



# VOGUE

MEDIA KIT

2015



# AGENDA

*10 Achievements*  
*10 Initiatives*



RE-DEFINING  
INDUSTRY STANDARD

a look at over *10 years* of style...





UNSURPASSED  
COLLABORATION  
*with* WORLD  
RENOWNED  
CONTRIBUTORS



CHINESE DESIGN 中国设计

Han Xiaohui 2014 秋冬系列

汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列



CHINESE DESIGN 中国设计

Evening 2014 秋冬系列

汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列 汉小惠 2014 秋冬系列



CHINESE DESIGN 中国设计

# LAUNCHING GLOBAL CAREERS for LOCAL TALENTS



CHINESE DESIGN 中国设计



CHINESE DESIGN 中国设计



CHINESE DESIGN 中国设计



CHINESE DESIGN 中国设计

这一系列女装中... 焕发活力的中国设计... 这一系列女装中... 焕发活力的中国设计... 这一系列女装中... 焕发活力的中国设计...

## 锐势设计

NA CALLING 在北京、上海两地的2014年秋冬中国设计师秀上，新一代中国设计师展现出不同以往的锐势，为此我们特别推出几组具有代表性的设计师与他们1995年一同出道，其设计风格各异，各具特色。



INVOGUE

焕发活力的中国设计... 这一系列女装中... 焕发活力的中国设计... 这一系列女装中... 焕发活力的中国设计...



VOGUE  
**FNO**

FASHION'S  
NIGHT  
OUT  
摩登  
不夜城

*The*  
UNIVERSAL  
INFLUENCE  
*of* VOGUE:  
FASHION'S  
NIGHT  
OUT



BRINGING THE  
WORLD *of*  
VOGUE *to* FAST  
GROWTH CITIES



# BEST PARTNER TO BRANDS



#Vogue展览预告#《The Little Black Jacket》全球限量系列中国首展在北京盛大开幕。《Vogue》携手香奈儿 Chanel 经典黑色外套系列亮相，再现这一时尚经典单品。各大城市巡回展，快来几个城市看看北京站中国首展吧！[http://t.cn/R0n8t8](#)







THE DEBUT of VOGUE STUDIO





## iPad

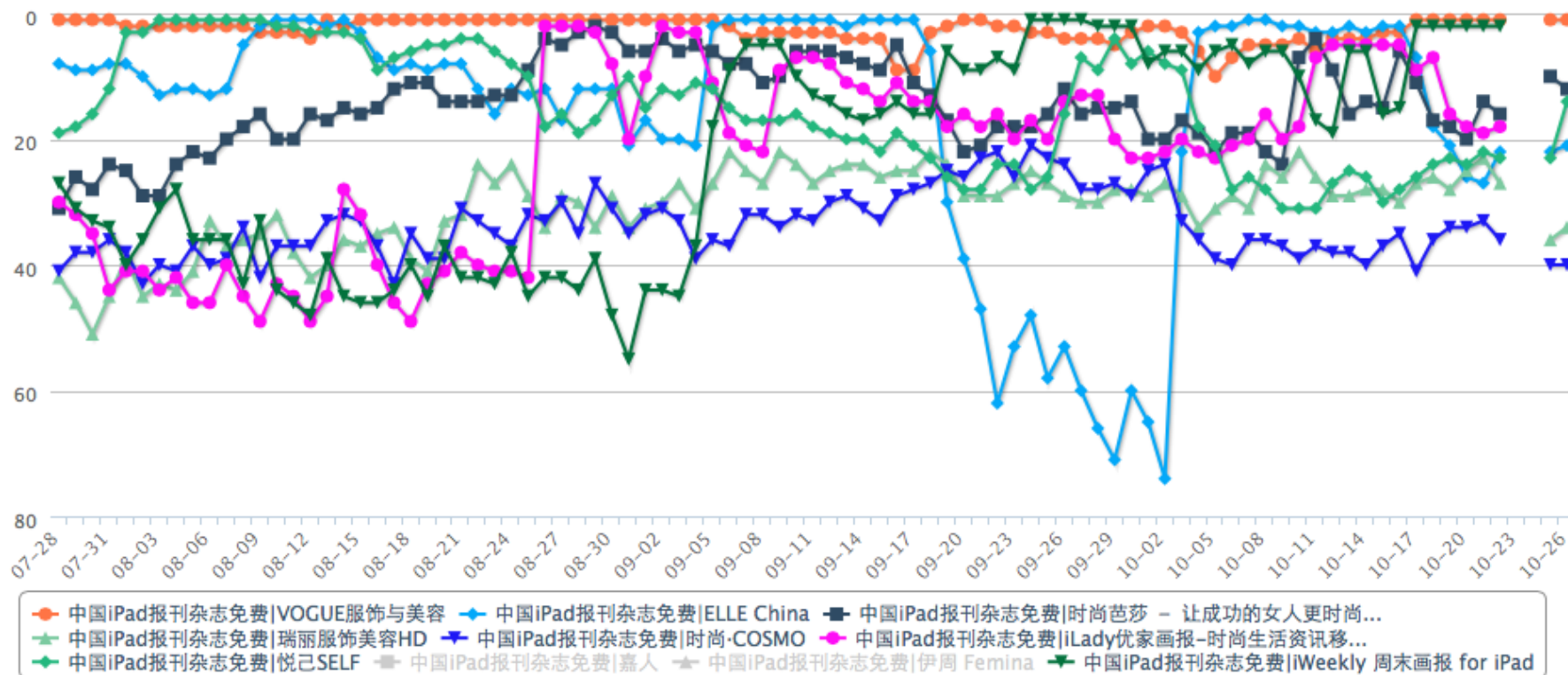
*No.1 ranked high fashion iPad magazine*

**‘Best App’ Apple Annual Award** in 2013  
Continuous No. 1 ranking on Apple  
Newsstand since launch (Apr 2013)

Total app downloads: **1,100,000**;  
Monthly issue download: **100,000 -150,000**  
Issue download %: Tier-1: 32% Tier-2: 49%,  
Tier-3: 19%

## Apple Newsstand App Download Ranking Benchmark , Jul –Oct, 2014

Source: ann9.com (Independent third-party ranking system)



## iPad quarterly user survey

Sep 2014

**81%** will recommend to others  
**74%** paid user will continue to buy  
**50%** read more than 3 issues



Mostly read at **home**, followed by **coffee house**;  
 53% read in the **evening**  
 Average reading time per issue **30 min**

Average satisfaction score: **4.2 out of 5**  
 46% love **video ads** very much, 39% love display  
 ads very much

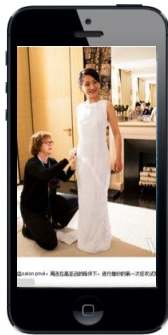


# WECHAT

***No. 1 and the most influential high fashion Wechat account***

*Total fan base: 250,000*

*Average # of reads of headline: 30,288*



*VOGUE Exclusive*  
**ZHOU Xun getting married**  
 Jul 15, 2014  
**Visits: 1 million;**  
**Retweets: 55,000**



*The Most Iconic 20 Dresses in the world*  
 Sep 21, 2014  
**Visits: 74,000+**  
**Retweets: 2400+**



*Women want men to dress like this way*  
 Aug 21, 2014  
**Visits: 114, 522;**  
**Retweets: 5,240**



*Celine first overseas fashion show in Beijing*  
 May 22  
**Visits: 54,356;**  
**Retweets: 2,528**

## Wechat performance benchmark, Sep 5 – Oct 5

Date	VOGUE	ELLE	Bazaar	iLady	Cosmo	Marie Claire	Grazia	YOKA
9月5日	51567	33862	45210	7241	20661	9099	20233	9534
9月6日	41230	20966	0	5434	19763	8429	0	10939
9月7日	55595	21082	17544	8760	16321	8567	0	10387
9月8日	40511	16582	19807	6709	26116	3352	0	11234
9月9日	67564	20098	0	10455	34076	9077	19067	9889
9月9日	67564	20098	0	10455	34076	9077	19067	9889
9月10日	47865	21815	112533	18765	37021	9066	20188	7699
9月11日	57129	35835	24781	10221	112675	10505	28748	8355
9月12日	69195	22881	8431	14655	27452	4770	27302	11890
9月13日	36987	22409	114792	10543	25473	10205	0	9087
9月14日	39238	23877	0	7651	28052	10134	0	7553
9月15日	76324	30198	14982	23141	15008	12249	17234	9288
9月16日	54044	22098	23941	6947	26544	22467	11655	11809
9月17日	132058	25371	25569	5420	23865	13720	34276	12400
9月18日	84618	21343	42243	7304	20019	7911	33214	110089
9月19日	70931	19211	0	6783	34835	10234	37034	13212

## Wechat performance benchmark, Sep 5 – Oct 5

Date	VOGUE	ELLE	Bazaar	iLady	Cosmo	Marie Claire	Grazia	YOKA
9月20日	63626	45028	22796	7343	13056	10837	23012	23444
9月21日	147406	23838	6820	14089	29933	8086	34171	12666
9月22日	94569	18567	25030	11907	26076	10639	23721	17232
9月23日	97422	32997	21806	13564	30800	15173	47056	8545
9月24日	103072	24764	24175	13033	24440	8659	33850	12343
9月25日	71178	19980	27069	11390	21578	7890	38670	12412
9月26日	81449	16779	30991	6486	44567	8383	17958	10058
9月27日	77026	17803	27913	21579	33757	10245	6442	14584
9月28日	51582	17645	20578	18317	29592	7365	23779	11133
9月29日	98765	24708	19215	7066	34948	8612	29528	9787
9月30日	62662	17508	15288	7215	25659	6959	26436	6977
10月1日	60134	24797	0	5302	15531	7416	0	9212
10月2日	67318	21825	53469	5911	14495	7840	0	10564
10月3日	78675	19484	0	6963	10823	12122	0	4222
10月4日	51086	22033	23891	10205	67668	12812	0	6662
10月5日	67803	18378	8809	8128	22627	4386	0	3908



# VOGUE.COM.CN

*Top ranking web site in user scale  
with a high-fashion focus*

Monthly Unique Visitors **23,317,558**  
Monthly Page Views Monthly **258,975,836**  
Registered Users: **660,000**

**Revamped in Aug 2014\*:**  
Pageviews up by **23%**  
Users up by **9%**  
Pageviews/session up by **11%**



# THE DNA *of* VOGUE

---

*Every progress we made was a result of  
our commitment to the DNA of VOGUE:  
Quality, Authority, Creativity*





# AGENDA

*10 Achievements*  
*10 Initiatives*



## VOGUE ECOSYSTEM

---

*A full consumer journey of discovery:  
from inspiration to action*



*the* GOAL

*A more powerful Vogue multi-media platform that goes from inspiration, information to action.*

HOW *to* GET THERE

*Each product is unique. All products are connected. New products are built for ACTION.*



*magazine*



*vogue.com.cn*



*iPad*

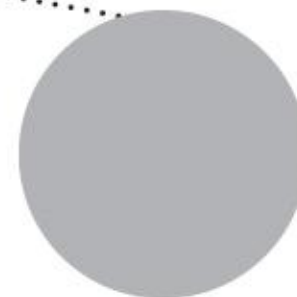
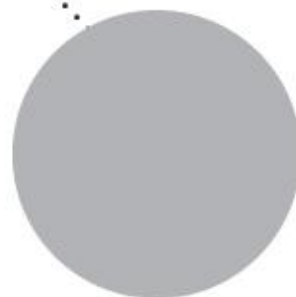
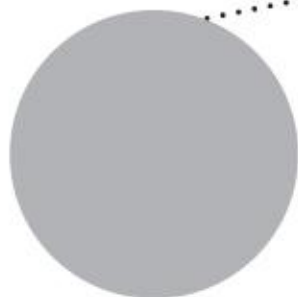


*social media*  
*(wechat, weibo, instagram)*



*vogueTV*

**NEW**





*magazine*



*vogue.com.cn*



*iPad*



*social media*  
*(wechat, weibo, instagram)*



*vogueTV*

**NEW**



*Vogue Mini*  
*(coming Dec 2014)*



*Mobile Site*  
*(relaunching Dec 2014)*



*Vogue VIP*  
*WeChat service account*  
*(coming in 2015)*



*Vogue Discovery*  
*(launched Sept 2014)*

# VOGUE MINI mobile app

*coming soon in Dec 2014*

V1.0 (Dec 2014): A mini universe of Vogue on the palm with refined reading experience

V2.0 (2015): The O2O User Interface, beyond being a media platform

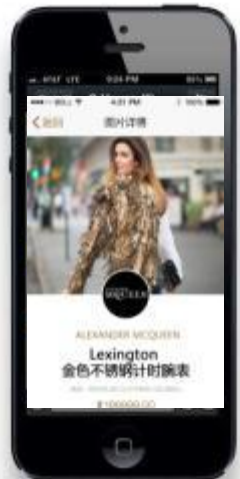
Estimate app download by 2015 year end: 780,000

VogueMINI  
Welcome Screens



VogueMINI  
Home Screens -> Focus -> Cascade 1/2



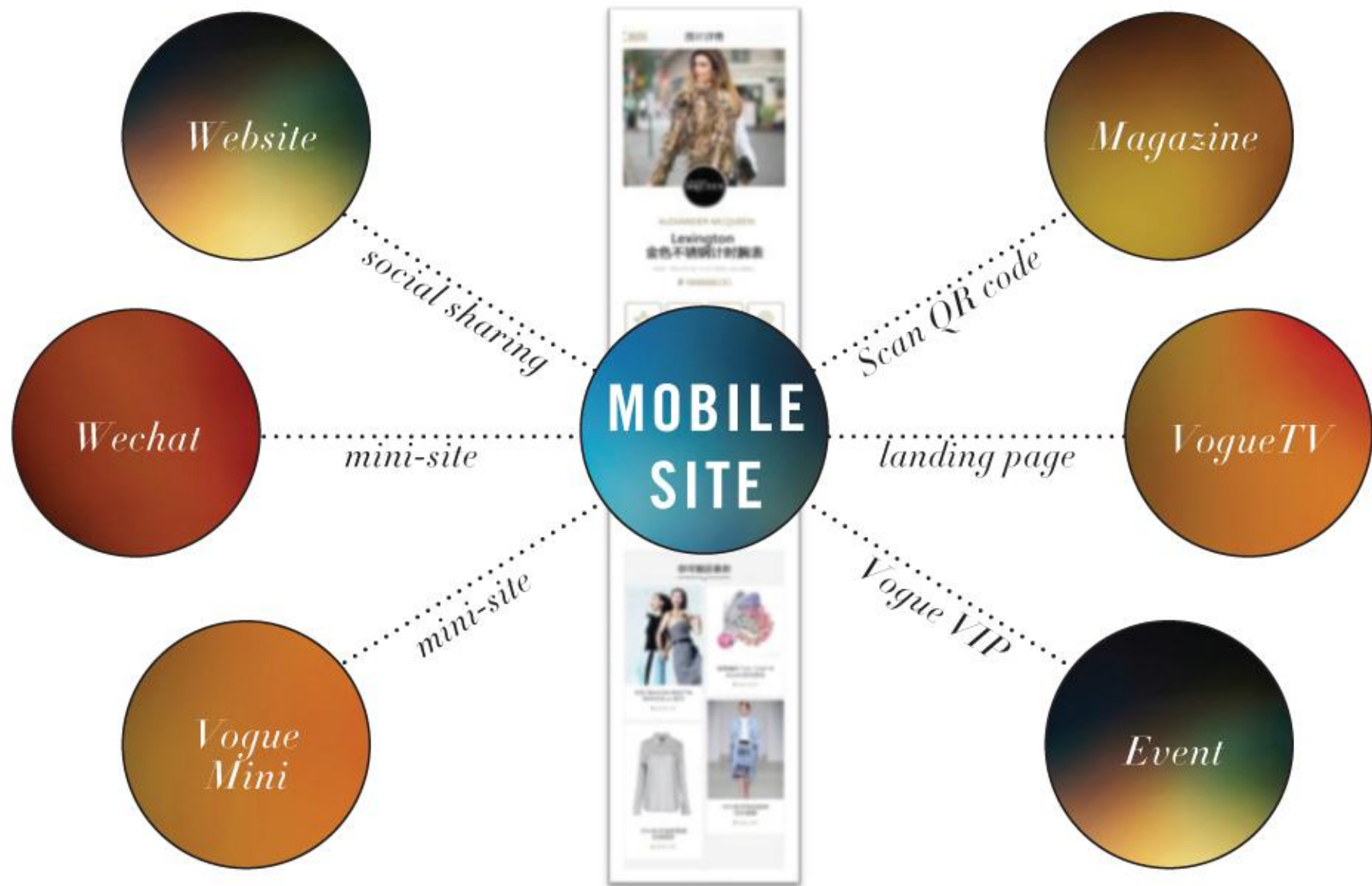


## MOBILE SITE

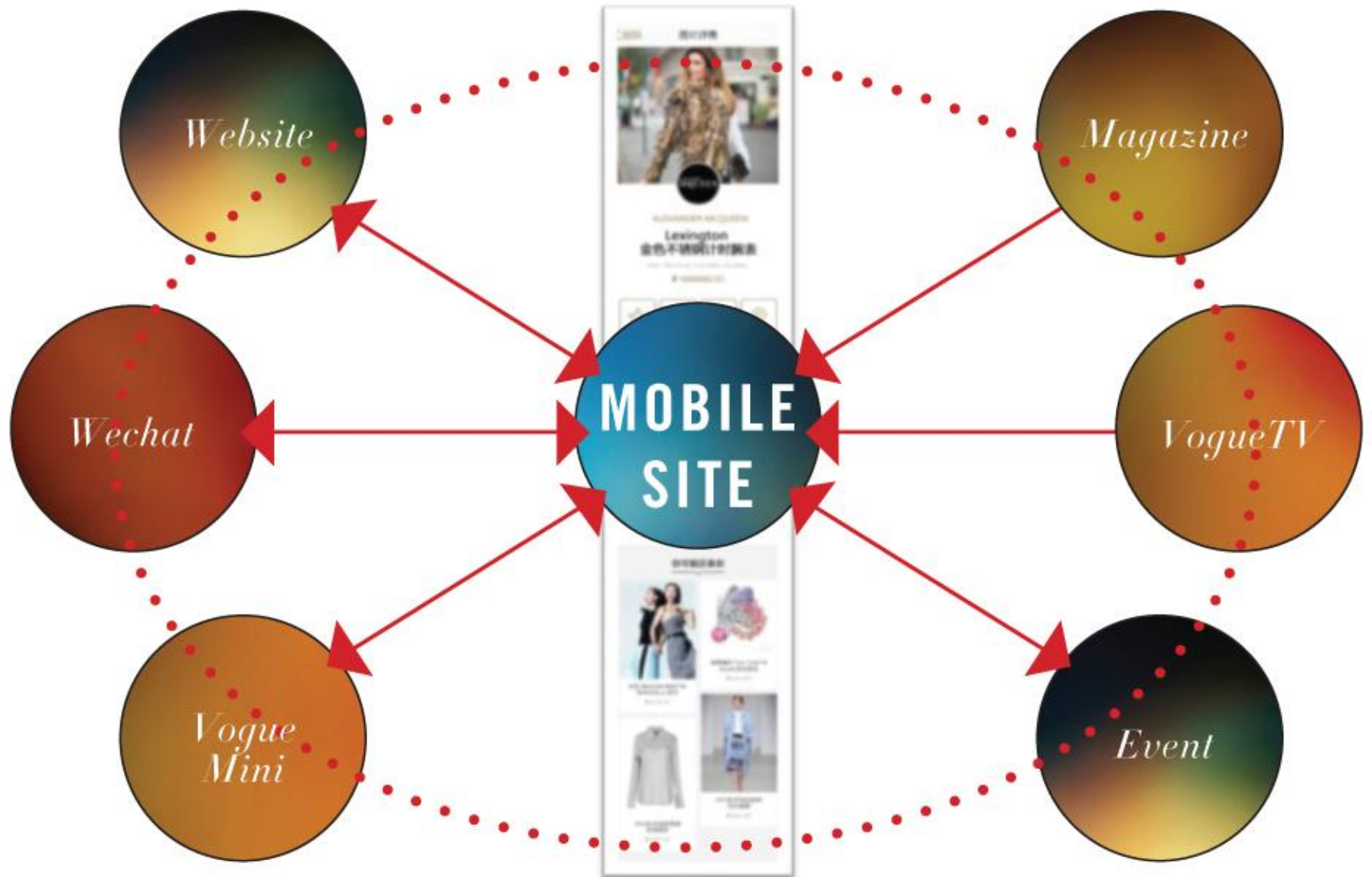
A background hero that links all products and leads to actions



# MOBILE SITE as THE CENTRAL INTERFACE



*MOBILE SITE as THE CENTRAL INTERFACE*





## VOGUE DISCOVERY

An online luxury fashion shopping community that transfers inspiration into action

Partnered with leading luxury e-commerce: Net-a-Porter, Lane Crawford, Farfetch, Neiman Marcus, YOOX, etc.

Launched in Sep  
-150,000 pictures, 50,000 of which with  
“click-to-buy” from high-end e-commerce website

Estimate monthly UV  
by 2015 year end: 1,000,000



## 'VogueVIP' SERVICE ACCOUNT

*A new CRM platform that offers exclusive Vogue activities and gives rewards on users actions*

### ACTION

---

- READ/SHARE CONTENT
- LIKE/COMMENT ON CONTENT
- SUBSCRIBE MAGAZINES/IPAD
- DOWNLOAD MOBILE APP
- FOLLOW VOGUE ON SOCIAL MEDIA
- PARTICIPATE EVENT
- BUY ONLINE/IN STORE

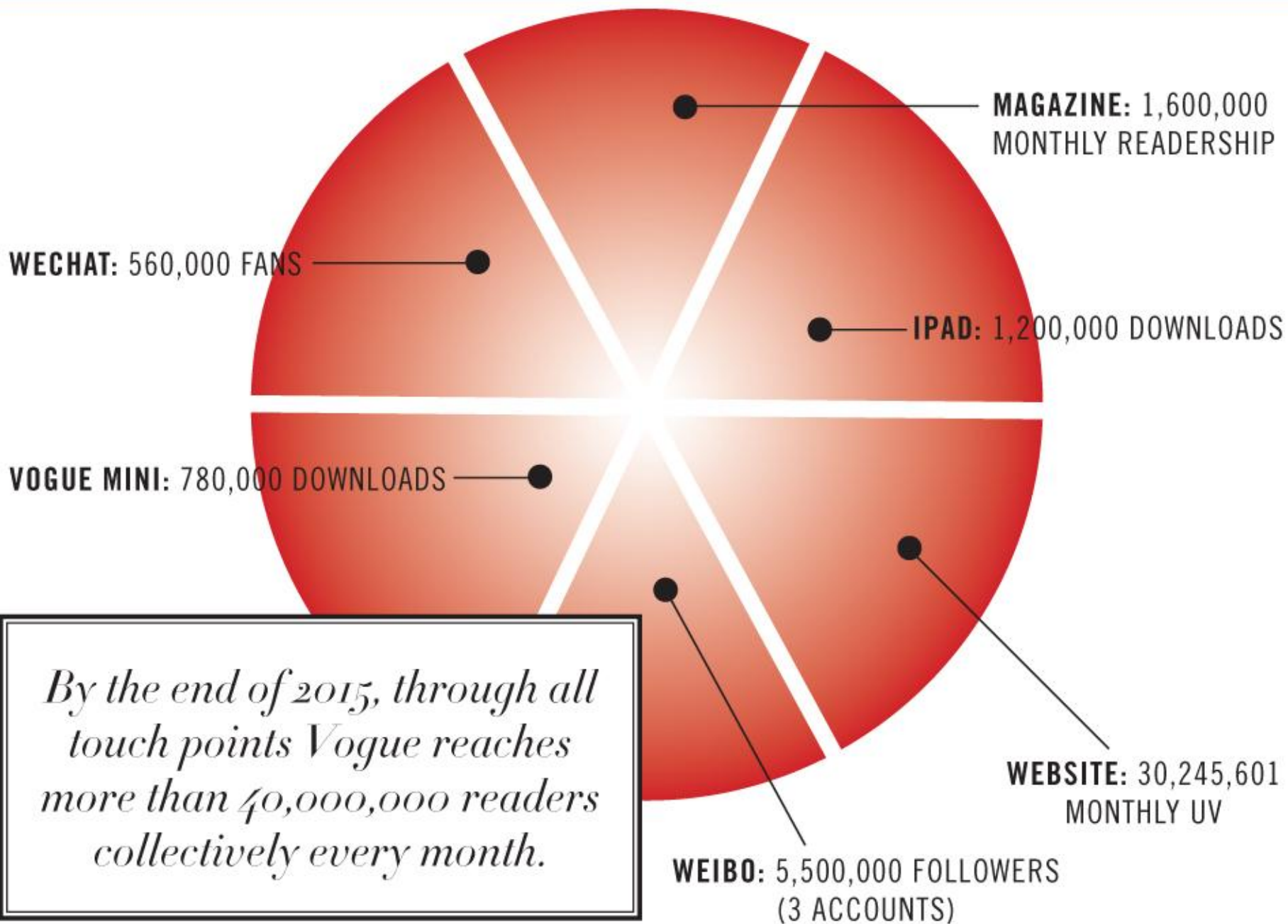
### REWARD *loyalty program*

---

- **LEVEL & POINTS**  
MEASURE THE USER ACTIVENESS, CAN EXCHANGE FOR COINS
- **COINS**  
MEASURE THE USER CONTRIBUTION TO THE PLATFORM, CAN BE CONSUMED FOR GIFTS OR TICKET FOR EXCLUSIVE ACTIVITIES
- **BADGES**  
MARKER FOR THE HIGH QUALITY AND HIGHLY LOYAL USERS, ELIGIBLE FOR EXCLUSIVE ACTIVITIES



*A full consumer journey:  
from inspiration to action*

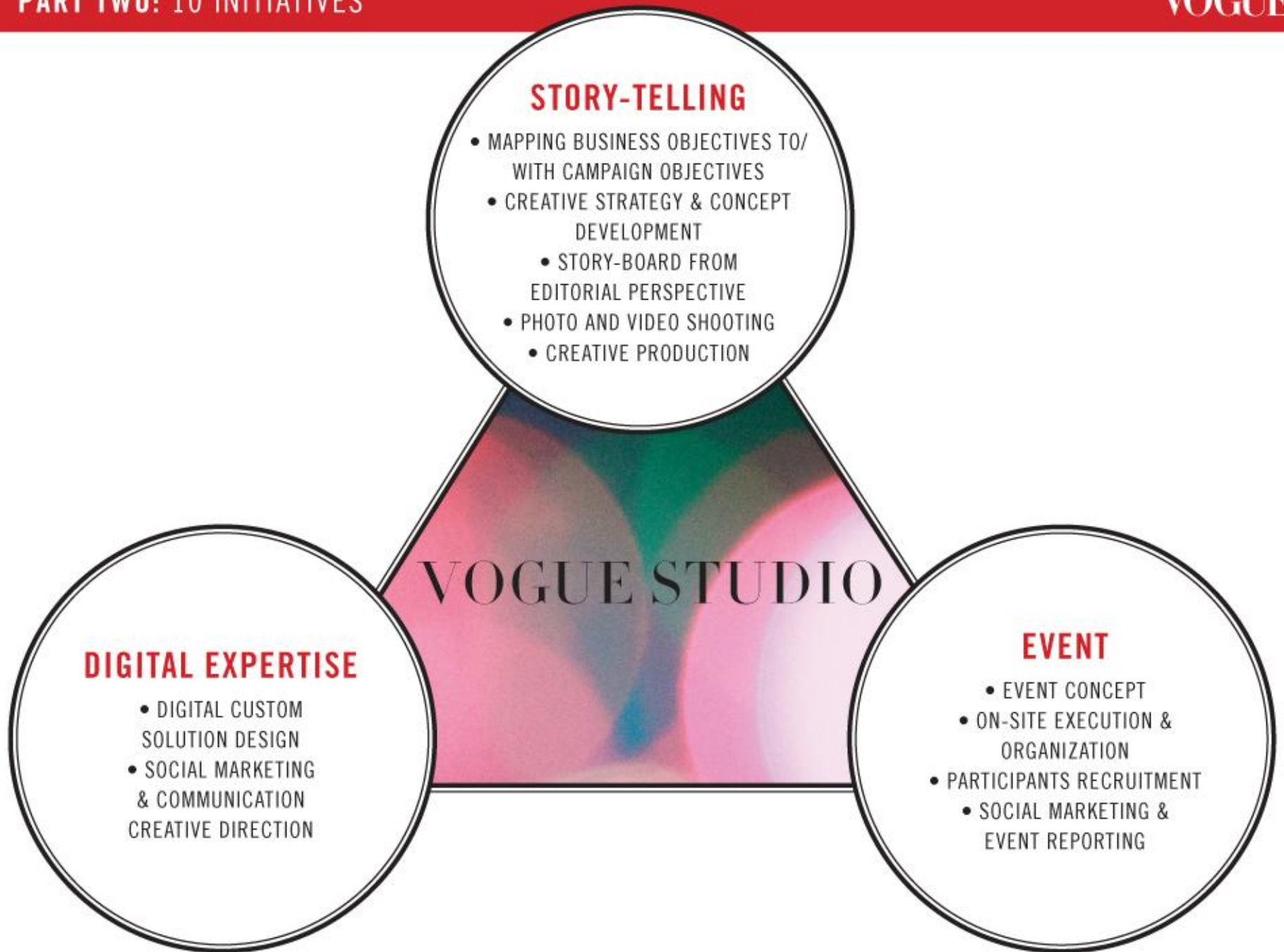


*By the end of 2015, through all touch points Vogue reaches more than 40,000,000 readers collectively every month.*

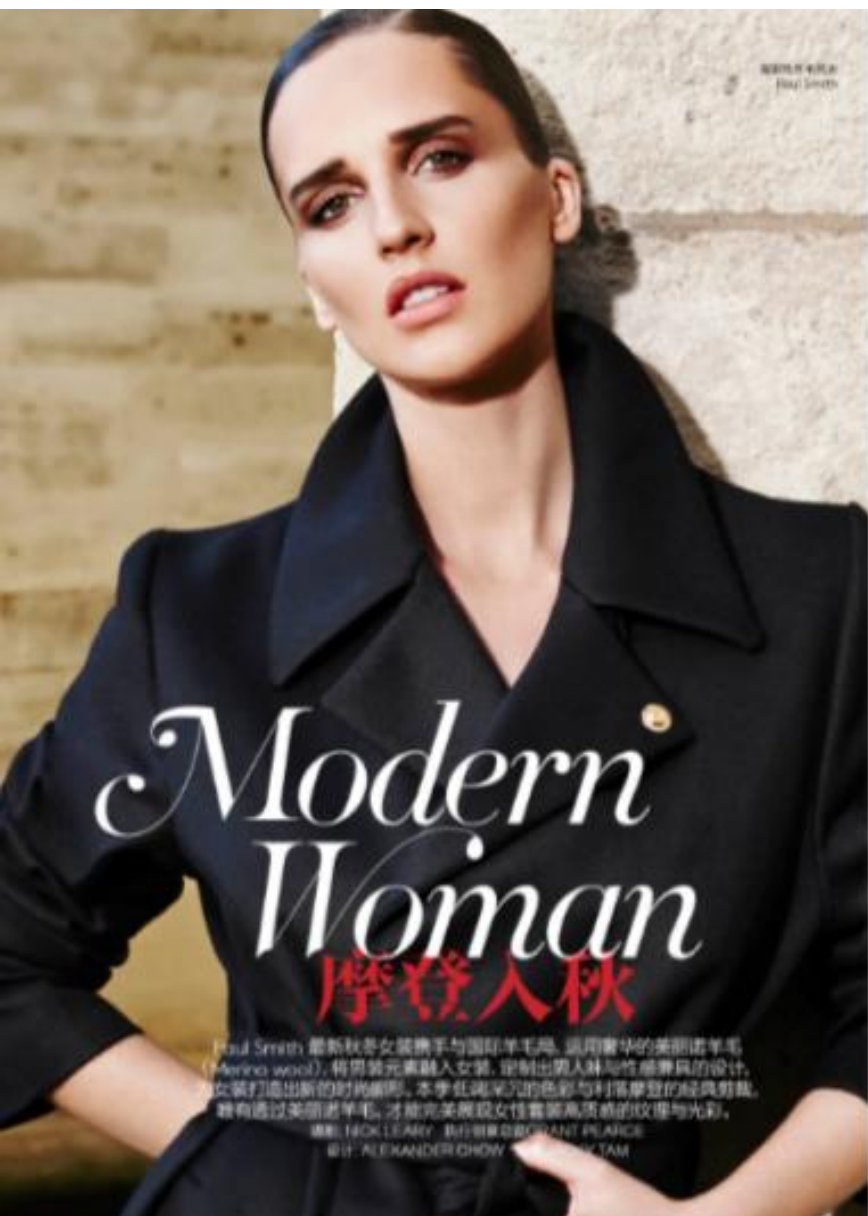
# VOGUE STUDIO

*Premium client creative service*















VOGUE STUDIO

重归金色1960年代  
RETURN TO THE  
GOLDEN  
AGE

摄影: DANIELA FEDERICI 执行创意总监: GRANT PEARCE  
设计: ALEXANDER CHOW 时装编辑: JACKY TAM 撰文: 姜明

VOGUE 时尚集团  
VOGUE 时尚集团  
VOGUE 时尚集团  
VOGUE 时尚集团  
VOGUE 时尚集团



女士  
薄荷绿色高领羊毛大衣  
薄荷绿色高领羊毛大衣  
薄荷绿色Jackie Soft 系列手袋  
棕色竹节系列手袋  
女士  
薄荷绿色高领羊毛大衣  
薄荷绿色Jackie Soft 系列手袋  
棕色竹节系列手袋



1040 VOGUE STUDIO

黑色羊皮的马衔扣手袋  
白色Jackie Soft 系列手袋  
薄荷绿色高领羊毛大衣  
棕色竹节系列手袋  
女士  
黑色羊皮的马衔扣手袋  
白色Jackie Soft 系列手袋  
薄荷绿色高领羊毛大衣  
棕色竹节系列手袋





左  
 搭配马利姆牌花格纹手袋  
 深棕色漆皮马利姆手袋  
 黑色 Jackie Soft 胸包  
 棕色竹节系列腰链

右  
 亮红色漆皮漆皮手袋  
 亮红色 Jackie Soft 手袋  
 亮红色马利姆手袋  
 棕色腰链  
 动物KUCO



## RETURNS TO 60's 向1960年代致敬

一向自信、精致的 GUCCI 女郎这一季将目光转向金色的 1960 年代，而曾为美国第一夫人的杰奎琳肯尼迪·奥纳西斯 (JACQUELINE KENNEDY ONASSIS) 作为那个时代最具代表性的时尚偶像，成为创作总监弗里达·贾妮妮 (FRIDA GIANNINI) 的灵感来源。

干净的线条与精致的剪裁将 1960 年代的轮廓重新带回 T 台，而轻柔淡雅的配色则显示出浪漫的季节情怀。无论是剪裁与色彩的搭配还是无袖连衣裙以及点缀其中的皮革元素，我们都能从中看到对杰奎琳时尚风格的体现。

“我想要非常具体地展现出 Gucci 精髓的精神：精致讲究的细节，干净的轮廓线条，精致的剪裁与顶级的材质的完美融合，诉说着她迷人的华丽光彩与韵味。”创作总监弗里达·贾妮妮这样诠释她眼中的 1960 年代与杰奎琳风格。

谈起杰奎琳与 Gucci 的渊源，不得不提的便是那款以她命名的手袋——Jackie 手袋。这个于 1950 年代面世的手袋，随着杰奎琳的登堂，不同款式的 Gucci 手袋便随着她出现在无数照片之中，风靡了整个 1960 年代，成为当时女性竞相模仿的对象。无论是身为时尚偶像的她成就了这款经典手袋，还是 Gucci Jackie 手袋带

来了杰奎琳在人们心中的时间印象，杰奎琳与 Gucci 的名字由此被紧密地结合在一起。

2014 秋冬系列中，Gucci 再次带来对 Jackie 手袋的全新演绎，以柔韧的牛皮和全新的结构完美呈现，把加高立体的造型以金属装饰式嵌头，在柔美中带来中性的硬朗造型，与简洁干练的 1960 年代风格完美搭配，呈现出由个性、去繁存简的 1960 年代风格女性造型。

“假如我可以成为 20 世纪的艺术总监，我会尝试为一切事物找寻更完美的位置，无论是一把椅子的摆放……”年仅 22 岁的杰奎琳在一篇文章中写道，也许对年轻的她还无法预见自己对于整个时代的影响，但她优雅高贵的美是如何与她在历史中，出色地展现看似天真的理想却确实地实现了。在时尚、艺术、生活方式等领域启发着一代又一代的人。

# ELEGANCE OF THE 60's 优雅与个性并存

杰奎琳身上的诸多标签中，“时尚偶像”伴随着她从美国白宫到希腊海岸，成为极长久的一个，她就是一个时尚传奇。

杰奎琳正式进入公众视线，是随着肯尼迪(John F. Kennedy)总统竞选开始的。这对年轻夫妇的夫妇俩都是天主教徒，才会有完美的天主教传统。信奉圣婴力量的美国带来了她全新的面貌与朝气蓬勃的能量。

年轻、充满活力与精神的气质也正是杰奎琳能够在时尚界产生如此深远的影响的根源之一。她的时尚选择与1950年代流行的荷叶边、蝴蝶结、大裙摆大相径庭。正是杰奎琳美丽、自然、低调的公众形象与象征意义再次为时尚界带来了新的时代。“被称为杰奎琳时尚造型的发明者”卡西尼(Cleg Cassin)说。

“杰奎琳喜欢用直线条的简洁轮廓衬托她的身材，这样的轮廓在当时已经过时，但是直到她开始穿着出现在公众面前时，才最终大规模地流行起来。”服装设计师克里斯托弗·哈格格(Christopher Harbord)这样解读她眼中的“杰奎琳风格”。2009年播出的美剧《肯尼迪家族》(The Kennedys)中，后婚后的凯莉·霍尔姆斯(Kate Holmes)重现了杰奎琳的诸多经典造型。

随着肯尼迪入驻白宫，杰奎琳的时尚风格成为了全国性的热门话题。她的发型、穿搭、优雅的举止和手袋款式的选择都成为全国上下女性的模仿对象。大家所熟知的“杰奎琳风格”也在她的造型中得以成型。帮助打造出这个广为人知的形象的卡西尼功不可没。她决定将杰奎琳的形象定位成一部大制作电影的女主角。毕竟她是这个时代最著名的第一夫人。而她，就是她的形象秘书。“曾经在好莱坞担任服装设计的卡西尼是肯尼迪家族的设计师。再身为美国设计师的她帮助杰奎琳避免了裙摆因为过多选择过时时髦的设计而受到批评。

在前总统总统宣誓就职典礼上，杰奎琳身穿黑色貂皮毛领的军绿色羊绒外套，头戴同色系天鹅绒礼帽，外套上精致的纽扣与镶钻的设计增添了一丝的性感。在身穿皮草与深色大衣的人群中，杰奎琳脱颖而出，完成了她的时尚宣言。身为第一夫人的日子里，杰奎琳与卡西尼一起创造了一个个经典形象。从此刷新了美国夫人的着装风格。她也许向美国传统与美国国家传统致敬，避免印花在身上出现。而选择用特色搭配的经典来达到更好的视觉效果。除了优雅着装，杰奎琳对于配饰的选择也是她标志性造型的重要组成部分。第三眼的珍珠项链也是杰奎琳的标志。形象着她优雅的形象。在为无数公众场合亮相的日子里，杰奎琳像每一个1960年代的自由女性一样，偏爱将珍珠、身着九分裤、运动上衣。从晨练时的她与丈夫享受为数不多的自由时光。但美



1960年，杰奎琳·肯尼迪(Jackie Kennedy)穿着杰奎琳风格  
Photo by F. F. F. F.



1960年，杰奎琳·肯尼迪(Jackie Kennedy)穿着杰奎琳风格  
Photo by F. F. F. F.



1970年代，杰奎琳·肯尼迪  
Jackie Kennedy



杰奎琳重新演绎的新款Jackie手袋。Jackie手袋历经半个多世纪的潮流更迭，却一直备受时尚界自由精神的女性的青睐。究其原因，要归结到手袋大方而不落俗套的轮廓与经典而简洁的设计。Jackie手袋简洁的廓形、实用的尺寸、特别贴合身体的前开设计，让它历经半个多世纪依旧保持着向独立女性的致敬。

身为第一夫人的她享受着无拘无束的优雅生活。从莱瓦大的豪华公寓、到希腊私人岛屿、被戏称为“钻石世界”的盛大游艇，以及私人飞机——标准的jet-setter生活方式。也是在此时，杰奎琳开始了与狗仔队的长期斗争。其中最著名的莫过于罗恩·加莱克(Ron Galella)。这位狗仔队之父的偷拍摄影对杰奎琳有着近乎疯狂的迷恋，并导致了1972年那场著名的官司——法庭最终判定加莱克永远与杰奎琳保持300米的距离。

虽然公众对她私生活的狂热也杰奎琳带来了许多的烦恼。但也正因为如此，这位时尚偶像风格的进化才得以被如此全面地记录。照片中她时而穿着当年的深色打面、白色牛仔裙，光着脚自在行走。时而用超大的墨镜遮挡住她传来的闪光灯。白瓷时代之前的杰奎琳与其低调下光环，不知从何时开始变得自信、自爱。她大多选择剪裁干练的裤装造型。搭配外套或者西装上衣，以及丝巾、墨镜。还有她标志性的Oucci Jackie手袋。而她的选择也变得更为丰富。更加光彩照人。精致的配饰以及具有异域风情的设计也开始出现。

论何时杰奎琳总是将时尚风格融入她的气质之中，带来自己独特的演绎。

1968年，杰奎琳身穿着丝质裙与来自法国亚里士多德·奥纳西斯(Aristote Onassis)的婚礼礼服时胸前的配饰从后脑勺，这位优雅的第一夫人，再次被推上了舆论的风口浪尖。她没有做出大多数人眼中的“正确”选择——像一位皇后的身穿华丽的深蓝色礼服，而是她选择了新的生活方式。这意味着成为人们眼中的“叛叛者”。然而，一位时尚偶像也由此获得了新生——她不再是在总统身边优雅的妻子，摆脱了繁复华丽的束缚，成长为一位真正自信、独立的女性。

白宫生活之后的杰奎琳不仅摆脱了单纯作为一个“妻子”的角色，还积极出席各种社交场合，甚至成为一名出色的图书撰稿人。此时她的个人风格也随之改变，简洁而有品位的女性化装扮成为她的首选。作为这个优雅杰奎琳风格缔造者的她，有着无可比拟的品味。她的Oucci Jackie手袋也成为她留给人们最为深刻的印象之一。

作为一名真正自信的时尚偶像，不仅杰奎琳本身是一个传奇，以她的名字命名的Jackie手袋也成为自上世纪90年代至今经久不衰的热门手袋。她穿着这款手袋的照片贯穿整个60、70年代，成为最具标志性的造型。而这款手袋简洁的线条、流畅的轮廓，更是成为杰奎琳独立女性风格的一个重要组成部分。从1958年诞生的以杰奎琳家族成员命名的Bouvier手袋，到90年代正式被称为Jackie手袋。再到2009年杰奎琳





# SIXTIES CELEBRITIES

## 青春与偶像的年代

上世纪 60 年代，无论是年轻文化蓬勃发展的欧洲，还是洋溢乐观主义的美国，都被一种充满无限可能的朝气蓬勃所席卷，同时诞生了一大批属于年轻人的偶像。



在 欧洲，伦敦成为文化与风尚的中心。1966年《时代》杂志用“Swinging London”来描述这个当时世界上最为时髦活跃的城市。迷你裙、皮衣靴、歪头鞋、披发摩托车……年轻人们义无反顾地掌握了文化与流行的话语权，他们穿上父母一辈无法想象的服装，听着年轻人编写的音乐，创造着年轻人的文化。Soho区的 Carnaby Street 还有切尔西的 King's Road 成为年轻人聚集的时尚胜地。穿着裙摆在那儿之上 10 厘米迷你裙的女孩化着夸张眼妆，身边是骑着 Vespa 摩托车的 Mod 男友。在战后的经济复苏中成长起来的年轻人拥有了更多自由支配的财富，他们对于文化与时尚的选择标志着新一代的设计师们带来年轻人所渴望的设计——时尚。第一次由年轻人掌握了话语权。当时的《Vogue》杂志主编安娜·温图尔 (Diana Vreeland) 形象地将这股强烈冲击着社会文化与时尚的风暴称作“青年运动 (Youthquake)”。

创造“青年运动”的领军人物，有披头士 (The Beatles)、滚石乐队 (the Who) 这样的流行明星，有玛丽·昆特 (Mary Quant)、贝齐·约翰逊 (Betsey Johnson) 等设计师，还有蒂芬妮·泰勒 (Jean Shrimpton)、崔姬 (Twiggy)、伊迪·塞奇威克 (Edie Sedgwick) 等时尚偶像。这些由年轻人所创造的流行文化成为他们表达精神的窗口，在整个 1960 年代推

出一波又一波的年轻风暴。

在 美国，在此之前还从未有过如简·伯曼特、蜜雅和伊迪·塞奇威克这样的时尚偶像出现。她们纤瘦、摩登的穿搭打破了长期以来“上流社会”的审美，带来让人耳目一新的清新感。1965 年，穿着她放在膝盖之上 10 厘米的连衣裤、没有佩戴礼服的简·伯曼特出现在意大利苏赛马日 (Derby Day)，在媒体上引起了被称为“the Shrington incident”的轰动。也许现场的摄影师们对于她的高跟鞋之以鼻，但是并没有妨碍简·伯曼特迅速成为年轻女孩的偶像，她们的关注度也随之增长。被《每日快报 Daily Express》称作“the face of 1960”的蜜雅同样是 1960 年代风潮的代表。她小雀斑的眼睛、高挑式的发型与青春萌女孩一样清透的身材风靡了整个时尚圈。第二年，她来到美国，出现在鲁德·阿曼顿 (Richard Avedon) 这样的摄影大师镜头中，以及《Vogue》杂志的封面上。她的工作酬劳也随之涨至惊人的 240 美元一小时。与他们不同，来自美国上流社会的伊迪·塞奇威克是完完全全的美国制造。她的脆弱与神经质、独立独行的时尚品位与对艺术的热爱让她成为时尚界的宠儿、艺术家的女神、上流社会的右臂。她与年轻的安德·沃霍尔 (Andy Warhol)、鲍勃·迪伦 (Bob Dylan)、米克·贾格尔 (Mick Jagger) 交流，成为他们的女神偶像。也正因《Vogue》杂志，引领起一股“中性时尚”。





美国美羊毛毡  
色质精，手感  
柔软，印花图案  
均列如

服装品牌：  
JENY KICKLE  
MARISFRENCH  
地点：WYVERN  
WOOLSHED



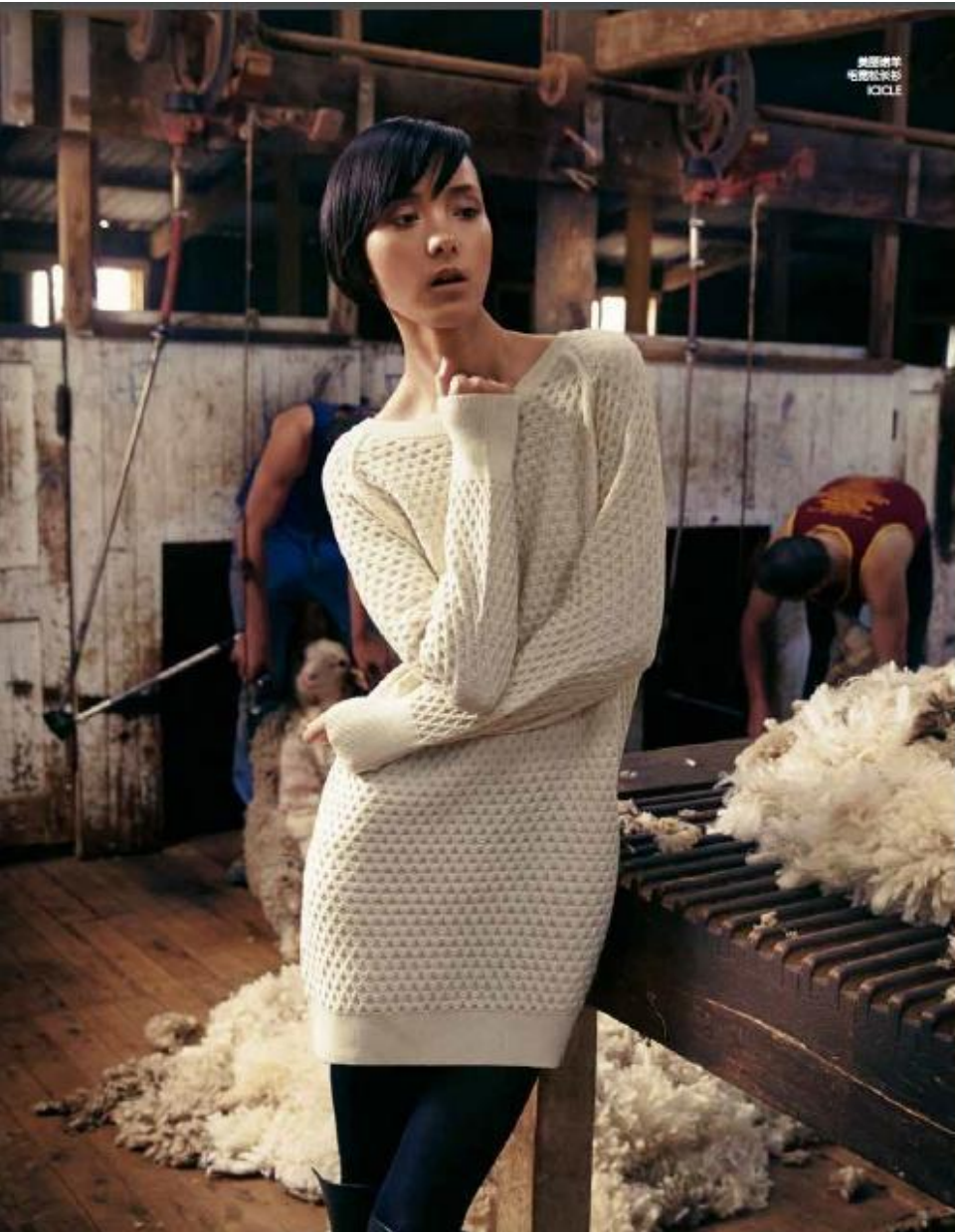
# Wool in Vogue

## 纯粹风尚

具备着天然、可再生分解特性的澳洲美丽诺羊毛 (Merino Wool)，一直被视为是世界上极纤细和极柔软的羊毛材质。2014 Vogue Studio 透过名模装束的步伐，探访澳洲新南韦尔斯农场，在原始的大自然中寻找美丽诺羊毛踪迹，同时携手中国知名设计师品牌，展演今年秋冬优雅与纯粹的羊毛时装风采。

摄影：NICK LEARY 执行创意总监：GRANT PEARCE  
设计：ALEXANDER CHOW 时装编辑：JACKY TAM 文字：SHERISA







美国绵羊毛  
品牌 JOCLE  
长款大衣  
MARISSOLG

美国绵羊毛长款  
外套、阔檐大衣  
宽檐帽长裤  
均为 JINBY



VOGUESTUDIO

The Woolmark symbol is a registered trade mark of The Woolmark Company, in U.K. & elsewhere. Inside the Woolmark symbol (a) is a certification mark.



# Swing in Chengdu

## 摇曳成都

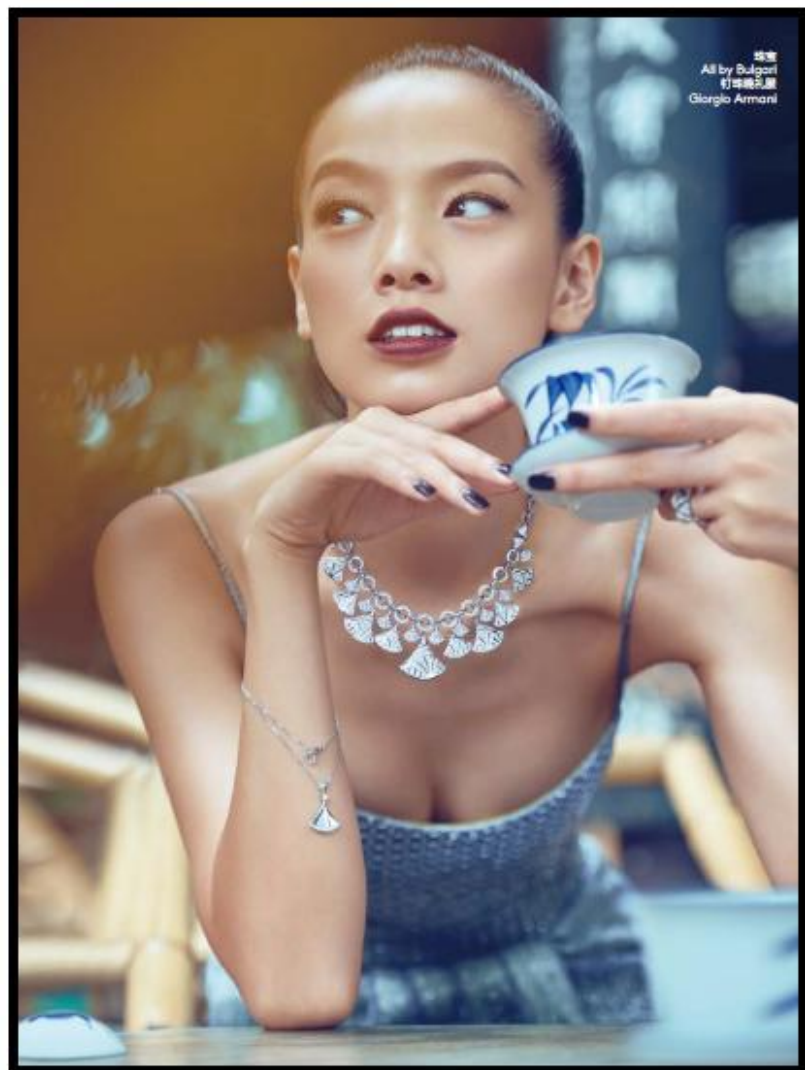
成都的美在于她雍良的风情与悠然的生活。无论是岁月中的公馆文化还是  
悠闲中的市井生活，成都女孩儿俏皮火辣的个性总是能与这样的氛围融  
为一体。镜头切换的瞬间让我们游走在老成都，体会不一样的成都的味道。  
摄影：尹超@SUPERSTUDIO 艺术指导：GRANT PEARCE 创意总监：ALEXANDER CHOW  
编辑/制作：RICK CHEN 造型：YI GUO 彩妆

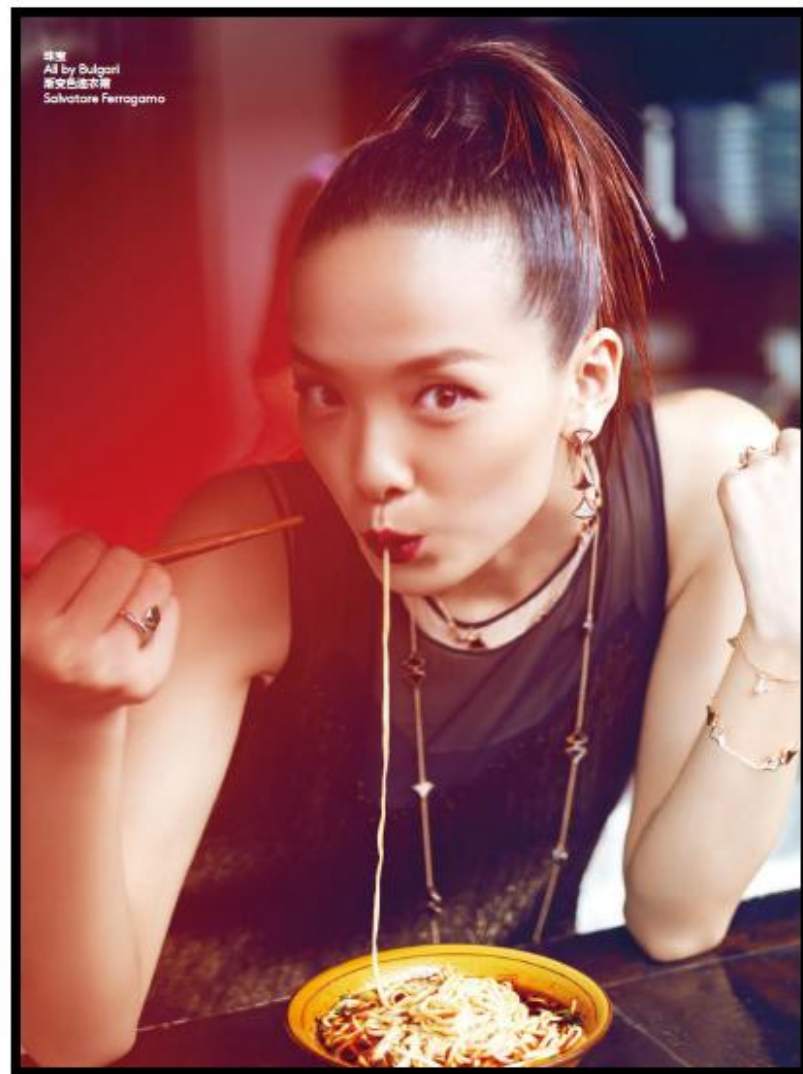
羊毛呢巾  
手帕丝巾  
蕾丝中裙  
拼色亮色大衣  
All by Burberry Prorsum  
高跟鞋  
Salvatore Ferragamo

化妆：Daniel Zhang  
发型：Bon Zhang  
模特：高圆圆、关晓彤

摄影器材：Chanel  
前幕助理：王怡、李宇、田宇、李、周、周  
服装助理：Ang Shi  
特别鸣谢：成都同仁文化传播发展有限公司  
四川蜀川集团







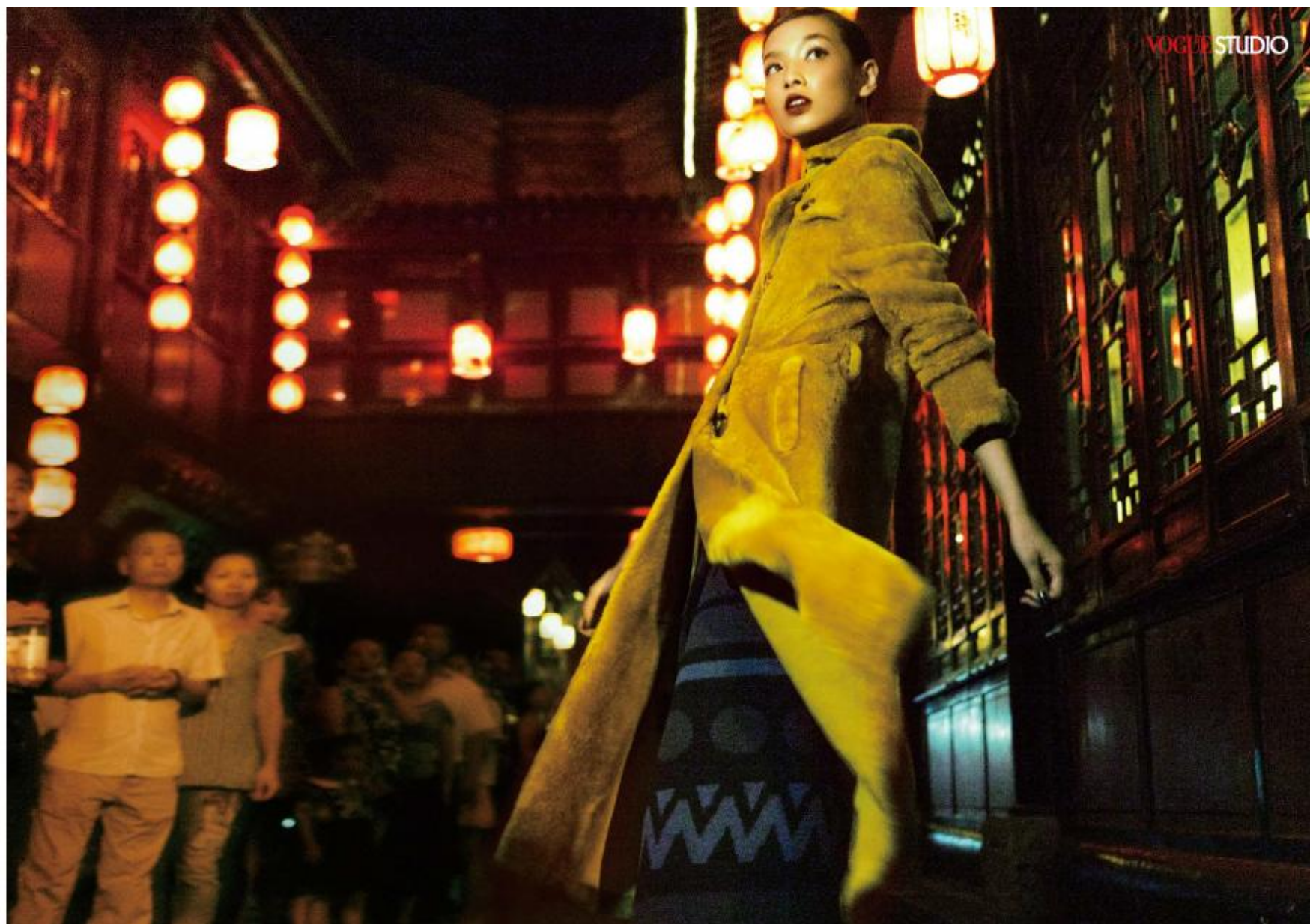




妆容  
All by Bulgari  
配饰 首饰 戒指  
Prada  
彩妆 唇膏  
Lanvin



黑色蕾丝上衣  
黑色围巾  
黑色半裙  
All by Burberry Prorsum  
黑色平底鞋  
Stylist's own



暖黄色羊皮大衣  
厚羊毛中裙

All by Burberry Prorsum





主宰抒情诗和音乐的“音乐缪斯”Euterpe，因其名在古希腊文意为“使人高兴”而被称为“喜乐给予者”（Giver of Delight），蛇形玫瑰金项链承载着古老文明的魅力，交织成一曲悦耳欢快的喜乐之歌。  
NATSUKO NATSUYAMA 114

VOGUESTUDIO



恋爱中的男女会向“情诗缪斯”Erato祈求恋爱顺利，也希望她能为他们带来幸福，其名在古希腊文中有“情人”或“可爱的人”之意。粉色、红色、紫色交相辉映，仿若恋人间的海誓山盟，轻绕颈间，锁住爱情最美的温度。  
HELENE HAMMER 114



“天文缪斯”Ourania主管  
天文学和占星学，她根据星  
相位预言未来，站在象征  
沉默的海龟之上，双眸望向  
天空。紫水晶、红碧玺及钻  
石装饰在她的玫瑰金项链上，  
如同夜空中闪耀的星星，  
一闪一闪，诉说着亘古传  
颂多年的不老传说。  
CINDY WRIGHT 饰



VOGUESTUDIO



名为“宣告者”的“史学  
缪斯”Clio，习掌历史，颈  
间的蛇形项链仿佛向世界  
傲然宣告，我是我，因  
为独一无二，所以无二。  
CELIA BECKER 饰

STORY-TELLING

- MAGAZINE: WELL SHOOTING
- VIDEO: 60 SEC MINI-FILM
- IPAD: VIDEO & DISPLAY ADS



- MINI-RUNWAY SHOW
- FASHION CLASS
- "VOGUE RECOMMEND" STORE DISPLAY

DIGITAL



VOGUE STUDIO  
*for Woolmark*

- VOGUE VIP EVENT RECRUITMENT
- MOBILE MINI-SITE
- SOCIAL MEDIA PROMOTION

EVENT





# 10th Anniversary

*Celebrating for the future*





**10<sup>th</sup> Anniversary**

---

*Special Anniversary Issue*





**2015 Trade Marketing Event Core Concept  
'Vogue Fashion Color Run'**

***On-the-run:***

A series of fashion events to be rolled out in a handful of tier-1 and tier-2 cities

***Cross-over***

Exclusive collaborations with Fashion, Beauty, Tech, & Auto brands

***Creative***

Interactive, rich, and playful user experience





**Project Runway**  
*for fashion clients*



**Beauty Cross-over**  
*for beauty clients*



**Fashion color-run**  
*for tech clients*

**10 VOGUE STUDIO  
PROJECTS FOR 2015**

*Sample Ideas*



**10 cities**  
**10 stories**  
*for automobile/travel*



**Brand Licensing  
Program**  
*for Anniversary*



**Fashion Week  
Reception**  
*for local clients*



# AGENDA

*Packages, Rate Card  
Publishing Schedule*



# 2015 *Publishing Schedule*

main book	supplement	collections	anniversary & regional book
<b>JAN</b>	CHRISTMAS		
<b>FEB</b>		FEB COLLECTION	
<b>MAR</b>			
<b>APR</b>		APR COLLECTION	
<b>MAY</b>	SHOES & BAGS AND MIX & MATCH		
<b>JUN</b>		JUN COLLECTION	REGIONAL BOOK
<b>JUL</b>			
<b>AUG</b>	BRIDAL	AUG COLLECTION	
<b>SEP</b>			ANNIVERSARY
<b>OCT</b>		OCT COLLECTION	REGIONAL BOOK
<b>NOV</b>	SHOES & BAGS AND MIX & MATCH		
<b>DEC</b>		DEC COLLECTION	
<b>12</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>

# 2015 Sales Bundles

BUNDLE	COMPONENTS	ADDITIONAL VALUE	NET COST (RMB)
<b>1</b> PRINT + IPAD	BUY BEFORE-TOC MAGAZINE ADS GET CORRESPONDING IPAD DISPLAY ADS AS PACKAGE		
<b>2</b> IPAD + WEBSITE	IPAD SECTION HOMEPAGE ADS WITH *1 VIDEO (<45S)	DISPLAY ADS ON VOGUE WEBSITE OF 300,000 RMB RATECARD VALUE	200,000
<b>3</b> WEBSITE ADS + MOBILE/ WECHAT ADS	1 BIG DAY ON WEBSITE HOMEPAGE (NET 324,000) + ADS ON VOGUE MINI OR MOBILE SITE OR WECHAT INCLUDING VOGUE EDITING SERVICE. (NET 90,000)	OFFER 1 BIG DAY ON FASHION CHANNEL AND 1 BIG DAY ON INVOGUE CHANNEL AS EXTRA BONUS. (MEDIA VALUE: RMB 600,000)	400,000

# 2015 Sales Bundles

BUNDLE	COMPONENTS	ADDITIONAL VALUE	NET COST (RMB)
 <b>WEBSITE + MOBILE/WECHAT CUSTOM SOLUTIONS</b>	WEBSITE FEATURE *1 WECHAT MINI-SITE *1	OFFER 150% EXTRA BONUS VALUE (RMB 600,000) ON VOGUE WEBSITE AS TRAFFIC ENTRIES	300,000
 <b>WECHAT ANNUAL DEAL</b>	10 POSTS PER YEAR WITH CONTENT EDITING SERVICES	SPECIAL ADDITIONAL DISCOUNT OF 12.5% OFF ON TOP OF THE NORMAL 40% DISCOUNT RATE OF THE TOTAL VALUE (800K RMB)	300,000
<b>COMBO</b>	AN EXTRA 5% OFF ON TOTAL NET COST FOR PURCHASE OF MORE THAN 5 BUNDLES EXCLUDING BUNDLE 1		



**VOGUE**

---

*Quality Authority Creativity*