

我的店什么都不卖， 只卖快乐！

Fashionably Wicked

快乐，没有最多，只有更多。
五家伦敦酷店，快来看！

撰文/Yolanda Chen 采访/Zoey Goto
摄影/晓烨沈 美编/Mentola

什么都怪，什么都不奇怪！

系列2



89



55岁 金牛座

“我生长在一个充满魔术的世界，周遭每个人都是魔术师，魔术是我生活的一部分。我的父亲是一位专业魔术师，经常在世界各地巡回演出。当我在读小学时，我发现同学的父母竟然都不会变魔术，这对当时年幼的我来说是很让人吃惊的一件事。我以为，这世上人人都会魔法！”

人们经常问我，魔术世界里还有什么新鲜事？我可以很坦白地告诉你，许多所谓新戏法，不过是“老酒换新装”罢了。

店长

Martin MacMillan

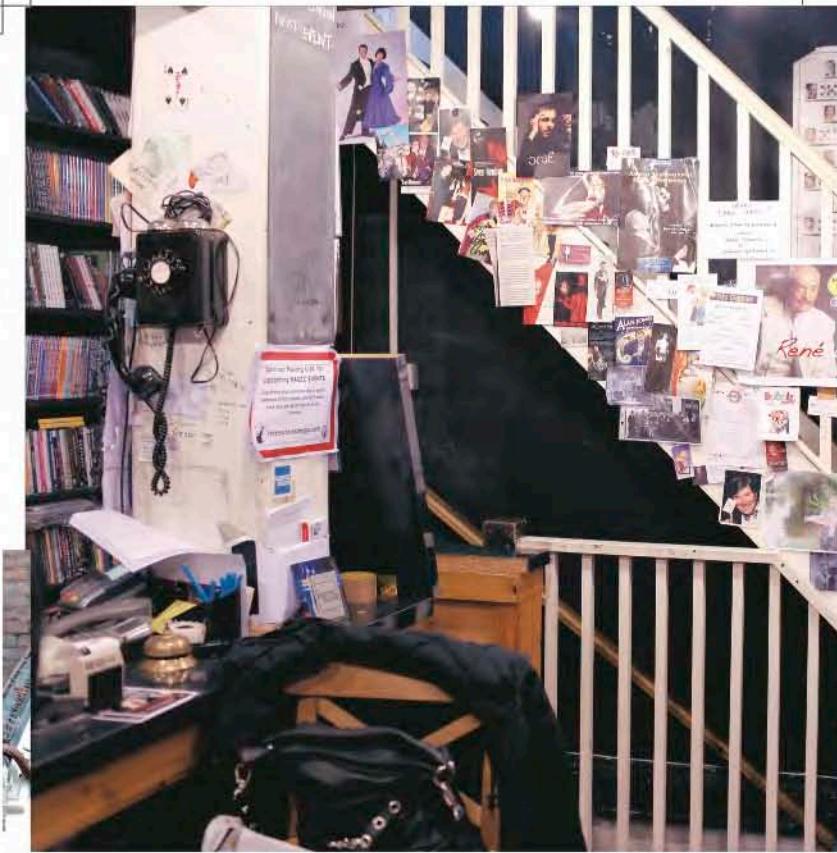
International Magic

<http://www.internationalmagic.com>

化身哈利·波特， 做自己的快乐魔法师

位于
于伦敦Clerkenwell区域，离柯芬园只有几步之遥的International Magic是伦敦唯一的正统魔术商店，一间拥有近52年历史的家族事业。如果你想学习如何让硬币从眼前消失，让一只小白兔在帽子里消失不见，或是让你的朋友头上开出一丛花来，那这间店就是你将梦想照进现实的地方。

走进这间狭窄的小店，眼光不自觉落在墙上满柜的魔术专用道具，有初学者适用的纸牌和魔术硬币，和进阶表演者使用的“消失的橱柜”和“漂浮的灯



International Magic开设一年一度的夜间课程,总价450英镑,共八堂基础魔术训练课,历时8星期。课程结束后,毕业生将能独自面对观众,进行一场完整魔术表演。在众多报名学员中,有些人的学习动机是想在朋友聚会中表演魔术,当成余兴节目,也有人是想成为一名专业魔术师。



泡”。每天晚上,店里固定开设初学者课程,受到许多魔术爱好者的欢迎。每年11月,店家会举办“International Magic Convention”,让魔术迷们可以亲眼看见世界级魔术师的表演。除此之外,还可以参加主题为“纸牌魔法”或是“魔术的事业”这类课程。

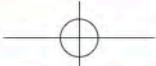
英国的魔术业有着超过五千年的历史,已成为英国的文化象征之一,绝大多数英国成年人都是看着Paul Daniels等知名魔术师的电视特辑,或至少参加过一场现场魔术秀长大的。魔术世界一直弥漫着一股神秘、排外的气氛,每个魔术组织都会要求会员进行一场“神圣的宣誓”,保证不会泄露行业秘密给“非魔术师”。

作为一间魔术商店,International Magic也提供一个场所让业余魔术师学习技法,希望能拉近魔术与大众的距离。这里的最大卖点是有一个专业魔术师,提供给魔术爱好者专业的建议,还能现场演示,教授道具使用方法。店里主要擅长的魔术类别则是“幻象”,让观者相信“不可能”已经变成“可能”。

International Magic是由获奖无数的魔术师Ron MacMillan所创立,目前由他的儿子Martin打理。Ron经常在全球各大城市巡回表演,在有了3个孩子之后,他决定停止这样不安定的生活模式,于是,他开了这间魔术商店,好让他能陪伴在家人身边,照料家庭。

传统魔术行业一直是男性主导的天下,女性只能担任助手,协助魔术师在舞台上搬动道具,或偶尔假装身体被切成两部分。在极少数女性魔术师中,最知名的包括活跃于上世纪30年代的美国“魔术皇后”Dell O'Dell和近期的Dorothy Dietrich,后者是第一位在火烧绳索上挣脱约束衣的女性。Martin观察,近年来店里的女性顾客有大幅增长的趋势,他自己的妹妹就是一位优秀的魔术师。





乳胶衣变身高端时尚,连Lady Gaga都迷恋

Lady Gaga被邀请去和英国女皇见面时,她必须找到一个设计师,为她量身定做一件出彩的服装出席,她立刻拨通Atsuko Kudo的电话。日本设计师Atsuko Kudo是伦敦著名的“乳胶女王”,她颠覆了大众对于乳胶“艳俗”的刻板印象,用乳胶作为素材,设计出一件件夺人眼球的美丽衣装。

Atsuko经常受邀为明星名流设计演出服装,包括碧昂丝、詹妮弗·洛佩兹等人都是她的客户。2001年,她在北伦敦创立自己的服饰店,店面橱窗摆着一件乳胶连衣裙,那是她为著名时尚摄影师尼克·奈特(Nick Knight)的SHOWstudio网站设计的服装。

在东京学习服装设计的Atsuko,某天经过一间情趣用品店,看见一件乳胶衣。她灵机一动,心想:何不将乳胶应用在时尚设计中?鉴于亚洲文化仍然相对保守,她决定搬到文化相对开放的英国伦敦,开展自己的服装事业。最初她只是零星地替朋友制作服饰,没多久她接到第一笔大订单,替知名性感内衣店Coco de Mer设计一个系列。

在西方文化中,乳胶的历史可追溯至克里斯托弗·哥伦布,这位伟大的航海家当年在海地发现了天然橡胶。在往后几年中,橡胶被应用在雨衣制作,进入主流目光。乳胶衣真正登上新闻头条,已是70年代早期。那时,维维安·韦斯特伍德和自己的伴侣Malcolm McLaren在伦敦的国王路(King's Road)上创立了名为SEX的服装店,贩售许多橡胶材质的衣物。

现在Atsuko拥有10位员工,她的艺术家丈夫也是她的得力助手。她的服装系列也在知名百货Selfridges贩售。除了制作女性服装,她也把设计触角扩展到男性着装。最近她接到愈来愈多来自中国的顾客电话,为了远在海外的客户,她还提供Skype“网络试衣”的服务。

替Lady Gaga《Marry the Night》MV设计的6套服装,是Atsuko的成名代表作。除此之外,她也帮Gaga设计世界巡回演出的系列服装。这些成就或多或少改变了普罗大众对于乳胶衣的既定印象,赋予乳胶一层时尚意义。去年,伦敦的V&A博物馆展出了Atsuko的设计,看到自己的作品被放在亚历山大·麦昆(Alexander McQueen)的旁边,她说这是对她个人最大的肯定。

42岁 处女座

“在我来伦敦开设这间店之前,乳胶仍然被大众看作是‘具有性暗示的非主流材质’。我对于乳胶充满了好奇,在我看来,它拥有一种与众不同的美。我对于夸饰性的演出服装和紧身胸衣一直很感兴趣,于是我决定搬到伦敦探索更多。伦敦的开放风气让我的设计更容易为大众接受。”

创始人

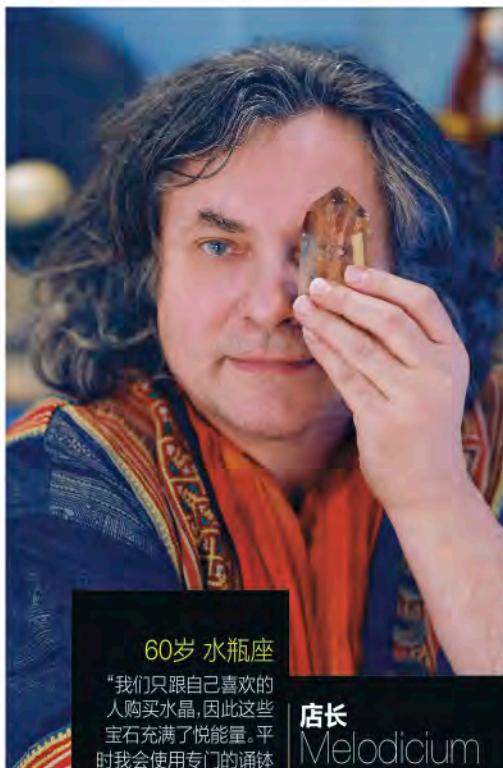
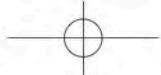
Atsuko Kudo

Atsuko Kudo

<http://www.atsukokudo.com>



过去6年来,我学到最重要的功课就是,一切值得去奋斗的事情,绝非一蹴而就。



60岁 水瓶座

“我们只跟自己喜欢的人购买水晶，因此这些宝石充满了悦能量。平时我会使用专门的诵体（singing bowls），利用‘声音’清洁水晶。只要这些宝石还在店里的一天，我就有责任照顾好它们，让它们‘开心’。”



SELF NY wonderland
悦潮店

悦能量宝石，助你快乐满点

Wilde Ones 是伦敦举世闻名、拥有25年历史的“宝店”，贩卖各种珍奇宝石、民族风珠宝配饰和世界音乐。走进店里，目光所及都是琳琅满目的装饰品，包括印第安人的配饰、衣装，还有一个系列的宝石和心灵书籍。

除此之外，店内还陈列着乐器、塔罗牌、水晶球和西部牛仔帽，还有一大桶能量手环和文身贴纸。墙上挂着许多捕梦网（北美奥吉布瓦文化中的一种手工艺品，使用柳树做框，中间编织著松散的网或蜘蛛网。奥吉布瓦人相信挂上捕梦网能够“捕捉”好梦，阻挡恶梦），店内播放的背景音乐则是印度歌曲。

留着一头飘逸长发的Melodicium在这里工作了20年，店里的所有陈列品就像他的老友一般，再熟悉不过。Wilde Ones创立于上世纪80年代晚期，那时的英国，人们开始对心灵层面的东西感到好奇。自开业以来，店家主要宗旨是向普罗大众推广水晶能量的诸多益处。许多明星名流都是这里的常客，滚石乐队主唱Mick Jagger一家人会来这里购买西部牛仔帽，凯特王妃则喜欢来挑选羽毛装饰的耳环送给自己和朋友。

这间店拥有全英国最大宗的水晶矿石收藏，包括琥珀、缟玛瑙、珊瑚、蛋白石等宝石都在贩卖清单中，价格从1英镑到1万英镑不等。开业至今Melodicium遇过最让人吃惊的顾客是滚石乐队鼓手Charlie Watts的孙女，她请店家帮她搜罗一副狼皮。

当你超时工作，感到十分疲惫的时候，Wilde Ones建议你配戴紫水晶（amethyst），它有“矿石中的清净剂”美名。对于经常旅行的人来说，象征“全新开始”的月光石（moonstone）则是最佳选择。西瓜电气石（watermelon tourmaline）则能帮助我们理解并接受自己的情绪。黄玉除了可以帮助激发创意思维，还可以让身体有“充电”的感觉。





你可以说,Coco de Mer是“情趣品牌中的Liberty(伦敦知名高级百货)”。我们的销售宗旨是:店内贩售的所有商品,店员一定要亲自使用过。

26岁 双鱼座
在曼彻斯特学习时尚设计管理的她,就读大学期间已经拥有知名内衣品牌Fleur of England和Agent Provocateur的工作经验。毕业后她搬到伦敦,加入Coco de Mer团队,担任首席设计师一职。她说在这里工作让她更清楚自己的定位,更加了解自己喜欢什么、不喜欢什么。

首席设计师
Luisa Loveday Rundle
Coco de Mer

<http://www.coco-de-mer.com>

闺房情趣,让你快乐做女人

位于伦敦柯芬园区域的Coco de Mer,是一间高端情趣商店。走进店里,首先映入眼帘的是摆设在中间一个身体弯曲的金色裸女雕塑,这是由艺术家Christian Maas所设计的作品。艳红色的墙上悬挂着由施华洛世奇水晶所缀饰的皮鞭,玻璃柜里陈列了许许多多美丽的珠宝,店里播放的背景音乐多为爵士歌曲,一群极其友善的店员随时恭候顾客咨询。

听到“情趣商店”这个名号,可能会让许多害羞的顾客望之却步。Coco de Mer希望创造一个轻松自在的氛围,让第一次来访的顾客也能享受购买的乐趣,传递一种正面且诙谐的信息。店家参与过许多慈善活动,捍卫女性权利,推广女性自主,还创立了自己的基金会Bondage for Freedom,举办会议和交流座谈会。

Coco de Mer名字起源于东部非洲印度洋上的群岛国家,塞舌尔共和国(Seychelles),意指一款据说能映照出女性臀部的种子。2001年,The Body Shop创始人Anita Roddick的女儿Sam Roddick创立了这间店。她说自己的母亲专注于女性外在的美,她则注重女性内在的生理需求。

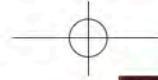
情趣行业一直是男性雄踞的天下,Coco de Mer一反常态,不但创始人是一位女性,店内清一色是女性员工。一开始, Sam是在自家的地下室开展事业,渐渐扩张到拥有自己的店面,吸引众多明星客户来店里购买产品,也和伦敦时装周的设计师合作,设计创意系列。

Luisa说,Coco de Mer的主要顾客分成3类人:爱侣、梦想家、冒险者,横跨各行各业。爱侣是一群“不惜花费重金提升闺房情趣”的人,梦想家是“认同我们的设计理念,想成为我们一员”的人,冒险者则是“具有高度实验精神,勇于尝试一切新鲜事物”的人。

据Luisa观察,近来造访店里的中国顾客愈来愈多,且他们“几乎不会空手离开”。平均消费最高的则是阿拉伯人,曾经有一位女顾客,什么都没试穿,只把物品一件件拿到柜台,单笔消费达1万英镑。凯特·温斯莱特、安吉丽娜·朱莉都是这里的VIP客户,每当她们来的时候,店家会关起大门让她们保有消费隐私,专心选购。



客户的任何要求
都不会让店员太吃惊。
在这里,天底下
没有新鲜事!



刺一个美丽的印记，做最个性的自己

位

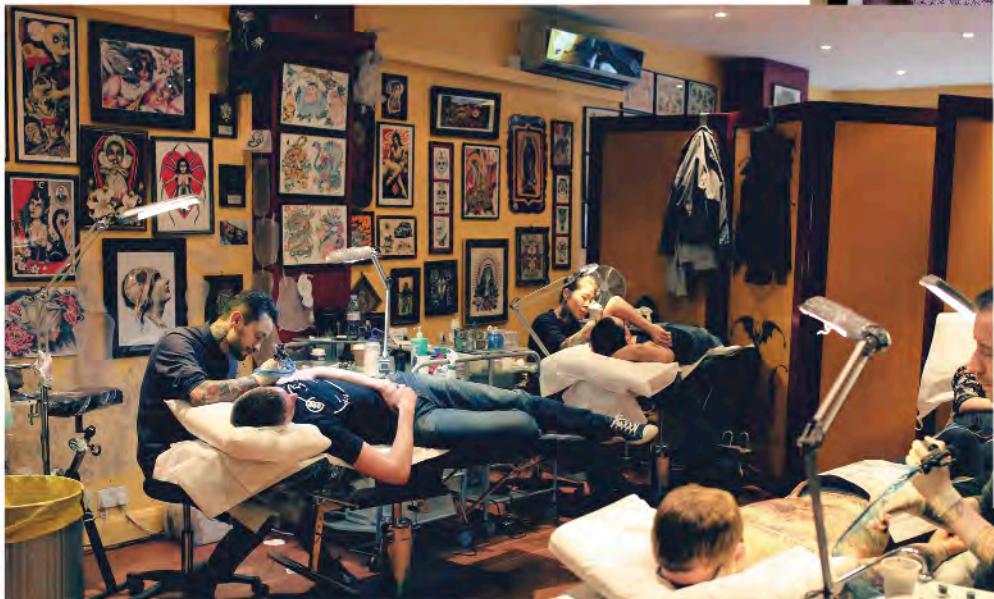
于伦敦Exmouth Market的The Family Business是一间国际知名刺青工作室。走进店里，门口摆放了一座圣母玛利亚雕像，血红色的墙面挂着十字架和耶稣基督画像，等候区和工作区中间隔着一片日式风格的屏风，不知道的人可能会误以为这是一间宗教主题商店。

出生于意大利维罗纳郊区的Mo，从小就在宗教偶像和装饰艺术的氛围中成长，这对他在设计刺青图案和The Family Business的店面影响很大。他在17岁时有了人生第一个刺青，从那时起，他便一头栽进刺青的世界。高中毕业后的Mo，选择当时意大利最受欢迎的3种职业（医生、会计师、律师）之一，攻读法律系，但其实他对从事法律工作兴趣缺缺。

大学毕业后，他做了一段时间的古董拍卖，又在一个乐队里担任吉他手，最后才踏上刺青艺术家的道路。完全没有艺术训练基础的Mo，在修习了绘画技法之后，先后进入两间伦敦著名刺青工作室学习，历时5年时间。“没有所谓‘刺青学徒’这样的职位，我只能不断从每次实战经验中学习进步。”

10年前开业时，店里只有Mo一位刺青设计师。随着日子一天天过去，现在他已有了一批刺青团队和一位经理。虽然他没有任何家人和他一起参与这项刺青事业，他依然把店名命名为“The Family Business”（家族事业）。在他看来，这个名字代表自己对于这项事业的决心和对顾客的承诺。

现在The Family Business已经成为首屈一指的刺青工作室，客户来自全球各大城市，包括纽约、巴黎、斯德哥尔摩、悉尼等。平均一个顾客要等待4个月到一年之久，一个刺青最低要价100英镑，最高可达1万英镑。Mo买下了隔壁的空屋，计划拓宽店面，让来访的客人能享受更舒适的环境与服务。■



从上世纪50年代起，纽约和伦敦这两个城市就开始了一场无声竞争。在我看来，现在的伦敦在创意方面，已经把纽约远远甩在后面。在伦敦，你可以感觉到整个城市弥漫着一股“勇于不断创新、前卫”的风气。

41岁 巨蟹座

过去6年来，Mo最骄傲的事情，就是把The Family Business打造成“创意”的同义词。他学会最大的功课就是：如果你不努力奋斗，什么事都不会发生。只要你投入心力在一件事，总会有结果。即便有时结果不如预想，最终你还是会收获成功的硕果。耕耘愈多，收获愈多。

创始人
Mo Coppoletta

The Family Business

<http://www.thefamilybusinessstattoocom>



在世界上的许多地方，目前刺青仍被视为是“地下”的非主流文化。

