



行李车上叠放的路易威登行李箱(上)。路易威登之家橱窗里托举着箱包行李员(下)。



路易威登专列上的贵妇们正在进行一次由巴黎驶向上海的旅行。

## 梦想着有人拎包

这不仅仅是一场服装秀,更像是一部让人身临其境的大片。

站台巨大的路易威登白色时针指向9点,灯光暗了,四周变得安静,只听见蒸汽机车发出的沉闷低吼,轮毂在铁轨上轰隆作响,让座位也震动起来。随着蒸汽机车缓缓驶出,越驶越近,声响越来越大,在蒸气上腾之后,可以看见车厢中坐满了盛装的“乘客”。

音乐声响起,长裙、烟管裤、长外套叠穿的女士们,戴着高高的帽子,优雅地步出车厢,身着制服的行李员帮她们拎着大包小包的行李,殷勤地跟在后面,缓缓走向车站的出口。女士们的服装华丽复古,但却设计简洁,适合旅行中穿着,那顶高傲的帽子散发着一股浪漫和疏离,让人想起巴黎往日贵族太太和小姐们的出行。

短短的10分钟,车上“乘客”都已出站,车站重新变得空旷——人们还沉浸在喧嚣后的寂静中,模特和行李员鱼贯而出,掌声响起,“小马哥”Marc Jacobs的身影出现在站台口,这场坊间传闻超

过1.5亿人民币打造的秀落下了帷幕。包括不少明星在内的人们如潮水一般涌向这台来自巴黎的蒸汽机车,合影留念。

一名时装编辑一边退场一边开玩笑,“虽然散场时人潮拥挤很有春运的感觉,不过这的确是今年最棒的一场秀,主题和服装配饰的展示相得益彰,行李员提着的大包小包,无论是展示生活方式还是展示商品,一点也不觉得突兀!”

今年是路易威登来到中国的20周年,也是路易威登之家首登中国。“这里不是卖东西的地方,而是说话的地方。”路易威登全球执行副总裁施安德这样评价。

这是全球的第16家路易威登之家,也是除伦敦之外,第二家设有贵宾楼层的路易威登之家。

几乎每一个到这里的人都会发出同样的感叹“好大!”。的确,四层楼,两千平米,这对一家专卖店来说,足够大了!建筑大师Peter Marino把这里设置成了奇异的艺术空间——中心香槟金色的主楼梯盘绕上下将各层楼面连接,每个楼面都拥有装潢风格与质感各异的众多空

间,结合来自中国与世界其他地区知名艺术家的艺术作品,转身就能发现“新东西”,很有旅行中探险的感觉。

配饰定制是这里的最大卖点。路易威登女士高级手袋定制服务涵盖5个款式11种尺寸,能选择不同的皮质和27种颜色,以及个人名字标牌的衬饰。路易威登男士鞋履定制也首次来到中国,为男士提供多达三千多种不同的鞋型、款式、色彩和材质的个性化搭配,任意对六种款式、八种皮质、八种颜色、两种金属配件进行排列组合,最终创作出完全属于自己的鞋履。

“这是种艺术化的体验——有来自威尼斯全世界最好的鞋匠为你制鞋,甚至马上就要失传的挪威制鞋法都能看到。但定制和贵宾阁服务并非像传说中的一定要忠实客户才能享受。这不是路易威登之家运作的方式,我们也不想变得势利。也许是我们从未见过的人,也许是从未买过路易威登产品的人,只要你提出申请,我们就会用最独特的服务接待。”路易威登全球执行副总裁施安德说。



准备登上列车的模特们正在整理妆容。