

D06 追光灯



曼联球员出席宇舶在上海举办的慈善秀,善款将全部捐给联合国儿童基金会。

宇舶舷窗里的“红魔”

7月26日晚,曼彻斯特联队主教练亚历克斯·弗格森爵士带领曼联球星里奥·费迪南德、哈维尔·埃尔南德斯、香川真司等19位球员腕佩宇舶经典腕表,在上海上演了一场别开生面的慈善T台秀。秀后一枚专为曼联球员定制的宇舶表由“老爵爷”弗格森与宇舶表中国区品牌总监路易·比弗共同主持拍卖,所得善款通过曼联基金会全部捐赠给联合国儿童基金会,用于改善全世界落后地区青少年的生活。

当足球明星们脱下了曼联的红魔球衣,穿上Paul Smith的经典款西服与针织衫走秀,倒也像模像样、温文尔雅。虽然有笑场和眼珠乱转的细节,但球员们在T台上抬手展示宇舶表的动作都非常到位。林加德与马切达甚至一同对着镜头弯腰卖萌,而穿着唐装与球星们一起走秀的中国小朋友也成为现场的一大萌点。作为压轴模特,“老爵爷”弗格森谦逊地走了一半的T台便折回,并对球员们的走秀给出了不错的评价,并透露:“我们确实经过了一番艰难的走台训练。”



林德加德和费迪南德与中国小朋友走秀。



香川真司与安德森耍酷。

■ 高端对话 与体育爱好者联手

新京报:很多人认识宇舶表是因为它与体育项目的结合,为什么会选择这一领域?在选择不同运动项目的时候宇舶都有什么样的标准?

里卡多·瓜达鲁普(Ricardo Guadalupe, 宇舶表全球CEO):宇舶表与体育的渊源其实在诞生的那一刻就已经开始了。因为在法语当中HUBLOT就是一个“舷窗”的意思,体育也是我们生活的一个组成部分,是可以非常好地让宇舶表贴近消费者的渠道。其他的品牌可能只做网球等运动,但是宇舶表不同,我们会多方面与这些项目合作。我们目标的消费者都是各个行业的精英,他们有自己的喜好,有些喜欢航海,我们就和摩纳哥联手合作推出我们在航海方面的项目;有些喜欢F1赛车,我们也会同样涉足赛车项目;在足球方面,我们也有和欧洲杯、曼联的合作;当然还有滑雪之类的……当这些客户群有不同的兴趣爱好,我们就与多种项目合作,增加他们接触我们品牌的机会和渠道。而事实也证明这样一种理念是非常成功的。

新京报:会不会担心这种多方面的合作会分散消费者的注意力,降低他们对宇舶表的关注度?

里卡多·瓜达鲁普:如今人们的视野比以前更豁达,爱好更广泛,如今的现代人涉足多项运动,会有很广泛的爱好,所以我们

与多种体育项目合作可以使我们接触到更多的客户群。即便有些客户目前没有能力去购买宇舶表,我们也愿意将我们的品牌信息传递给他们,也许一些人目前还很年轻,但是他们知道宇舶表是非常好的、有个性的、前卫的腕表品牌,日后他们的心目中将会出现一种理念,成为他们的梦想,在他们今后有能力的时候就会买我们的产品。同时我们希望通过多方面的合作,比如和法拉利以及其他体育项目的合作,我们想向广泛的市场和消费者传达一种理念就是我们品牌的成功并非单一在市场的成功,我们在质量上也同样有坚持不懈的追求,我们有自己新材料的研发,会不断地推出自己的自有研发和生产的机芯,这是希望通过多种方面的运动向我们广大市场传递的一个讯息。

新京报:但中国人对运动表的消费一直有一个瓶颈,多数人还是偏爱比较传统的表款,你会刻意去突破这种瓶颈吗?

里卡多·瓜达鲁普:我们坚信宇舶表自身的核心价值和整体策略,所以我们不会专门对某一市场做出特别的改动。我们相信我们以往的成功,会在以往成功的基础上不断地在品牌的几大系列上不断加以努力。

本版采写/新京报记者 巫倩姿 陈晓
图片由品牌提供

宇舶表红魔三代



宇舶表红魔二代



宇舶表红魔一代



“英国足球豪门”曼彻斯特联队与宇舶表的合作已经到了第四个年头,宇舶自2008年起便正式成为了曼联的“官方计时器”,并陆续推出了以“红魔”命名的三款限量版腕表。本次秀前展出的“红魔三代”也吸引了大量眼球。较之“红魔一代”与“红魔二代”,这只表无论外观还是材料都进行了颠覆式的改革。表盘的镂空设计使佩戴者得以窥见机芯的运作,中心两根醒目的平直指针方便读时,其中一根指针特别为足球比赛而设计,与内表圈白色的阿拉伯数字一同明确计时45分钟的半场时间。而在

此之前的两款表,45分钟计时均以小表盘呈现于9点钟位置。

指示时刻的草绿色刻度则是又一亮点,让人啧啧称奇的是,这12个刻度皆由来自老特拉福德草坪上的真实草叶经过紫外线、冷冻等特别处理封存于透明漆中制成,这样匠心独运的设计估计能让所有曼联球迷疯狂不已。三点钟位置的著名“红魔”图案是对此系列腕表标志性惯例的沿袭,为之注入了颇具英伦摇滚气息的叛逆感,而整款表黑色+红色的主配色与48毫米的直径亦颇具视觉冲击力。