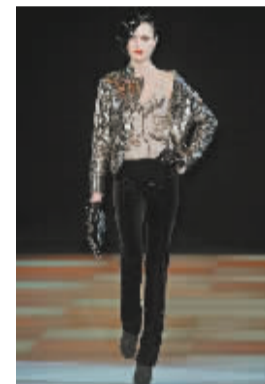
也不知是否经济越不景气,时装的复古风就会刮得越猛?在米兰时装周2009秋季女装成衣秀中,各大时装品牌几乎无一例外地都在向复古元素致敬。一道先睹为快吧!

GUCCI:复古抒情派对



古驰的灵感来自于上世纪80年代的时尚缪斯周天娜(Tina Chow),整个系列极富戏剧性和舞台效果。饰有垫肩的小西服,圆点和几何图案的上衣,比以往收编得更紧的袖子,更短的下摆,在华丽的金属色系衬托下显得格外高调。

Armani:闪耀戏剧八十年代



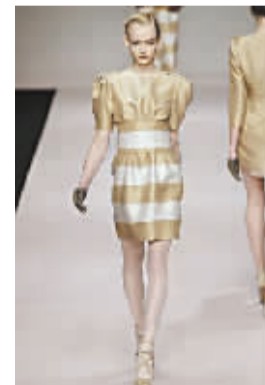
一样的简单轮廓,一样的黑、白、灰的基本色调,乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)却就是有这化腐朽为神奇的能耐。大翻领的外套所带来的不规则感使身材看起来更加纤长。银色鳄鱼纹路外套也成了经典而华美的综合体。

Max Mara:不败的优雅



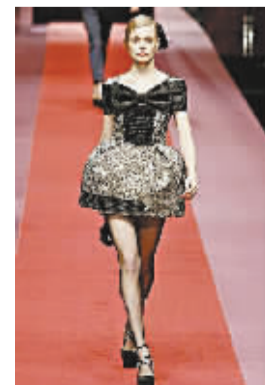
“以不变应万变”是麦丝玛拉今秋的选择:经典的双排扣大衣、开司米上装,有些袖口被处理和成服式的短袖,呈大翻领状的外套有些不同于一般,但基本色调也一样不差,驼色、焦糖褐色和灰色调让人感觉不到任何神秘感。

Sportmax:浪漫尖锐的复古幻象



作为Max Mara的副牌,Sportmax的作品明显年轻活泼了很多,没有夸张的多边形或是蝴蝶形状的肩部修饰,最普通通的垫肩款成了Sportmax 2009秋季女装中最常见的样式。少量的皮革、皱褶、镶嵌的水晶装饰,以及不对称的剪裁,成了设计师凸显设计感的主要手法。

D&G:遥远的希腊歌剧



极具传奇色彩的美籍希腊女高音歌唱家Maria Callas的肖像被印于T恤上,经她再度唱红的一批当时尘封已久的19世纪美声学派歌剧的《Norma》(诺玛)和《La Traviata》(茶花女)等字母也以符号图样的形式印在长裙的上装,而剧院中常见的天鹅绒帷幕和室内装饰图样也出现在设计中。大量采用的皱褶、蕾丝等古典工艺的元素,加上海军风格的衬衫和军装夹克,搭配雕塑装饰的绳索式束腰,高贵且充满着甜美梦幻之感。