

奢侈品营销女王在中国

■文 / 本刊记者 冯庆汇

人们叫她 Nicole Rose, 或者玫瑰。她是时尚界的弄潮儿, 奢侈品世界的市场营销专家, 德国设计协会 German Wunderwerk 创始人, 中国智能卫浴品牌的国际形象大使。9月, 她的新书中文版《感官六部曲》将正式问世。

周末的夜晚, 在外滩时髦的创意中餐厅第一次见到 Nicole Roesler。

人们也叫她 Nicole Rose, 或者玫瑰。

玫瑰有种天生的明星气场。高耸的发髻充满鲜明的辨识度, 衣着精致而耀眼, 妆容摩登, 你很容易在昏暗的餐厅中一秒钟找到她。短短聊了一个多小时, 玫瑰一直在笑, 有时候甚至有点顽皮, 脱离了典型德国人的严肃形象。

她是时尚界的弄潮儿, 奢侈品世界的市场营销专家, 德国设计协会 German Wunderwerk 创始人, 中国智能卫浴品牌的国际形象大使。如今她在诸多专业身份上又增加了一个新的身份——作家。9月, 她新书的中文版将正式问世。这是一个奇趣的爱情系列《感官六部曲》。

爱情的六部曲

在那次见面后, 玫瑰发来小说的电子版。我很轻松愉悦地读完了。

这是一个商业世界里的爱情故事, 现代人的斗法。玫瑰字里行间有种优美的风趣。很同意一位法国人对这本书的评价: “将阴暗压抑的时刻, 与轻松欢愉相互交织, 最后迸发出灿烂炫目的烟花。Nicole Rose 认真诚恳地传递关于生命与爱的信息。更美妙的是, 她的字句就像香槟一般沁入人心。”

《感官六部曲》是6本小册子, 讲的是一个连贯的爱情故事。玫瑰几乎是在每次去西西里岛度假期间, 坐在酒店里或是咖啡吧里完成的。

“我非常非常爱西西里!” 玫瑰说, 所以就在8月初, 还把她的意大利版小说的发布会也放在了西西里。

书里的女主角叫做 Nikki Rose (妮基·玫瑰)。她是优雅而有趣、梳着高发髻、脚踩10寸高跟鞋的女强人。在最爱的丈夫离世后, 开始一段脱轨的旅程。职场上, 她是国际品牌亚斯卡达的营销女王。她以为找到了真爱, 那个人就是伍尔夫·巴索卡, 默默无闻的摇滚歌手。摇滚乐手