

TOMMY HILFIGER 发布 2017 年 TOMMYNOW 秋季系列 “ROCKCIRCUS（摇滚马戏团）”将沉浸式秀场体验带入伦敦

由 TOMMY HILFIGER 全球品牌大使 The Chainsmokers（烟鬼二人组合）领衔，以 ROCKCIRCUS 命名的本次活动，将 TOMMYNOW“即看即买”的秀场体验带到了伦敦。

整场秀涉及的全部男装女装系列的成衣款式，将通过零售、批发、电商，以及增强现实、聊天机器人、图像识别等创意商务渠道即刻购得。

荷兰，阿姆斯特丹（2017 年 9 月 19 日）——TOMMY HILFIGER，作为 PVH 集团的全资子公司（纽交所代码：PVH），今日围绕时装、音乐与娱乐，成功举办了 TOMMYNOW“ROCKCIRCUS（摇滚马戏团）”沉浸式体验时装秀。本次时装秀的灵感，源自 Tommy Hilfiger 先生一直深爱的摇滚乐，散发着清新前卫的迷人魅力与怀旧气息。作为第三次季内秀，TOMMYNOW 的 2017 秋季系列时装秀在伦敦摇滚圣殿 Roundhouse（2017 年 9 月 20 日北京时间凌晨 2 点）。继前两场 TOMMYNOW 时装秀的成功，本次 2017 秋季秀依然采用 TOMMY HIFIGER“即看即买”的标志性模式。在本次时装秀中，TOMMYNOW 首次同台展出男装与女装系列，并亮相了女装设计款秋季套装系列。秀场全部成衣款，均可通过整合销售渠道在 70 多个国家地区同步买到。

2017 秋季系列

本季，TOMMY HILFIGER 将开创性的 TOMMYNOW 时尚体验推向全球，在震撼人心的秀台上展示了多个系列的成衣款式，包括：TOMMY HILFIGER 系列、HILFIGER COLLECTION 系列，以及 HILFIGER EDITION 系列。

2017 秋季系列，运用叛逆风格演绎 90 年代的经典，实是 TOMMY HILFIGER 对当代美式风格的全新演绎，实现了年轻文化、摇滚激情与学院风格的激荡与碰撞。将经典与街头风格作融合，醒目且极具个性的方格图案，新颖独特的版型比例，以及对运动与滑板风格的经典重温与致敬设计。

TOMMY HILFIGER

TOMMY HILFIGER 亦继续突破秀场的传统陈规，通过先进的数字科技——包括得到全新增强现实技术支持的 TOMMYNOW SNAP 应用，确保最新系列产品都能即时购买。

精品系列

TOMMYNOW “ROCKCIRCUS”，标志着女装设计款秋季套装系列的全球发布。包括时装、鞋类、配饰、太阳镜、腕表和香水。该系列巧妙融合了叛逆态度与柔美风格，结合了独特的休闲风格以及 Tommy Hilfiger 先生对摇滚的挚爱。

TOMMYNOW 也首次同时展出男装和女装，涵盖了女装高端系列 HILFIGER COLLECTION 以及向 TOMMY HILFIGER 男装经典致敬的精选系列 HILFIGER EDITION。

ROCKCIRCUS

超过 2,000 位嘉宾受邀出席，包括消费者、媒体人、买手、嘉宾与意见领袖，特别是共同经历了这场让人灵感四射的惊喜时尚之旅。宾客在 ROCKCIRCUS 的 Pop-up 店铺购买秀场产品，浏览当晚独家 TOMMYNOW 音乐会产品，并在 True Vintage 平台探索 TOMMY HILFIGER 经典产品。他们也可以在 Tommy X You Lab 实验室定制自己喜欢的产品，并在 ROCKCIRCUS Records 购买 Tommy Hilfiger 喜欢的音乐。活动最后，由当红的 The Chainsmokers 二人组献上独家表演，庆祝这队国际知名美国音乐家兼制作人成为 TOMMY HILFIGER 的男装全球品牌大使。

数字商务

TOMMYNOW 平台向来是创新的温床，将改进的新技术，融入到 TOMMY HILFIGER 业务之中。2017 年 9 月，TOMMY HILFIGER 成为首个在 TOMMYNOW 时装秀之外，亦采用增强现实技术的时装品牌，该技术是 TOMMY HILFIGER 与创意数字生产公司 MediaMonks 联合开发。通过 3D 图像识别商业应用 TOMMYNOW SNAP，消费者可浏览具有增强现实效果的 2017 秋季系列主打全身成衣款式，用全新维度享受秀场购物体验，并可直接在 tommy.com 选购自己喜欢的产品。由全球视频搜索

TOMMY HILFIGER

技术的领军公司 Slyce 开发，该款应用于 2017 年春季推出，现已涵盖 TOMMY HILFIGER 所有的全球系列产品。美国、英国、德国、瑞士、法国、荷兰、比利时、西班牙、意大利、俄罗斯、瑞典和丹麦的消费者，可前往 iTunes 商店下载这一集成式电子商务平台。

2017 秋季系列涉及的所有产品，均可通过 TOMMY HILFIGER 的全球销售网络以及自有零售渠道 tommy.com、社交媒体、流媒体购物渠道，以及网络聊天系统进行选购。2016 秋季系列中，TOMMY HILFIGER 联合 msg.ai 成为首个在 Facebook Messenger 推出采用人工智能聊天商务平台 TMY.GRL 的品牌。2017 年春季系列中，TMY.GRL 演变成基于人工智能的私人造型师应用，为消费者打造出更具个性化的购物之旅。本季新推出的 TMY.BOY 根据顾客偏好和活动场合，在 HILFIGER EDITION 系列中进行造型推荐。

模特

本次秀场汇聚了众多名模，包括 Devon Windsor、Hailey Baldwin、Joan Smalls、Sara Sampaio、Jourdan Dunn、Georgia May Jagger、Lucky Blue Smith 和 Presley Gerber。

前排嘉宾

前排嘉宾，包括 Tommy Hilfiger 先生的夫人 Dee Hilfiger、Lewis Hamilton、Shawn Yue (余文乐)，Neymar、Cameron Dallas、Jasmine Sanders、Lara Stone、Poppy Delevingne、Lottie Moss、Brandon Thomas Lee、Pyper America、Gabriel-Kane Day-Lewis、Thylane Blondeau、Rafferty Law、Tina Kunakey、Daisy Lowe、Arizona Muse、Tigerlily Taylor、Amber Le Bon、Yasmin Le Bon、Coco König、Lulu Gainsbourg、Sam Rollinson、Claude Simonon、Paul Simonon、Justine Skye、Lady Amelia Windsor、Pixie Geldof、Hermione Corfield、Selah Marley、Sody, Luke Treadaway。

###