

## ファーウェイ、ヴォーグ・チャイナ、フォルナセッティが、バルナバ・フォルナセッティ デザインのスペシャルエディション腕時計 でコラボ

ミラノ（イタリア）、2015年9月28日/PR ニュースワイヤー/ --

ミラノ・ファッションウィークのヴォーグ・チャイナ 10周年記念祝賀会でゲストへの特別記念品として配られるこのデザインは、ファーウェイのクラウドソーシングによるデザイン・プラットフォームのオープニングを飾ります。

ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループ（BG）は本日、有名なイタリア人デザイナー、バルナバ・フォルナセッティがヴォーグ・チャイナ 10周年記念祝賀会のゲストのために作った、スペシャル・エディション・ウォッチ第一弾を発表いたします。このギフトは、絶え間なくアート、デザイン、現代技術を結合させるファーウェイ、ヴォーグ・チャイナ、フォルナセッティのコラボを象徴しています。

マルチメディア・ニュースリリースをご覧になるには、[ここをクリックしてください](#)。

<http://www.multivu.com/players/uk/7639851-huawei-special-edition-watch-fornasetti/>

フォルナセッティのデザインによるウォッチでは、使う人がどこにいても、いつでも電話、携帯メール、インスタント・メッセージ、Eメールの通知を受け取れます。

フォルナセッティの文字盤の独占デザインには、象徴的なフォルナセッティの「主題と展開」（Tema e Variazioni）のモチーフが用いられ、時計バンドと

付属の箱は、伝統的なグリーンの「マラカイト」を使ったフォルナセッティらしいデザインです。箱には、見覚えのあるフォルナセッティの鍵穴も目立っています。

このプレミアムウォッチは、時代を超えた美的デザインと内蔵のスマート技術を兼ね備えています。

スペシャル・エディション・ウォッチは、ミラノ・ファッションウィークの最後を飾るファーウェイ提供のヴォーグ・チャイナ 10 周年記念祝賀会でのみ入手できます。ファーウェイ・ウォッチの広告キャンペーンや写真撮影に出ている世界的に有名なファッション写真家、マリオ・テストノ、スーパーモデルのカーリー・クロスとショーン・オプリーが独占イベントに出席します。

ヴォーグ・チャイナのウォッチ向けフォルナセッティの発表と同時に、ファーウェイは、デザイナーやアーティストがウェブサイトから作品を提出するための「デザイン・パワード・バイ・ファーウェイ」プラットフォーム

(<http://consumer.huawei.com/design>) を開始します。ウォッチのような既存の製品のカスタムスキンにせよ、水晶玉を通して将来のスマートフォンやスマートウォッチのような未来の製品を見るにせよ、ファーウェイはデザイン社会が創り出すものに期待しています。

### **スマート技術で作りに上げられる伝統的なデザイン美学**

洗練された素材を使って手作りされているため、ファーウェイのウォッチは全エディションが完全な円形の 1.4 インチ、タッチセンサー式 AMOLED 画面、スイスの時計メーカーが好んで選ぶ傷のつきにくいサファイア・クリスタルガラス、冷間鍛造ステンレスのフレームでできています。

高級ウォッチでは、ファッションとテクノロジーが会う空間をデザインが正確に形にします。文字盤は傷のつきにくいサファイア・クリスタルで直径 42 ミリという、腕時計の伝統的な寸法です。

オフライン再生用に音楽をダウンロードすることができ、ワイヤレス・ヘッドフォンがBluetoothに接続しているため、ランニングのお供に最適です。心拍センサーが心拍を正確に測定、6 軸運動センサーはウォーキング、ランニング、階段上りなどの動きを追跡します。

## ファッションと技術の世界を取り入れて

伝統的なフォルナセッティのブランドは 20 世紀にさかのぼり、ピエロ・フォルナセッティが「夢のデザイナー」として始めたものです。装飾的発想に関しては、フォルナセッティのオブジェや家具の制作数は 20 世紀で最多の部類に入ります。フォルナセッティの息子であるバルナバは、父の真の芸術的洞察力とルーツを職人的な姿勢で共有しながら、フォルナセッティのデザインを制作し新たに作り直し続けることで、フォルナセッティの伝統を受け継いでいます。

ファーウェイの時計の文字盤の「主題と展開」のモチーフは、19 世紀のイタリア人オペラ歌手、リナ・カヴァリエリから着想を得ています。フォルナセッティは、彼の象徴的な原型を選んだのと同じく、クラシックな様式美だという理由でこのイメージを選びました。リナの顔はファーウェイ・ウォッチの時代を超えたデザインを引き立たせ、ファッションと技術を取り入れていることをさらにはっきり表しています。

バルナバ・フォルナセッティはファーウェイ・ウォッチのデザインについてこう述べています。「フォルナセッティのブランドは、クラシックデザインとオブジェに新たな目的を与え、つねに職人的な姿勢を維持しながら、復活と再構成することで成り立っています。リナの顔は父の遺産の一部であり、その時代

を超えたデザインを強化するため、私は逆説的に時間を計る最先端の製品に使用おうと決めたのです。

ファーウェイ・コンシューマーBG 最高マーケティング責任者、グローリー・ジャンは、フォルナセッティ・ウォッチのデザインについて、「今回のフォルナセッティとのコラボは、革新的技術、アート、デザイン、文化の結合を実現させる、ファーウェイにとって胸躍る旅の始まりです。わが社がアートの中で革新者になるべく動いている今、これは数多くの心躍る文化的コラボの第一弾です」と述べました。

## 入手可能性と付属品

ファーウェイ・ウォッチの標準モデルは、米国・英国・アルゼンチン・オーストラリア・ブラジル・カナダ・デンマーク・フィンランド・フランス・ドイツ・香港・イタリア・日本・ノルウェー・フィリピン・ロシア・シンガポール・韓国・スペイン・スウェーデン・スイス・アラブ首長国連邦など、20以上の国と地域で入手可能になります。

詳細はこちらをご覧ください。

<http://consumer.huawei.com/minisite/worldwide/huawei-watch/>

ファーウェイ・コンシューマーBG の定期的なアップデートは、以下でどうぞ。

フェイスブック: <https://www.facebook.com/huaweidevice>

ツイッター: <https://twitter.com/HuaweiDevice>

グーグル: <https://plus.google.com/+HuaweiDevice>

YouTube: <https://www.youtube.com/huaweidevice>

Flickr: <https://www.flickr.com/photos/huaweidevice/>

## ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループについて

2014年までに、ファーウェイ製品とサービスは170以上の国、世界人口の3分の1に及びました。ファーウェイのスマートフォン出荷は2014年に世界第3位となりました。ファーウェイは米国、ドイツ、スウェーデン、ロシア、インド、中国に16の研究開発センターを設置しました。ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループは、スマートフォン、モバイル広帯域機器、家庭用機器、クラウド機器を取り扱う、ファーウェイにある3つの企業のうちのひとつです。ファーウェイのグローバルネットワーク、世界中での事業展開、ビジネスパートナーを足掛かりに築いたファーウェイの20年以上にわたる通信業界での専門知識を基に、ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループは消費者に最新の技術を提供し、世界中の人々に技術的進歩の喜びを届けることに全力を尽くしています。ファーウェイは言葉通りに実行し、夢を実現します。詳細は <http://www.consumer.huawei.com/> をご覧ください。

お問い合わせ：

Laura.Cholwill@hkstrategies.com

+44(207)413-3000

情報源：ファーウェイ