

全球品牌事业

GU

Theory

J Brand

Comptoir des Cotonniers

Princesse tam.tam





<http://www.gu-global.com/>



GU大阪心斋桥旗舰店

GU，让时尚更自由 凭借日式“可爱”风格进军亚洲市场

GU(极优)是时尚、低价的服饰品牌。它承袭了优衣库的SPA(自有品牌服饰的专卖店零售商)经营模式和方法，对企划、设计、生产、销售各环节实施一条龙管理，并首开先河，在日本市场确立了低价时装的经营模式。2014财政年度，GU的销售额突破千亿美元关卡达1,075亿日元，并提出以销售额增至3,000亿日元为公司的中期目标。

在日本市场，GU的店铺总数已达275家(截至2014年8月末)。今后将继续以每年50家的速度开设新店，力争使店铺总数增至500家。同时GU冀望于亚洲市场的成长。自2013年9月在上海开

设海外首家店铺后，2014年秋季，GU又在台湾开设了两家店铺，并赢得了台湾消费者的狂热支持。今后，GU将考虑加大在亚洲各国的拓展力度，扩大店铺的覆盖范围。

以“让时尚更自由”为品牌理念的GU，云集了引领当季潮流的服装单品。总裁柚木治表示，“GU将坚持不过度设计、适量注入流行元素，强调时尚平衡感。通过突出日式‘可爱’风格优势，实现与欧美快时尚品牌的产品差异化。同时，逐步搭建人气商品荟萃、商品价格亲民店铺”。堪称日本快时尚代表的GU，有望在将来成为亚洲市场的人气品牌。



t h e o r y

P L S T

HELMUT LANG

<http://www.link-theory.com/>



Theory 青山旗舰店

推动时尚界发展的引擎 当代市场的领跑者

1997年诞生于纽约的Theory(思睿)是为都市男女所设计的现代时装品牌。Theory以“都市实穿主义摩登风格”为理念,采用品质上乘的严选面料,打造剪裁合身、廓型流畅的服装,备受拥趸的追随。Theory当初是由安德鲁·罗森(Andrew Rosen, 现今Theory全球CEO)等人创立,1999年进入日本市场后,迅速成为人气品牌。

Theory创立初期的设计师丽莎·卡尔森(Lisa Kulson)于2014年春季重回Theory, 就任创意总监。她致力于使Theory重现品牌理念初衷的同时,进一步提升其品牌魅力。卡尔森认为,“现在的Theory需要添加些许女人味和性感元素,从而淡化其过于浓重的

职业女装印记,适应现代女性更时尚更优雅的生活形态”。在2015年春季新品发布会上,人们发现Theory果然推出了将时尚元素和经典款型巧妙结合的系列新品。

除Theory品牌外,Theory公司旗下还包括HELMUT LANG及PLST等两大品牌。PLST诞生于日本,是高雅时尚人士所钟爱的品牌,人气一直居高不下,成为Theory公司的第二大支柱。截至2014年8月末,Theory旗下几大品牌的店铺总数已增至460家,销售额达800亿日元水平。

※ 所谓当代市场(Contemporary Market),是指以合理价位,提供与设计品牌同等品质的商品,即以当代时尚消费者为对象的市场。



J BRAND

<http://www.jbrandjeans.com/>



J Brand阪急百货店梅田总店

诞生于洛杉矶 深受好莱坞明星青睐的高级丹宁品牌

2005年创立于美国洛杉矶的J Brand, 是一个以高级丹宁牛仔服饰为核心商品的当代服饰品牌。该品牌以面料上乘、品味高雅、款型优美、精致合身等特点赢得了广泛好评, 其女装高级丹宁尤其突出, 现已稳坐业界第一把交椅, 深受国际女演员、顶级名模、好莱坞明星的青睐。

J Brand的销售网络以美国市场为核心, 目前已拓展至20多个国家、2,000多家知名百货商店和时装精品店。自2013年10月正式进驻日本, 在阪急百货店大阪梅田总店开设首家直营店后, J Brand在日本已拥有越来越多的粉丝。

2014年3月推出的“超级紧身牛仔系列”(Stocking Jean), 由于在丹宁牛仔面料中加入了绝妙比例的锦纶成分, 给面料增加了前所未有的强度和弹力, 从而实现了完美的贴身效果。在对面料执著追求的同时, J Brand也十分重视细节设计, 例如, 纽扣选用镀有稀有金属的钉纽扣等等。

2014年秋冬季, J Brand联手极具人气的英国新锐设计师西蒙娜·罗莎(Simone Rocha) 推出合作商品。该系列商品采用摩登且充满女人味的饰边设计, 为丹宁牛仔外套和裤装平添了无限魅力。勇于大胆尝试的J Brand, 为丹宁业界注入了诸多新鲜元素。





Comptoir des Cotonniers巴黎 石块铺路街(rue Pavée)店

散发着浓郁法国气息的 风格和款式

Comptoir des Cotonniers (CDC;康特妮)是1995年诞生于法国的女装品牌,它的传奇始于在巴黎和法国南部图卢兹开设的两家时装精品店。CDC致力于为现代女性提供永不褪色的时尚和散发着法式优雅的时装。该品牌以其品质上乘的面料、设计精良的款型、高雅的都市风格,在法国、欧洲乃至亚洲均受到越来越多女性的青睐。

2014年秋冬季, CDC推出了以五十年代末兴起的法国“新浪潮”电影为创作灵感的风衣、宽松款针织开衫以及鞋、包、饰物等时装配件,备受时尚女性的关注和好评。此外, CDC的轻盈羽绒

外套系列“Mademoiselle PLUME”(羽毛小姐),因其随意自由的法式风格,轻薄、方便等特点而赢得了众多消费者的喜爱。

2014年春季, CDC在欧洲推出了使用手机应用程序的“Fast Shopping”(快捷购物)促销活动。顾客只需轻松点击付款,便可在48小时之内收到自己购买的服装。这一促销活动受到广大的关注。

截至2014年8月末, CDC在全球已拥有374家店铺,其中法国227家,欧洲其他国家93家,日本等亚洲国家46家,美国8家。





Princesse tam.tam巴黎 圣奥诺雷郊区街店

源自法国的人气时装品牌 优雅的风格吸引着众多忠实的粉丝

Princesse tam.tam (PTT;丹丹公主)是诞生于法国的时尚内衣品牌。1985年,创始人希利吉(Hiridjee)姐妹以其风格独特的印花和时尚多彩的设计在法国成衣界上受到广泛关注。1987年,PTT在巴黎塞纳河左岸的蒙帕纳斯开设了第一家专卖店。它所倡导的“散发女性独特魅力”的内衣理念,引发了众多女性的共鸣,吸引了大批忠实的粉丝。

该品牌包括女士内衣、家居服、泳衣、运动服等产品系列,继承了法国内衣制造业历史悠久的技术和精工细作的优良传统,注重细节,做工精良,于细微之处彰显卓越的品质。

2014年8月,继欧洲之后,PTT在日本也启动了网上商店。网店的开设使顾客身在日本,也能享受到宛若置身巴黎般的购物体验,人气十分火爆。2014年秋冬季,PTT以来自蕾丝花样中最负盛名的Resille(鱼网状)为设计灵感,推出“Resille Collection”内衣系列,随意自在优雅的装扮迅即俘获了众多女性的芳心。

截至2014年8月末,PTT在巴黎的老佛爷百货公司、春天百货公司等以法国为中心的欧洲各大百货商店和专卖店,已拥有直营店和加盟店共计152家。除此之外,PTT的销售网络正逐渐向全球拓展,目前已在48个国家拥有1,000多个销售网点。

