

## 保时捷卖菜刀、法拉利卖风衣，细数大牌们的“不务正业”

高端品牌们又开始“不务正业”了。近日，保时捷在官网上架一款一体式中国菜刀，名为P22中国刀，售价240美元，约合人民币1700元。官网显示，菜刀整体设计简约，唯一的装饰是手柄前端的金属块以及“Type 301”“纯301钢，由保时捷设计”的字样刻印。目前这款菜刀在美国、英国、加拿大网站均已售罄。

保时捷官网  
保时捷的销售人员在回应菜刀性能的时候，还颇为内涵地说了一句：“可以拍蒜。”保时捷刚卖起菜刀，法拉利又推销起了衣服。今年双十一前夕，法拉利的官方旗舰店推出一款灰色的女士中长款风衣外套，标价4.45万元，基本与Gucci、LV等奢侈品牌的服饰价格持平。

一把菜刀1700元，一件风衣4.45万元，消费者望向自己的荷包，开始怀疑人生。这些车企好好的车不卖，怎么净出些不着调的周边？还有网友调侃道：“明明可以抢钱，保时捷竟然还给了我一把刀。”

事实上，高端品牌做奇葩周边并非新鲜事，很多大牌都尝试推出过各种各样、脑洞大开的产品。比如，Tiffany的“富婆”毛线球、LV镶满logo的风筝、马斯克卖“烧焦头发”的香水……

高端品牌推出周边产品，是为了降低准入门槛，帮助潜在消费者更早进入品牌，建立对品牌的认同感。就像很多人都喜欢保时捷、法拉利，但不是所有人都买得起它们的车，但它们的周边还是可以考虑下的。消费者买的不仅是产品，还有爱与梦想。后续即便只有1%的用户转化率，对品牌来说也是可观的收益。

从这一层面讲，能推出越多周边产品，这些产品受到越多议论，高端品牌们就越高兴。

高端车企，一脚踏进时尚行业  
正所谓，没有时尚sense的高端车企，做不了能卖汽车的服饰公司。

开店卖服装这件事，法拉利是认真的。2020年，法拉利成立了全新部门“法拉利品牌多元化”，特别专注于奢华成衣系列，甚至找来爱马仕首席执行官Axel Dumas加入董事会。

2021年6月，法拉利宣布推出首个高端服饰系列，正式进军时尚行业，还举办了第一场时装秀，地点选在法拉利自家工厂。今年2月、9月，法拉利先后现身米兰时装周、米兰利里科剧院，发布2022-2023秋冬系列男女装合秀、2023春夏男女时装系列。

看这架势，法拉利是想在车企里冲出一个“LV”，让旗下的周边产品成长为公司第二

棵的“摇钱树”。至于结果如何，还很难说，不如先预测一波今年双十一法拉利4.45万风衣的销售情况。

奔驰也觊觎时尚品牌很久了，迫切想要透过时尚打开格局。

2022年10月，梅赛德斯发布了2023新款迈巴赫S级车系，其中一款是与Off-white主理人Virgil Abloh生前共同打造的S680联名限量版车，全球限量发售150台，售价为524.10万元，中国地区的配额仅有22台。

这款车大概率超过多数人预算了，不过与该车同时亮相的还有由Virgil Abloh亲自操刀设计的胶囊系列服装，上面配有“迈巴赫logo”黑色喷绘与刺绣纹样。短袖T恤售价约3500元，帽衫5400元，帽子2800元，手套5700元。

胶囊系列服装  
价格确实也不便宜，但联名服饰大概是很多人距离迈巴赫最近的一次了。此系列一经上线就遭到疯狂抢购，目前已经全部售罄。如果真想买，只能去二手市场淘货，还得承担额外的溢价。没想到，买衣服也能买成理财产品。

去年，奔驰以“Originals”为主题，推出了奔驰2021秋冬爆款时尚系列单品“Mercedes Originals”。该系列共打造了7款单品，包括阔版圆领T恤、阔版帽衫、时尚肩背包、双面渔夫帽、中袜套装、复古印花折扇、双面遮阳伞。

Originals系列产品  
再看模特的宣传海报，完全不是品牌一向的稳重风格，而是妥妥的潮牌高街风。唯一的区别，奔驰服饰的模特是坐在奔驰车上拍的照。奔驰还找了众多时尚圈明星和网红穿衣带货，说唱歌手侃爷穿的Donda联名奔驰T恤在二级市场上甚至炒到500多美元一件。

奔驰联名Donda的T恤  
传统车企热衷时尚行业，新能源汽车也不甘示弱。

前不久，特斯拉创始人马斯克突然表示，自己要当一名自豪的香水销售员，旗下无聊公司发布了一款预售香水，名叫“烧焦的头发”。在销售页面上，这款香水的香调、制作成分、重量都没写，只剩下一句“售价100美元”以及“2023年第一季度发货”。

这款香水是什么味道不好说，但马斯克这位香水销售员倒是尽职尽责，他在推特上激情推销，“请买我的香水，这样我能买下推特”“把世界改你想要的样子”“没有比这更让人热血沸腾的了”“你还能用狗狗币支付”。

几个小时后，“烧焦的头发”销量突破2

万瓶，马斯克小赚200万美元。马斯克对此很满意，把推特简介也改成“香水销售员”，这盛世似乎真的如他所愿。

奢侈品牌打起天价日用品主意  
高端车企卖的时尚单品姑且还算有实用性，而某些奢侈品牌推出的周边产品可以说是一言难尽，甚至让人感到迷惑。

爱马仕曾推出一款黑色的苍蝇拍，售价约3000元，不少网友都表示，买得起这个苍蝇拍的人，用得着拍苍蝇吗？不过，这款苍蝇拍贵也有贵的道理，它的拍面是用爱马仕真皮制作的，外观被设计成兔子和马头的造型，线条圆润流畅。

爱马仕的苍蝇拍  
这款苍蝇拍是由爱马仕Petit h部门设计制作的，Petit h总是重组爱马仕其他部门的边角料，再搭配上设计师的奇思妙想，创作出一些很有“想象力”的作品。

比如，Petit h设计过一款鸡毛掸子，用的是爱马仕的taurillon皮和鸵鸟毛，颇具设计美感，平时不扫灰尘的时候还可以当装饰品用，可谓是鸡毛掸子中的贵族了。

爱马仕的鸡毛掸子  
爱马仕还卖过约7000元的砖头。官方表示这不是一块普通的砖，是四川农村建筑改造项目时拆下的老砖，配合爱马仕的皮件重新打造的。它不仅可以用来当门档，还可以压纸、做笔筒、垫桌脚等等。

爱马仕的砖头  
除了爱马仕，Tiffany也是喜欢设计制作日用品的大户，曾推出过日常物件(Everyday Objects)系列，包括回形针、锡制罐头、毛线球等产品。

看完该系列产品的售价，很难不说一句：贫穷限制了想象力。其中一款纯银衣夹售价4800元，一款18K金的回形针售价超过1万元，一款外形酷似钢丝球的纯银材质毛线球售价更是超过8万元。很多网友戏称该纯银毛线球为富婆“钢丝球”，还表示，先收藏一下，等买得起了，要用它去刷碗，他们的目标是“让每一个碗都享受到尊贵的体验”。

可以看出，Tiffany致力于摆脱严谨、老派的高级珠宝牌子印象，在其他领域的涉猎过程中，也沾染了些诙谐气质。

Louis Vuitton也设计过很多不可思议的周边。比如，它试图为户外旅行增添一点时尚与奢华，于是推出了售价约7万元的印花风筝，5000元的跳绳，2万元的哑铃以及1.68万元的乒乓球拍。

印花风筝的尺寸为1.56米x9米x1.2米，尼龙材质，通体布满LV经典的“Monogram”印花。这款风筝还有专属的帆布收纳包，配

有皮革材质的表扣和表带，LV将其称之为“给户外运动爱好者的杰出礼物”。

LV的风筝  
放风筝是项不错的运动，而LV的风筝或许是天空中最靓的仔。只不过，这风筝线万一断了，7万块也就随风飞走了。

在社交媒体时代，奢侈品牌做与原本格调不符的日用品，天然地就抓住了流量和互联网注意力。

大牌跨界做餐饮  
各界大牌们还把触角伸到了餐饮行业，卖起了食物周边。或许大牌们是想用美食勾起消费欲望，不管是LV的巧克力还是Tiffany的蛋糕，精致的食品就和奢侈品一样，总会成为“弄潮儿们”朋友圈里的爆款。

好莱坞影星奥黛丽·赫本出演过一部电影叫《蒂凡尼的早餐》。在电影中，赫本饰演的交际花霍莉有个习惯，喜欢在Tiffany店铺的橱窗前一边徜徉，一边享用咖啡和早餐。半个世纪后，电影成为影史经典，而“蒂凡尼的早餐”也成为现实。

这几年，Tiffany陆续在纽约、香港、上海等地开设The Blue Box Cafe。在自家首席艺术总监Reed Krakoff设计下，整个咖啡厅被经典的蒂凡尼蓝包围，再点缀上些许白色，满足消费者们对蒂凡尼的童话幻想。

咖啡厅梦幻优雅，店内消费相对于Tiffany的奢侈品也很“美丽”。以The Blue Box Cafe的上海店为例，大众点评网站上人均消费为460元，其中外形出圈的蓝盒蛋糕售价588元，250毫升的矿泉水在50元左右，一款三道式鱼子酱晚餐套餐不到900元。

Louis Vuitton也很会玩。去年，它在东京银座开了一家咖啡店，同时还推出巧克力品牌Le Chocolat V。

方形外观的巧克力上印有LV经典的花纹，一盒四片的巧克力礼盒售价约55美元。在巧克力店里，连冰箱的造型都是LV经典旅行箱。

LV的冰箱  
对于消费者而言，只要点上一杯咖啡和一块巧克力，就可以坐在周围全是LV家居的咖啡店里，享受奢侈品的视觉冲击。连手里的咖啡拉花，都是LV经典的monogram图案，仪式感瞬间拉满。

LV咖啡  
高端品牌们做周边，贩卖的或许早已不是商品本身，而是一种品牌希望传达的生活态度和理念，这背后是品牌价值的延续。至于消费者能不能接受，则又是另一个故事了。

# 爱心老人活动中心

## Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话：  
571-409-3345 (海伦)  
571-599-2570 (丽莎)  
703-354-2323 (传真)  
703-354-6767 转 112  
(办公室李小姐)

急聘RN, PCA: 男女护工多名(有PCA证书优先)、全职/兼职护士(RN)

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151

维州最完善的活动中心