

基础信息

- 【品牌名称】乐库原创 / Happy Tee
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2005 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海升和服饰有限公司
- 【公司地址】上海市徐汇区田林路 140 号 28 栋 401B~D
- 【公司电话】021-66592118
- 【品牌官网】<http://www.happytee.cn/>
- 【实体旗舰店】上海市西藏中路 190 号
- 【网络旗舰店】<http://happytee.tmall.com/>
- 【品牌理念】让所有人都能轻松获得快乐。

品牌定位

- 【主力品类价格带】春夏装 29~559 元；秋冬装 99~1199 元。
- 【产品风格】乐库原创品牌是至今国内少有的始终坚持做原创图形及服装设计并具有鲜明个性特征年轻品牌，坚持原创并乐此不疲，发掘生活中各种让人快乐的元素并进行创新设计，与各种基本或潮流服装款式进行碰撞混搭，各种高彩度的颜色，丰富的原创图形，实用及潮流的服装，形成了独特鲜明的品牌个性。

经营规模

- 【店铺布局】全国已开设超过 100 家门店，分别位于上海、江苏、浙江、山东、湖南、湖北、四川、重庆、北京、天津、辽宁、河南、河北、山西、内蒙等地，其中上海 30 家店，苏州 6 家店，常州 1 家店，南京 4 家店，无锡 1 家店，镇江 1 家店，宁波 4 家店，绍兴 1 家店，杭州 4 家店，长沙 2 家店，武汉 6 家店，成都 3 家店，重庆 5 家店。

新媒体

- 【新浪微博公众账号】HappyTee 官方微博。 【微信公众账号】happytee。
- 【腾讯微博公众账号】HappyTee。

发展历史

品牌 2005 年在上海创立，最初名为 T-UNIFORM，品牌第一家门店在上海徐家汇流行线潮流百货诞生；

2009 年，为了更确切的传达品牌概念，正式更名为 Happy Tee；

2010 年，在上海拥有 12 家分店；

2011 年，品牌扩大市场，在苏州、宁波、杭州等城市陆续开设分店；

2011 年，品牌天猫旗舰店（Happy Tee 旗舰店）正式开启，开始品牌网络销售；

2012 年，Happy Tee 进驻上海正大广场、来福士、港汇、银泰、万象城、NOVO、太平洋、巴黎春天、大洋、新百、奥克斯等中大型商场；

2012 年，品牌又陆续开拓了武汉、南京、成都、重庆、青岛、北京、天津、大连等城市；

2013 年，品牌的产品线已经衍生至生活、家居、文具用品等各个领域。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】上羽 / SLIM
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】1975 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）
上海上羽服饰有限公司（所属公司）
- 【公司地址】上海市杨浦区延吉中路 105 号
- 【公司电话】021-65389009；021-65389008
- 【品牌官网】<http://www.senyu1975.com/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 635 号永安百货 6 楼
- 【网络旗舰店】<http://slim.tmall.com/>
- 【品牌理念】提供更注重实用性、更讲究精致品质、更易于日常搭配、更具性价比的差异化产品。

品牌定位

- 【主力品类价格带】女装 900-1 700 元；男装 900-1 600 元。
- 【目标消费者】25~50 岁热爱生活的时尚人群。
- 【产品风格】日常休闲主义。

经营规模

- 【经营业绩】2008~2011 年连续四年业绩增长率达 80~100%。
- 【店铺布局】上海设有 7 家店铺，包括南京东路、中华路 1320 号、延吉中路、虹口区车站北路 438 号、中山西路 800 弄 52 号、茅台路 567 号上服商厦 1 楼、浦东新区慈善街 72 号。

发展历史

1975 年，在上海羽绒服总厂，中国第一件羽绒服诞生，上羽品牌从此风行，上羽开创了羽绒服行业的新时代。同一年，上羽公司科技创新，研发防寒服，首次登上了世界最高峰——珠穆朗玛峰，并于 1984 年首赴南极科考，成功接受极地考验，在服装行业创下了“登峰造极”之神话。

2006 年，上羽公司进行资产重组，荣归波司登集团旗下，成为集团六大核

心品牌之一，从此开启了全新的历程。

2013 年，上羽以 38 年来的传承品质，推出了幻彩时光、都市闲趣、经典之惑三大系列羽绒服。上羽的海派时尚博得了时尚圈的认可，上羽品牌也被授予“最具潜力羽绒服品牌”和“中国羽绒服功勋品牌”。

图片信息

【海报】



【主推款】



Combo康博
SINCE 1976

基础信息

- 【品牌名称】康博 / Combo
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】1976 年
- 【成立地点】常熟
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司
- 【公司地址】江苏常熟波司登工业园区康博大道
- 【公司电话】512-52357951
- 【品牌官网】<http://www.combo1976.com/>
- 【实体旗舰店】江苏省常熟市南桥镇育秀路 455 号
- 【网络旗舰店】<http://kangbo.tmall.com/>
- 【品牌理念】创冬日休闲第一品牌。

品牌定位

- 【主力品类价格带】羽绒服 800~1 900 元。
- 【目标消费者】心理年龄在 20~55 岁，追求时尚、休闲、健康生活的群体。
- 【产品风格】简约、时尚、自然、休闲、功能性强。

新媒体

- 【新浪微博公众号】康博服饰官方微博。 【微信公众号】康博服饰。
- 【腾讯微博公众号】康博品牌。

发展历史

康博品牌羽绒服品质优异，先后通过国家免检产品和中国名牌产品认证。并荣获中国驰名商标、中国航天事业合作伙伴、中国知名（著名）品牌，是中国最具市场竞争力品牌之一，成为服装业最具发展潜质的原创品牌之一。经国家统计局调查统计，康博品牌在 2011 年度全国市场同类产品名列前茅。

在总公司多品牌战略规划下，随着波司登品牌向高端提升，康博将逐步填补其留下的市场空间，继而发展成为行业旗舰品牌。此外，将逐步向国际化、四季化品牌转型。未来，将打造成一个全新的立足羽绒面向时尚、休闲消费群体的强势四季化男装品牌。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】波司登 / BOSIDENG
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】1994 年
- 【成立地点】常熟
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）
波司登羽绒服装有限公司（所属公司）
- 【公司地址】江苏省常熟市波司登工业园区
- 【公司电话】512-52532888
- 【品牌官网】<http://www.bosideng.com/>
- 【实体旗舰店】北京西单北大街 129 号西单旗舰店
- 【网络旗舰店】<http://bosidengyrtjj.tmall.com/>
- 【品牌理念】闪耀的明星气质，极致的生命张力。

品牌定位

- 【主力品类价格带】358~3 756 元。

经营规模

- 【经营业绩】以 2013 年为例，收入 93.245 亿元，增长 11.3%；净利 1.787 亿元，降低 24.9%。其中，电商收入 3.5 亿元，增长 76.7%；非羽绒业务收入 12.8 亿元，降低 5.3%；男装收入 4.8 亿元，降低 30%。

新媒体

- 【新浪微博公众号】波司登。 【微信公众号】波司登风尚。
- 【腾讯微博公众号】波司登。

发展历史

1975 年，高德康先生创建村办缝纫组，靠 8 台缝纫机、11 位农民白手起家。在艰苦的环境下，创业者们喊出“艰苦创业，永争第一”的口号，凭着诚信、吃苦耐劳、团结务实来求得生存。

1994 年，企业改制完成，成立了波司登品牌，确定了科学管理在企业的主导地位。

1995年，把时装化设计理念引入羽绒服装行业，变羽绒服的“厚、肿、重”为“轻、美、薄”，引领防寒服休闲化、时装化、运动化的消费潮流，步入发展快车道。波司登品牌羽绒服于中国销量第一。

1997年，推出“雪中飞”品牌。

2000年，“雪中飞”品牌中国羽绒服销量第二。

2001年，推出“冰洁”品牌。

2007年，波司登集团于香港联合交易所上市。

2009年，正式宣布进军非羽绒业务并收购“波司登男装”品牌。

2011年，投资休闲品牌“摩高”，收购国内领先女装品牌“杰西”。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】摩高 / mogao
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】1999 年
- 【成立地点】常熟
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司
- 【公司地址】江苏常熟波司登工业园区康博大道
- 【公司电话】571-28871588
- 【品牌官网】<http://www.mogao.com.cn/>
- 【网络旗舰店】<http://mogao.tmall.com/>
- 【品牌理念】专业、坚持、创新。

品牌定位

- 【主力品类价格带】夏季男装 160~460 元；夏季女装 400~700 元。
- 【目标消费者】20~32 岁，有良好素养，有稳定收入，踌躇满志，人生态度积极正面的，能融入城市主流社会中坚。
- 【产品风格】简洁、形象突出、功能性强、年轻、活力、通勤。

经营规模

- 【店铺布局】目前已在杭州、沈阳、昆明、长沙、成都、郑州、金华等地设立 500 多家专卖店。

发展历史

摩高强大的设计团队频频摘取设计大奖。在 2004 年中国国际时装周上，凭借前沿时尚的设计理念，一举拿下了“中国最佳休闲设计奖”，业界为之震惊；2005 年中国国际服装博览会上的完美演绎可以说是在业界的又一次惊艳亮相。

经过 10 多年的发展，摩高现已建立了运作规范、网络健全的连锁专卖和特许经营渠道体系，完成了全国渠道布局。在完善国内营销网络的同时，摩高还大力拓展海外市场战略，已在越南、菲律宾等国家开设了多家专卖店，为摩高的国际化发展奠定了坚实的基础。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



基础信息

- 【品牌名称】冰洁 / BENGEN
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2004 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）
上海冰洁服饰有限公司（所属公司）
- 【公司地址】上海市黄浦区陆家浜路 468 弄 48 号
- 【公司电话】021-63086095
- 【品牌官网】<http://www.bingjie.cn/>
- 【网络旗舰店】<http://bingjie.tmall.com/>
- 【品牌理念】冰清玉洁、品味不凡。

品牌定位

- 【主力品类价格带】短款羽绒服 628~1 668 元；中长款羽绒服 808~2 380 元。
- 【目标消费者】都市时尚女性。
- 【产品风格】青春、时尚、潮流、活力。

新媒体

- 【新浪微博公众号】冰洁服饰。
- 【微信公众号】冰洁服饰。

发展历史

冰洁羽绒服为波司登股份有限公司五大系列品牌之一，产品畅销国内二十多个省、市和自治区，并以其不凡的品质、合理的价位，深受消费者喜爱和客户好评。

- 2001 年 6 月，冰洁羽绒服通过中国环境标志产品认证。
- 2003 年 1 月，被国家质量监督检验检疫总局认证为国家免检产品。
- 2003 年 6 月，“冰洁”商标成功注册。
- 2005 年 3 月，“冰洁”荣获“2003/2004 中国服装品牌潜力大奖”提名奖。
- 2010 年，聘请韩国明星张娜拉为品牌代言人。
- 2011 年，聘请人气女星杨幂为品牌代言人。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】雪中飞 / SNOW FLYING

【主业类别】男女装

【成立地点】常熟

【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）

上海雪中飞实业有限公司（所属公司）

【公司地址】常熟市古里镇波司登工业园区康博大道旁

【公司电话】512-52913056；512-52913035

【品牌官网】<http://www.snowflying.com/>

【实体旗舰店】上海市虹口区四川北路 2192/1552 号

【网络旗舰店】<http://xuezhongfei.tmall.com/>

【品牌理念】以羽绒服为基础，成为最具影响力的动感新潮休闲服装品牌。

品牌定位

【主力品类价格带】女士羽绒服 700~2 200 元；男士羽绒服 1 000~2 000 元。

【目标消费者】18~25 岁女士；25~38 岁男士。

【产品风格】动感、酷炫、潮流、时髦；自在、休闲、街头。

新媒体

【新浪微博公众号】雪中飞

【腾讯微博公众号】雪中飞

发展历史

雪中飞羽绒服国内市场占有率已经连续 14 年（2000~2013）行业第二，雪中飞品牌价值经权威机构评估达 65.76 亿元，是服装行业极具成长性品牌之一。

2002~2003 年，雪中飞羽绒服被国家质量监督检验检疫总局认定为中国名牌产品和国家免检产品。2007 年，雪中飞被评为中国驰名商标，并先后被评为 2006 年最具知名度创新品牌、中华名特优产品指定供货单位。在国际市场上，雪中飞休闲服被美国绿色产品委员会认证为绿色产品，被法国科技质量监督委员会推荐为高质量科技产品。2012 年起，与世界知名色彩趋势调查机构——法国贝克莱尔公司合作。

图片信息

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】东方骆驼 / eastern camel

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】1986 年

【成立地点】上海

【公司名称】东方骆驼制衣织造（中国）有限公司

【公司地址】上海市徐汇区石龙路 345 弄 3 号 18 幢

【公司电话】021-51695288

【品牌官网】<http://www.easterncamel.com/>

【实体旗舰店】上海市杨浦区翔殷路 1128 号大西洋百货 4 楼

【网络旗舰店】<http://easterncamel.tmall.com/>（天猫旗舰店）

<http://mall.jd.com/index-49317.html>（京东旗舰店）

【品牌理念】为中国年轻人打造属于新一代型男型女的街头休闲服。

品牌定位

【主力品类价格带】T 恤 29~99 元；衬衫 79~159 元；下装 79~199 元。

【目标消费者】16~25 岁的年轻群体。

【产品风格】致力于为年轻人提供“出色”、“出型”、“出位”的时尚服饰，以极高的性价比满足年轻一代对潮流、个性、时尚化的服饰装扮需求。

经营规模

【经营业绩】至 2011 年，品牌通过不断发展，实现年营业额突破 10 亿元。

【店铺布局】自 2003 年在上海开设第一家专营店以来，至 2011 年在全国专营店数量已超过 800 家，遍布全国二十多个省（市）。

发展历史

东方骆驼制衣织造（中国）有限公司本身是创立于 1986 年的一家私营小作坊，从代加工到随着中国改革开放的潮流而转型为一家供应福建地区流行服饰的主要生产商。2000 年，正式注册东方骆驼商标，并引进国内外主流设计理念，于 2003 年上海市开设第一家专卖店，正式上演休闲服饰市场的新上海滩传奇故事，这是一场蓄谋已久的爆发，在中国内地打响以设计、生产、销售男女休闲装为主营业务的时装连锁品牌。

东方骆驼品牌共有员工 1 000 多名员工，拥有强大生产制造基地、国际化的产品设计队伍和一流的管理及营销队伍。一方面，东方骆驼依靠其科学严格的管理来保证质量、控制成本；另一方面，国际化的设计团队第一时间捕捉潮流资讯，让东方骆驼的休闲服始终紧跟时尚潮流。2006 年，东方骆驼荣膺“中国驰名商标”的称号。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



基础信息

- 【品牌名称】杰克沃克 / JackWalk
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2005 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】杰克沃克（上海）服饰有限公司
- 【公司地址】上海市黄浦区中山南路 865 号 A 幢 10 楼
- 【公司电话】021-61248181
- 【品牌官网】<http://www.jackwalk.cn/jackwalk/index.asp>
- 【实体旗舰店】上海市徐汇区沪闵路 9001-3 号银泰购物中心南商场 B1 楼
- 【网络旗舰店】<http://jackwalk.tmall.com/>
- 【品牌理念】以最优的价格，不断地为年轻人提供高品质，时尚而不张扬的休闲男装。

品牌定位

- 【主力品类价格带】T 恤 99~299 元；衬衫 129~399 元；西装 499~799 元；裤装 269~399 元。
- 【目标消费者】25~35 岁中等经济收入，追求时尚的都市男性。
- 【产品风格】舒适的质地及独特创新的款式。

经营规模

- 【店铺布局】上海市 5 家，江苏省 5 家，浙江省 3 家，四川省 1 家，山东省 1 家，安徽省 1 家。

发展历史

上海杰克沃克服饰有限公司集研发、设计、生产、销售于一体，是中国男装行业的一支新秀。公司本着“以人为本”的管理理念。杰沃人始终把人才放在第一位，认为人才是企业最宝贵的财富。杰沃服饰不断构筑人力资本的增值平台，鼓励员工个性创新，为员工设计职业生涯规划，赋予与绩效等同的回报，倡导协作进取的团队精神，营造宽松和谐的文化氛围

到 2005 年上半年，JackWalk 杰克沃克男装已投资 500 多万元在浙江省为主并周边省份相应县市开设了加盟店，同时其他各省级区域也陆续开设了一百多

家专卖店，是一家中国本土成长起来的国际化新型休闲男装品牌。

品牌坚持顾客至上，高度重视销售管理，及时了解顾客需求。专注于高品质，时尚而不张扬的休闲男装。具有亲和力的价格让任何人都能拥有JACKWALK。

公司重视信息搜集，关注国际市场，从米兰、巴黎、东京等国际流行前沿收集每一季的最新潮流动向。从设计到市场推广，在每一个环节力求创新。鲜有中间商，大批量采购，从适当的市场采购适当的产品，在每一阶段极具成本意识。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】L2

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2009 年

【成立地点】福建

【公司名称】利郎集团

【公司地址】福建晋江长兴路 200 号

【公司电话】400-887-9888

【品牌官网】<http://www.l2-fashion.com/>

【实体旗舰店】上海市闵行区沪闵路 6088 号莘庄凯德龙之梦购物中心三楼

【网络旗舰店】<http://l2.tmall.com/>

【品牌理念】复合风格，艺术气质，都会气息的时尚男装。

品牌定位

【主力品类价格带】上装 79~375 元；西装 199~809 元；外套 180~645 元；裤装 109~322 元；配件 149~329 元。

【目标消费者】26~30 岁年轻都市男士。

【产品风格】个性拼接，异域色彩，修身剪裁。

经营规模

【经营业绩】2012 年全年营业额达到 1.941 亿元，同比增加 50.5%，占中国利郎总营业额的比重也从 2011 年的 4.8% 上升到 2012 年的 6.9%。

【店铺布局】上海/9，重庆/28，江苏/16，浙江/15，广东/7，四川/2，安徽/16，福建/13，山东/5，江西/2，山西/5，河北/7，河南/34，湖北/12，湖南/11，辽宁/12，黑龙江/2，内蒙古/3，海南/1，广西/1，云南/4，陕西/14，新疆/2。

新媒体

【新浪微博公众号】L2 时尚男装

发展历史

利郎集团，由王氏三兄弟——王冬星、王良星、王聪星始创于 1987 年，于

国内首倡“商务休闲”男装概念，经过 20 多年探索，已发展成为集设计、产品开发、生产、营销于一体的中国商务男装领军品牌。现公司旗下拥有品牌：利郎 LILANZ、子品牌 L2。

在渠道拓展方面，一级城市以旗舰店为主，二级城市以形象店和盈利店为主，三级城市以盈利店为主，四级城市逐步退出。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



基础信息

【品牌名称】马克华菲 / Mark Fairwhale

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2000 年

【成立地点】上海

【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司

【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼

【公司电话】021-64759944

【品牌官网】<http://www.markfairwhale.com/>

【实体旗舰店】上海市长宁区长宁路 1018 号龙之梦广场 4 楼

【网络旗舰店】<http://markfairwhale.tmall.com/>

【品牌理念】融合东西方文化的设计张力，表现出中国新绅士一族崇尚低调、内涵的独特气质。

品牌定位

【主力品类价格带】外套 99~1 298 元；上装 49~998 元；夏装 239~898 元；配饰 125~998 元。

【目标消费者】30~45 岁的商务精英男性。

【产品风格】时尚，低调，内涵。

经营规模

【店铺布局】上海/5，四川/4，浙江/7，重庆/4，河北/3，广西/3，北京/2，安徽/2，内蒙古/1，山东/2，辽宁/16，新疆/2，青海/2，陕西/14，黑龙江/6，山西/4，天津/3，云南/4，广东/6，湖北/9，江西/6，江苏/11，河南/1。

新媒体

【新浪微博公众号】马克华菲

【微信公众号】马克华菲

发展历史

被誉为“中国时尚界的巨子”——MARK CHEUNG 无疑是 MARK FAIRWHALE 家族最出色的“造梦师”。他擅长灵性纯美设计风格，运用了绘画、影视、音乐等各类艺术元素，借鉴了大量西方服饰文化的表达技巧，完美的结

合了中国传统文化的美学精髓，不遗余力地为知性人士提供精美可心的“梦的羽衣”。

历年激情创作，孕育了三条成熟的品牌线，700家制造华服梦想的中国时尚坐标。2001年，为精英男士提供艺术时尚品味及穿着方式的 Mark Fairwhale (马克华菲国际时尚男装) 登陆中国之后，2002年 Fairwhale Jeans for men (马克华菲 JEANS 男装) 又横空出世，帮助都市青年释放其个性吸引力；Fairwhale Creative Urbanwear (FCU 创意都市女装)，以其勇于挣脱束缚的独创方式，为年轻都市女性提供反传统的时尚概念，创造了一种“高级时装成衣化”的流行风格，将 MARK FAIRWHALE 时尚家族推向了新的梦想旅程。

马克华菲的品牌发展之路不仅打造躯体，更渗透生活方式。2009年末，马克华菲公司推出“NEXT TEN 计划”，宣示了品牌对未来时尚家族的前瞻性规划：未来，NEXT TEN 将马克华菲从时尚品牌演绎成生活方式品牌，以传统渠道和网络品牌为核心的时尚帝国疆域正在逐步延展到创意品、香水、红酒、眼镜、打火机、自行车等领域，欧式生活方式将持续上演精彩体验。

2010年，马克华菲重磅推出“Fairwhale Shake 华菲·型格”这一全新副牌，意在抓住中国经济快速发展的契机，以更简约时尚的风格和更具性价比的产品占领国内潮流休闲市场。

随着电子商务业务深入，马克华菲具有更长远的着眼点——品牌。网上是展示线下原汁原味的马克华菲品牌定位，还是对品牌进行电子商务化？此问题让马克华菲陷入沉思。最后，马克华菲决定，电子商务初期借力品牌的价值。网络销售的取得，依赖品牌在传统市场的影响力。同时，公司还实施了快速供应链的搭建，快速满足市场需求，并降低库存风险。

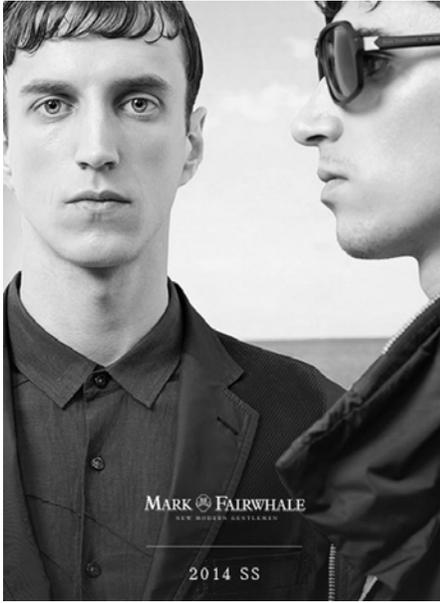
在马克华菲的上海港汇店，引入了高清触摸式虚拟试衣屏，顾客不再需要进入传统的试衣间试穿，即可直接在试衣屏上快速浏览众多服装、进行虚拟试穿、查看搭配效果，省去了顾客穿脱试穿的麻烦，极具时尚感。同时，马克华菲还通过在线试衣间向离店的顾客提供全天候的试衣服务。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】马克华菲 Jeans / FAIRWHALE JEANS
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2002 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司
- 【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼
- 【公司电话】021-64759944
- 【品牌官网】<http://www.markfairwhale.com/>
- 【实体旗舰店】上海市长宁区长宁路 1018 号龙之梦广场 4 楼
- 【网络旗舰店】<http://fairwhale.tmall.com/>
- 【品牌理念】勇敢、反叛、自立

品牌定位

- 【主力品类价格带】外套 198~328 元；上装 98~599 元；下装 159~449 元；配饰 40~595 元。
- 【目标消费者】20~30 岁的城市潮流男性。
- 【产品风格】个性、自主

经营规模

- 【店铺布局】上海/3，四川/3，河北/1，广西/1，山东/1，辽宁/1，新疆/1，陕西/7，黑龙江/1，重庆/1，广东/3，河南/1。

新媒体

- 【新浪微博公众号】马克华菲
- 【微信公众号】马克华菲

发展历史

历年激情创作，孕育了三条成熟的品牌线，700 家制造华服梦想的中国时尚坐标。2001 年，为精英男士提供艺术时尚品味及穿着方式的 Mark Fairwhale (马克华菲国际时尚男装)登陆中国之后，2002 年 Fairwhale Jeans for men (马克华菲 JEANS 男装) 又横空出世，帮助都市青年释放其个性吸引力；Fairwhale Creative Urbanwear (FCU 创意都市女装)，以其勇于挣脱束缚的独创方式，为

年轻都市女性提供反传统的时尚概念，创造了一种“高级时装成衣化”的流行风格，将 MARK FAIRWHALE 时尚家族推向了新的梦想旅程。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



基础信息

- 【品牌名称】**华菲·型格 / Fairwhale Shake**
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2011 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司
- 【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼
- 【公司电话】400-881-8817
- 【品牌官网】<http://www.markfairwhale.com/>
- 【实体旗舰店】上海市长宁区长宁路 1018 号龙之梦广场 4 楼
- 【网络旗舰店】<http://fairwhaleshake.tmall.com/>
- 【品牌理念】寻找并随时引爆乐趣

品牌定位

- 【主力品类价格带】上装 79~299 元；下装 129~359 元；外套 179~1 099 元；配件 29~299 元。
- 【目标消费者】17~25 岁之间，生活在都市和城镇中，独立、自信、并乐于拥有独特个性的现代年轻男性。
- 【产品风格】主张“型”装塑“格”，既保持经典又破格常规，保留版式又易于多样化搭配，融入流行的设计元素和配饰开发，都能搭配出具有品质感和时尚感的着装风格。

经营规模

- 【店铺布局】上海/2，四川/1，重庆/1，广东/3，河南/1。

新媒体

- 【新浪微博公众号】马克华菲
- 【微信公众号】马克华菲

发展历史

2010 年，马克华菲重磅推出“Fairwhale Shake 华菲·型格”这一全新副牌，意在抓住中国经济快速发展的契机，以更简约时尚的风格和更具性价比的产品占领国内潮流休闲市场。

图片信息

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】MFART+

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2011 年

【成立地点】上海

【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司

【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼

【公司电话】021-64759944

【品牌官网】<http://www.markfairwhale.com/>

【实体旗舰店】上海市卢湾区马当路 245 号新天地时尚 B135-137 号

【品牌理念】无限延伸的设计

品牌定位

【产品风格】艺术、潮流、多元

经营规模

【店铺布局】仅上海一家店。

发展历史

该店云集来自日本的潮牌 Black Sense、马克华菲旗下独立高端设计师品牌 M-idea Forever、意大利的时装品牌 K-ant、台湾嘻哈潮牌 Pizza Cut Five 以及香港的生活家居馆之道 ZIXAG。首次尝试以“+”的概念将不同地区的时尚潮牌进行完美合并，在全球不断寻找具有试验精神和勇敢游戏精神的潮流品牌，并将这些潮牌汇聚一堂，最终成为他们进入市场的孵化器。让潮流生活概念及“+”的定义，在时尚的领域无限延伸，让想象力无限扩展。

图片信息

【店面】



基础信息

【品牌名称】MFSPORTSO

【主业类别】休闲服饰

【成立地点】上海

【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司

【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼

【公司电话】021-64759944

【品牌官网】<http://www.mfsportso.com/>

【实体旗舰店】上海市长宁区长宁路 1018 号龙之梦广场 4 楼

【品牌理念】运动新浪潮

发展历史

依循运动新浪潮挂帅的时尚风向标，MFSPORTSO 应运而生！当正式晚装融混运动装束，精致奢华遇上洗旧颓废，复古风华结合金属未来，全球主流遭遇异国风情，所有异质元素相互打破界限所擦撞出来的 MFSPORTSO 火花质变，是平衡极端美感的极致表现。运动与时尚，融合与冲突，协调与对比，皆可在每一件单品中结构重组，混种魅力重获新生。MFSPORTSO 火红的运动风尚当道，将时尚潮人的阳刚活力带到了浪头的最高——运动新浪潮！无论是面料材质混搭，迥异风格的单品搭配，时尚无界的 MIX&MAT 成了时下最锐不可挡的时尚强力趋势；自然素材、各类画派风格、酷到不行 的乐团人头、或是名人相片、俏皮戏谑的涂鸦厘语，是个人风格的强烈宣示以及情绪个性的展现。MFSPORTSO 刮起的街头融混、年轻化的摩登运动风潮预示，运动服饰不再只是舒适、柔软的代名词，而是加入前卫时髦的设计感、翻转纯粹运动功能性格，是具有都会运动 Style 的时尚街头玩酷味！

图片信息

【海报】



M-IDEV FOREVER

基础信息

- 【品牌名称】M-Idea Forever
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2011 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】马克华菲（上海）商业有限公司
- 【公司地址】上海市龙漕路 299 号天华信息科技园 1 号楼
- 【公司电话】021-64759944
- 【品牌官网】<http://www.markfairwhale.com/>
- 【品牌理念】实验性的创意精神

发展历史

M-Idea Forever，马克华菲公司倾力钜献，2011 年推出的高端设计师品牌。以实验性的创意精神为永恒核心，以此呈现出潮流与时尚的多样性流派。呈现出前卫产品线的抽象诗意精神和科技产品线的实际功能性。品牌勇于突破，充满实验性的特质，又必然将前卫系列和科技系列这两者非常不同的设计理念完美融合。主要以黑白两色作为产品的主色调，加入打破黑暗沉闷感的低调色彩。设计中融入了许多的其它元素，例如多种材质混合使用，高科技面料的运用，精致的剪裁不复杂的搭配，层次丰富，讲求衣服质感。适合人群：在服饰上对设计、品质、个性有更高要求的高端人群。



基础信息

【品牌名称】LACOSTE L!VE

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2011 年

【成立地点】法国

【公司名称】梦田服饰上海有限公司

【公司地址】上海市南京西路 1266 号恒隆广场 1501 室

【公司电话】021-62882161

【品牌官网】<http://www.lacoste.com.cn/live/chn/home>

【实体旗舰店】上海市杨浦区邯郸路 600 号万达商业广场 B1 楼

【品牌理念】乐观与运动

品牌定位

【主力品类价格带】男装：上衣 490~2 590 元，裤装 850~1 090 元，鞋 220~1 690 元；女士：上衣 490~2 090 元，鞋 290~1 182 元。

【目标消费者】年轻时尚一族

【产品风格】运动、休闲

经营规模

【店铺布局】北京/2，上海/2。

新媒体

【豆瓣小站】LACOSTE L!VE

【人人网】LACOSTE L!VE

【开心网】LACOSTE L!VE

发展历史

2010 年 7 月 7 日，LACOSTE L!VE 首次于柏林 B&B 特选品牌时装贸易博览会上登场，是面向年轻时尚一族的全新品牌。

2010 年 9 月，LACOSTE L!VE 首家专卖店在纽约的 Soho 区盛大开业，出席开业派队的嘉宾包括 Gossip Girl 里的 Penn Badgley，ELLE 杂志的创意总监 Joe Zee 与 DJ Cassidy。

2011 年 2 月，LACOSTE L!VE 推出由法国艺术家 Honet 特别设计的系列，

包括两款 polo 衫、一款 T 恤和一款运动衫。

2011 年 3 月 9 日, LACOSTE L!VE 首次亮相于上海国际品牌服装展览会 NOVO MANIA。

2011 年 4 月 16 日至 17 日, LACOSTE L!VE 携手 HTC 举办沙漠泳池派对, 庆祝 2011 COACHELLA 音乐节。

2011 年 5 月 29 日, LACOSTE L!VE 官方网站获得由 FWA (Favourite Website Award) 授予的“Site of the Day”称号。

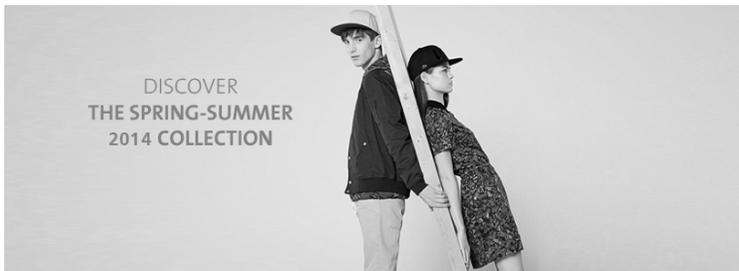
2011 年 7 月 1 日, LACOSTE L!VE 中国品牌发布, 暨活力新生主题派队于上海莫干山路 7 艺术中心举行。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】艾一乐
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海艾一乐服饰有限公司
- 【公司地址】上海市嘉定区金沙江西路 1555 弄西郊商务区 9 号 6 楼
- 【公司电话】400-836-0005
- 【品牌官网】<http://www.aiyile.com/>
- 【品牌理念】产品差异化、市场全局化、利益共享化、在变化中找准自我定位。

品牌定位

- 【主力品类价格带】T 恤 49 元，Polo 衫 62~170 元。

发展历史

艾一乐服饰致力于为著名公司和知名品牌的营销活动提供服务,设计并生产出符合客户品牌精神的经典产品,把客户世界级的品牌形象传递到目标群体中。艾一乐服饰凭借不懈的努力,辅以至诚的服务,供应福斯、麦格纳、赫兹、惠普、利乐、三星、三菱、西门子、飞利浦、联邦快递、霍尼韦尔等知名品牌及机构,提供符合客户品牌精神的产品。

艾一乐服饰提供的产品有: T 恤衫、POLO 衫、衬衣、衬衫、卫衣、抓绒衣、冲锋衣、风衣夹克、防寒服、棒球帽、高尔夫球帽、箱包等。

目前为客户提供两种服务方式:

- 浏览选择艾一乐提供的服装款式;
- 企业提供样衣或图稿,艾一乐为您打样订制。

图片信息

【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】昂派
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】1996 年
- 【公司名称】上海昂派羊绒服饰有限公司
- 【公司地址】上海奉贤区南桥镇立新路 61 号
- 【公司电话】021-57427551
- 【品牌官网】<http://www.angpaiyr.com/>

品牌定位

- 【产品风格】主营羊绒产品。

发展历史

上海昂派羊绒服饰有限公司作为羊绒产品深加工企业前身为“影影羊绒”，始建于 1996 年，作为一家集设计，开发，生产，销售于一体的服装企业，现有标准厂房，拥有国内一流的针织服饰生产设备和现代化的办公厂房。公司生产基地位于中国毛衫之都——桐乡。地处长三角经济圈，经济发达，交通便利，区域优势明显。

昂派羊绒服饰在整个羊绒产业链上充分整合各种优势资源，汇聚来自各方优良合作经验，以精选优质顶级山羊绒原料的产品为支柱，以个性化接单，精湛工艺软件设计、精细化生产、快捷全方位售后服务为一体的现代化企业。

近年羊绒行业的快速发展，未来个性化量体定做将成为针织领域弘扬个性的发展趋势，通过前期大量的市场调研，实践和摸索以及对现状的分析，公司创设并坚持“个性量体定做”的商业发展路线，不仅在尺寸上更合身，在价位上也能充分体现实惠，让每个人都有权充分展示自己的个性。

公司的优势在于：严格细致的标准作业流程控制工期，绝不耽误加盟商的商业经营的前提下，为加盟商创造更多的价值；款式新颖，适龄范围广；多年的经营历史使加盟商能以最小的风险，获得更高的收益。

图片信息

【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】春竹 / Spring Bamboo
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】1956 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海春竹集团
- 【公司地址】上海市静安区北京西路 833 号 209 室
- 【公司电话】021-61031122
- 【品牌官网】<http://www.sh-oca.com/>

品牌定位

- 【主力品类价格带】女装 378~998 元；男装 118~1080 元。
- 【产品风格】以羊绒产品为主。

发展历史

上海春竹集团，源自 1956 年创建的上海第二羊毛衫厂，历经近 60 年的发展，目前已经成为多元化发展的产业集团。上海春竹集团是国内专业生产毛针织服装的名牌企业，经过近 60 年行业积累，集团目前拥有 6 个工业园区，已经形成从原料分梳、毛纺、染整到成衣的设计、生产、内外贸销售、物流的全产业链针织服装产业格局。2005 年，上海欧祺亚投资管理有限公司（简称 OCA）成功并购春竹并组建了全新的 OCA 春竹集团，新的资本注入，带来了全新的活力；新的管理思想，带来了全新的理念。凭借在中国毛针织业界五十年的经营历史，已形成具有竞争力的产业链和市场格局。年出品件数 400 万件，在全国拥有 3000 余家终端销售网点，市场销售额达人民币 30 亿元。

除毛针织产业外，春竹集团拥有自主男、女时装品牌，深圳珠宝设计销售公司，代理“欧米茄”、“浪琴”、“雷达”等国家名表的上海国际钟表公司，这些项目的综合运作使集团充分掌握了国内外时尚产业的操作经验和行业资源。

2006 年开始，集团开始向商业地产开发及商业项目运营管理转型，着力于近郊奥特莱斯与城市中心购物中心的开发与运营管理，如与百联集团结成战略合作伙伴关系，共同开发奥特莱斯项目，与天津金元宝集团合作，共同开发、建设天津滨海新区最高端的城市购物中心——天津金元宝滨海国际购物中心。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】德鲨 / GOOD LUCK GLADIUS

【主业类别】男女装

【成立时间】1856 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海欧祺亚羊绒服饰有限公司

【公司地址】上海市静安区北京西路 833 号 209 室

【公司电话】021-61031122

【品牌官网】<http://www.sh-oqa.com/brandpage.php?id=05>

品牌定位

【目标消费者】在征战商海的同时也热爱生活、注重情调、享受闲暇时光的大隐于市的商业隐士。

【产品风格】德鲨羊绒品牌选用纤维织物中的钻石级羊绒成分，坚持将传统精湛工艺和最优质的原材料完美结合。作为一个来自阳光、沙滩、金色海岸线的休闲品牌，德鲨羊绒以简洁流畅的线条、舒适优雅的品质为设计基础，男装上强调男性肩部，领部以突出男性刚毅且极赋温柔的一面，女装则恰到好处地利用了软黄金的轻柔带出女性自身自然曼妙的灵动身姿。

经营规模

【店铺布局】德鲨(GOOD LUCK)羊绒品牌目前在国内已拥有 150 家专卖店及专柜，销售网络遍及全国 30 多个省、市、自治区、直辖市，100 多个大中城市，并在不断扩展中。目前各城市主要专柜遍布在杭州大厦，北京翠微，石家庄北国，上海八佰伴，南京中央，沈阳中兴，西安开元等大城市一线商场。

发展历史

GOOD LUCK 品牌由 Alaingerwin 先生创立于 1856 年，他钟情于航海，热爱大自然，极富冒险精神，出于对大海的热爱和对水手生活的向往，Alaingerwin 先生创立了“GOOD LUCK GLADIUS”品牌，巧妙地把“GOOD LUCK（好运）”和“GLADIUS（勇士）”融合在一起，与“鱼形”图案组合在一起，赋予其健与美，速度与力量的精髓，使得这一百年传奇得以延续，继续焕发出拼搏进取

的无限活力。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】黛依威尔
- 【主业类别】男女装
- 【成立时间】2009 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海黛依威尔羊绒服饰有限公司
- 【公司地址】上海市陆家滨路 285 号二楼
- 【公司电话】021-63742258
- 【品牌理念】崇尚个性化、多元化搭配而又不失经典

品牌定位

- 【产品风格】“黛依威尔”品牌羊绒衫，以“蓝贵人”山羊绒为原料，产品以其款式独特、面料高档、做工精细，风格简约，穿着舒适等为特点，彰显尊贵、个性、高雅、大方，以心唯美，感受时尚。简洁、经典、时尚是“黛依威尔”品牌文化的灵魂，黛依威尔以重品质、懂生活的现代都市人为设计主体，满足他们的品味风格，添加更多的设计元素，再结合经典款式，力求创新独特。

图片信息

- 【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】德尊 / DEZUN
- 【主业类别】男装
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海德尊贸易发展有限公司
- 【公司地址】上海市灵石路 721 号
- 【公司电话】021-56651818-288
- 【品牌官网】<http://www.dezun.com/>（建设中）
- 【品牌理念】简约、时尚、舒适的休闲男装

品牌定位

- 【产品风格】国内休闲男装的先行者，独特的都市休闲形象结合乡村的清新自然气息，融合了中国几千年的文化底蕴，根据东方人特有的体形以精湛之工艺、超越非凡之品质，用细节铸就经典，充分展示出现代都市健康、休闲、浪漫、自然与成功的一面，书写了都市男性对休闲、健康的全新追求，诠释了随意、休闲的全新定义。

发展历史

上海德尊贸易发展有限公司是一家集设计、生产、销售为一体的民营企业，公司产品以“德尊”作为品牌标志。公司总部设在上海，在中国的太平洋百货、东方商厦、百盛集团、百联集团、香港新世界百货等，旗下的各家门店都可以享受到“德尊”品牌的优质服务。重庆、成都、西安设有公司的分支机构。“德尊”是创导中国休闲生活方式的男装先行者。



基础信息

【品牌名称】迪迪博迹 / DIDIBOY

【主业类别】男装

【成立时间】1900 年（意大利）；2002 年（中国）

【成立地点】上海

【公司名称】上海迪丰服饰发展有限公司

【公司电话】021-62839110

【品牌官网】<http://www.didiboy.com/>

【品牌理念】以总结都市青年这种在高速的生活节奏和工作压力下渴望个性放飞和自由生活状态的追求为产品开发理念

品牌定位

【产品风格】强调超前品位和个性自我的 DIDIBOY 永远走在潮流的前端，从后现代人文主义的复兴提炼的“新文艺复兴”风格对时尚与典雅完美结合的倡导到“新都市主义”追求卓越品质的个性生活的引领。迪迪博迹（DIDIBOY）是都市成功男士的最佳个性代言。

发展历史

自 1900 年始，著名服装设计大师 CLARA•DIL（克莱拉•迪尔）在意大利建立了第一家休闲西装手工作坊，从此宣告迪迪博迹（DIDIBOY）品牌的诞生。到 2001 年第五代传人、现任 FRANK•FRODERO（弗兰克•菲罗迪诺）掌舵，迪迪博迹（DIDIBOY）已成为欧洲、美洲多个国家拥有多家子公司，在全世界拥有 500 多家专卖店，以及上千名员工的集产、供、销为一体的大型集团名牌企业。

2002 年，迪迪博迹（DIDIBOY）开始发展其在中国的特许经营事业框架，以其欧美市场成功运作经验充分结合中国市场的本土特性，赋予了迪迪博迹（DIDIBOY）全新的品牌概念。

迪迪博迹（DIDIBOY）一直以总结都市青年这种在高速的生活节奏和工作压力下渴望个性放飞和自由生活状态的追求为产品开发理念。早在创业初期就引进 20 世纪法国最具影响力的哲学家米歇尔•福柯“异托邦”的概念：一种对生存现状的反思超越了对未来不切实际的遐想。2006 年，FRANK•FRODERO

通过对新都市环境下富有代表性的生活状态的总结和男装市场发展趋势的前瞻性研究，为 DIDIBOY 品牌全新推出新都市主义系列。DIDIBOY 以一如既往的关注都市青年的生活状态的初衷为开发思路，并将其范围和概念不断拓宽，致力于为新一代的都市成功人士打造精致品位、个性自我的穿衣哲学。

图片信息

【主推款】





基础信息

【品牌名称】东隆 / DONGLONG

【主业类别】男女装、家纺

【成立时间】1992 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海东隆羽绒制品有限公司

【公司地址】上海市延安西路 726 号华敏翰尊国际 27 楼

【公司电话】021-62252333

【品牌官网】<http://www.donglongfm.com/>

【实体旗舰店】上海市黄浦区南京西路 2-68 号新世界城 7 楼

【品牌理念】勤勉 提携 创新

经营规模

【经营业绩】公司位于上海青浦区金泽镇商塌工业开发区，并在全国及国外设立十个生产基地。占地面积 437562 平方，拥有员工 9800 余人。是一座集生产、物流、培训为一体，功能齐全、设备先进，环境幽雅的现代化生产基地。截至 2011 年底，企业年销售额突破 26 亿，是上海市工业销售五百强企业之一。公司严格的 ISO9002 质量管理体系全面实现了“品质第一、用户第一”的企业理念，有序、严谨的管理制度使公司在同行业中享有极高的声誉。

发展历史

上海东隆成立于 1992 年，是一家生产型的出口企业，集研发、设计、生产、销售于一体。公司采用国际先进设备，优质的原材料，主要生产和销售羽绒、羽绒床上用品，羽绒服装，绗缝制品，衬衫，高档窗帘，靠垫，包装袋等多种系列产品，远销日本、韩国、香港、德国、美国、意大利等国家。

图片信息

【主推款】



ZUO

基础信息

【品牌名称】左 / ZUO

【主业类别】男装

【成立时间】1976 年

【公司名称】上海红兆服饰有限公司

【公司地址】上海市徐汇区凯旋路 3500 号华苑大厦一号楼 17B

【公司电话】0510-66865931

【品牌官网】www.zuo1976.com

【实体旗舰店】上海市徐汇区虹桥路 1 号

【品牌理念】倡导健康、乐观的生活态度，引领都市男性在忙碌之中享受一份轻松休闲的生活，时尚而不失品位。

品牌定位

【主力品类价格带】短袖 POLO/T 恤：200~300 元

短袖衬衫：300~400 元

长袖衬衫：300~500 元

牛仔裤：350~700 元

休闲裤：350~600 元

中短裤：300~500 元

西装：700~1 200 元

【目标消费者】25-40 岁年龄，内心充满激情，有坚定的信念和乐观的态度，极其向往自由，追求生活情趣和品质，在成功道路上不懈努力的精英男士。

【产品风格】以休闲时尚为主题，以黑、白、灰、红为色彩基调，采用高档优质面料，独特立体裁剪，单款可穿性强，易于搭配，展现都市男性对服装时尚品味的追求。

经营规模

【店铺布局】截止 2010 年 5 月，公司已建立在全国一、二级城市的各大商场建立 180 家专柜及专卖店。

主要市场：上海、重庆、南京、苏州、无锡、常州、镇江、哈尔滨、长春、大连、沈阳、包头、郑州、洛阳、徐州、淮安、衡阳、湘潭。

上海店铺

港汇恒隆广场店：上海市徐汇区虹桥路1号

长宁龙之梦店：上海市长宁区长宁路1018号龙之梦购物中心4楼

新媒体

发展历史

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



**GATHER
JEWELS**

www.G-Jewels.com

基础信息

【品牌名称】集杰 / GATHER JEWELS

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2001 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海集杰服饰有限公司

【公司地址】上海市合川路 3136 号 5 号楼 3 楼

【公司电话】021-64017315

【品牌官网】<http://www.g-jewels.com/>

【品牌理念】理性创造时尚

品牌定位

【主力品类价格带】上装 228~1358 元；下装 358~588 元

【目标消费者】机敏、明智、受过良好教育、热衷社会活动的三十岁左右男性

【产品风格】以日本服饰文化为底蕴，将纯正的东京流行风范同中国的市场相结合，以优雅硬朗的线条、丰富的色彩张力，高品质的素材运用，充分展现了品牌强烈的现代感、时尚感

经营规模

【店铺布局】上海/22、黑龙江/2、内蒙古/3、吉林/5、辽宁/10、北京/1、天津/1、河北/2、新疆/1、四川/5、山西/3、陕西/1、山东/3、河南/9、江苏/14、安徽/2、湖北/6、重庆/5、广西/1、湖南/1、浙江/3

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】+-x÷homme

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】1999 年

【成立地点】香港，上海分公司

【公司名称】上海加减乘除服装有限公司

【公司地址】上海市卢湾区局门路 468 号 102 单元

【公司电话】021-63019977

【品牌理念】+-x÷homme 所走的品牌形象是年轻化的高级时装，主要着重修身剪裁，简单款式但注重细节。此外，对选择布料的要求讲究，款式及质量优越而价格大众化以迎合不同类型的顾客。

图片信息

【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】MJStyle
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海笕尚服饰有限公司
- 【公司地址】上海市闸北区灵石路 745 号
- 【公司电话】021-1381736 / 021-1389455
- 【品牌官网】<http://www.mjstyle.cn/>
- 【品牌理念】款多量少平价推广

品牌定位

- 【主力品类价格带】春夏装 29 元~239 元；秋冬装 199 元~799 元
- 【产品风格】快时尚，简单轻巧、颜色亮丽、时尚甜美

经营规模

- 【店铺布局】上海/4、江苏浙江/3、安徽/1、山东/1、江西/1、福建/1、湖北/2、陕西/1、辽宁/4、重庆/2、四川/1、北京/2

发展历史

MJStyle 店铺面积平均在 800 平方米以上，现有 1 500 平方米以上 MJstyle30 余家，近期，在上海和北京开设 10 000 平米的实体零售店--FISHOP。2014 年预计在全国开 50 家直营店，历年门店平均新增数量 50 家左右。公司计划在全球未来 5~10 年内开设 1 000 家 MJstyle 实体店。

MJSTYLE 每季同步推出 3 000 款以上的流行款式，每周都会根据每一店铺的顾客反馈更新上百款新品以最大可能满足顾客对潮流和个性化的需要，并以亲民的价格来吸引大众的需求。MJSTYLE 为顾客时尚穿着提供一站式购物平台。

图片信息

- 【店面】
- 【海报】



【主推款】



TOPFEELING

基础信息

- 【品牌名称】TOPFEELING
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海笕尚服饰有限公司
- 【公司地址】上海市闸北区灵石路 745 号
- 【公司电话】021-1381736 / 021-1389455
- 【品牌官网】<http://www.mjstyle.cn/>
- 【实体旗舰店】上海市浦东新区张杨路 3611 号 8 栋一楼

品牌定位

【产品风格】多元素风格的相互融合越能够激发潮流的气息，更具有国际化的风范。

经营规模

【店铺布局】上海/19、江苏浙江/11、安徽/7、山东/23、江西/1、湖南/1、湖北/1、河南/2、青海/1、辽宁/3、重庆/3、四川/2、武汉/1、北京/3、内蒙/4、广西/1、河北/9、山西/2

发展历史

TOPFEELING 作为 MJStyle 的精品迷你店，其所有的产品都是 MJStyle 的精选款，紧跟国际时尚潮流、迎合市场需求，价格平易近人，同时为消费者创造最具个性的舒适购物氛围，使得消费者能在 TOPFEELING 得到更多搭配体验和乐趣。

200 平方米以上的 TOPFEELING 已有 200 余家；近期即将在上海和北京开设 10 000 平方米的实体零售店（FISHOP）。公司计划在全球未来 5~10 年内开设 3 000 家 TOPFEELING 实体店。

图片信息

【店面】

【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】酷恤堂 / COOLTSHIRT
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2003 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海酷恤堂时装有限公司
- 【公司地址】上海市嘉定区南翔镇真南路 4268 号 A 区
- 【公司电话】021-55812020
- 【网络旗舰店】<http://verytee.taobao.com/?spm=a1z10.1.0.0.tYSz3c>

发展历史

上海酷恤堂时装有限公司是一家从事个性 T 恤设计与开发的专业公司。其内容包括 T 恤图案，T 恤款式，T 恤面料的选择。酷恤堂拥有美术学院一流的设计师团队，具有不断创新的能力。

COOLTSHIRT 是酷恤堂自立拥有的品牌，以年轻、个性、舒适的穿着为基准；以个性时代的品牌文化传递自由自我的生活方式。作为新兴贵族式的个性品牌正在被更多的年轻消费群体所接受和认识。在中国所有的开发、繁荣的大中型城市，都将成为 COOLTSHIRT 的形象窗口。

图片信息

【主推款】



LA CHAPELLE HOMME

基础信息

【品牌名称】LA CHAPELLE HOMME

【主业类别】休闲服饰

【成立时间】2011 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海拉夏贝尔服饰有限公司

【公司地址】上海市徐汇区漕溪路 270 号 3 号楼 3 楼

【公司电话】021-64513217

【品牌官网】<http://group.lachapelle.cn/Brands/LA%20CHAPELLE%20HOMME>

【品牌理念】经典、舒适、内涵

品牌定位

【目标消费者】适合 20-35 岁的都市男性，该类人群积极，主动，迅速，他们对于时尚元素很敏感，富有个人魅力，喜欢时尚且有自我主张，要求自我风格。

【产品风格】都市、休闲

经营规模

【店铺布局】La Chapelle Homme 已被消费者认可品牌，在全国南北方超过 28 个省市直辖市建立经销网络，截止目前拥有 260 家直营店。计划 2013 年底开店 300 家。

发展历史

La Chapelle 服饰股份有限公司成为一家年销售额达到 45 亿元人民币的服饰零售公司，为消费者带来各类设计精美，品质卓越的男女装、童装等。2011 年秋季推出男装品牌 La Chapelle Homme，它综合了 La Chapelle 服饰股份有限公司一贯的高品质快时尚风格，提供非凡的着装体验。

图片信息

【店面】

【海报】



【主推款】



La Chapelle

S P O R T

基础信息

- 【品牌名称】La Chapelle SPORT
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2001 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海拉夏贝尔服饰有限公司
- 【公司地址】上海市徐汇区漕溪路 222 号航天大厦南 3 楼
- 【公司电话】021-61956700
- 【品牌官网】<http://sp.lachapelle.cn/>
- 【品牌理念】健康化的心态、艺术化的品味、趣味化的设计

品牌定位

- 【主力品类价格带】上装 99~499 元；下装 99~399 元
- 【目标消费者】20~30 岁健康、活力、时尚的都市女性
- 【产品风格】休闲，趣味

新媒体

- 【新浪微博公众号】La_Chapelle_SPORT

发展历史

La Chapelle SPORT 创立于 2001 年，是注重休闲、趣味、时尚的少淑女品牌。目前品牌拥有休闲系列和趣味系列两条产品线：

趣味系列：青春活力、清新可爱、具有趣味性；

休闲系列：摩登都市、时尚休闲，打造时髦都市新贵。

图片信息

【店面】

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】POTE

【主业类别】男时装

【成立地点】上海

【公司名称】上海拉夏贝尔服饰有限公司

【公司地址】上海市徐汇区漕溪路 222 号航天大厦 5 楼 POTE 品牌部

【公司电话】021-61956789

【品牌官网】<http://pote.lachapelle.cn/>

【网络旗舰店】<http://lachapelle.tmall.com/>

【品牌理念】活力、混搭、舒适、亲和力。

品牌定位

【目标消费者】处于事业上升期、家庭组建期、人脉积累期的男性。

【产品风格】休闲时尚、混搭舒适，打造都市轻熟男。

新媒体

【新浪微博公众号】拉夏贝尔_POTE 男士。

【微信公众号】POTE。

发展历史

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司成立于 1998 年，是一家多品牌运营的自有品牌服装连锁零售企业，主要从事服装设计与研发、外包生产、品牌推广和直营销售，专注于少女女装，主攻中端、大众的少女女装市场，产品包括 T 恤、外衣、外套、衬衫、裙子、针织衫、裤子、风衣、配饰等。

拉夏贝尔(La Chapelle)旗下现有 La Chapelle、La Chapelle Sport、La Chapelle Homme、Candie's、7.Modifier、La Babite、POTE、La Chapelle Kids、Laetia、La Chapelle mini 十个品牌，POTE 男装是其旗下的时尚男装品牌。

POTE 源自法语，意为：伙伴、朋友、兄弟。品牌以“活力、混搭、舒适、亲和力”为品牌精髓，推崇“玩乐主义”，创造“符合大众审美的时尚潮流男装品牌”。

公司核心价值观是企业利益第一、用数据说话、快乐、环保，将创造美好生活作为使命，并希望在 2020 年发展成为中国时尚产业的领导企业。具有一套

追求“简单”的管理方法，杜绝形式主义，讲求简洁高效。。公司鼓励创新，推崇“唯一不变的是改变”，POTE 正是以此为教条不断突破自我。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】宝葫芦 / CORADE

【主业类别】男时装

【成立时间】2001 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海来迟服饰有限公司

【公司地址】上海市金山区朱吕公路 6750 号 4 幢 364 室

【公司电话】021-67663717

【实体旗舰店】上海市卢湾区长乐路 59 号

【网络旗舰店】<http://corade.tmall.com>

【品牌理念】CORADE 是中西文化的矛盾混合体——它展现世间百态，有时顽固不化，但没有矫揉造作，可以很平和，也可以很愤怒，概念也是信念。

品牌定位

【主力品类价格带】汗衫 59~199 元，帽子 77~199 元，衬衫 164~299 元，外套 139~1399 元，裤子 119~599 元。

【产品风格】坚持带有一些中国元素并且幽默风趣的原创设计，细节中又可以看到许多街头文化的表达。

经营规模

【店铺布局】上海/2，江苏/2，浙江/6，成都/3，山东/2，长沙/2，重庆/2，太原/2，延安/1，广东/2，河北/2，长春/1，黑龙江/2。

新媒体

【新浪微博公众号】corade 掌柜。

发展历史

CORADE 是 2001 年诞生于上海的潮流品牌，从早期的纯滑板风格到现在的多元化设计元素，灵感来源于生活中的点滴感触，从而把它放大和表现出来，一些不满也从而得到释放。能博到小部分人的认可或只是会心的一笑而过已足已。没有炒做和虚而不实的架势，一个具有自知之名的价格和设计制作，才是 CORADE 想展现的。

CORADE 是极具上海地方特色的潮流品牌，和一般偏街头潮流的品牌不同，CORADE 更充满恶趣和幽默感，这也是其品牌的魅力所在。CORADE 是原创品牌中勤奋与实力兼备的一支，在设计上总是充满有趣的玩点，比如儿时令你念念不忘的游戏或者玩笑。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】路伊梵 / Luli Fama

【主业类别】运动户外

【成立时间】2005 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海路伊梵服饰有限公司

【公司地址】上海市嘉定区丰庄路 268 弄 35 号

【公司电话】021-69196487

【品牌官网】<http://www.lulifama.com.cn/>

【网络旗舰店】<http://lefan.tmall.com/>、

<http://mall.jd.com/index-15421.html>、

http://shop.dangdang.com/store_clothes.php?sid=8138

【品牌理念】专业、激情、真诚、感恩。

品牌定位

【主力品类价格带】舞蹈服系列 160~240 元；健身服系列 200~400 元；瑜伽服系列 200~340 元

【目标消费者】追求积极健康生活方式的人群。

【产品风格】时尚运动。

经营规模

【店铺布局】销售网络遍布全国 33 个省市、自治区、特别行政区

新媒体

【新浪微博公众号】上海路伊梵服饰有限公司。

【微信公众号】路伊梵。

发展历史

上海路伊梵服饰有限公司成立于 2005 年，是一家致力于有氧运动服饰的研发、生产、销售为一体的制造型企业。公司以推广休闲、时尚、健康的生活文化为宗旨，倡导“时尚运动”“健康生活”。以“上海百红服装设计有限公司”为班底组建的“路伊梵产品研发中心”长期深入研究人体工程学、持续专注国

内国际行业发展动态，为路伊梵品牌的发展提供了雄厚的理论基础和技术支持。

2002年 上海百红服装设计有限公司成立

2003年 亚洲泳装设计中心成立

2003年 开发设计小组荣获国际中华杯泳装设计大赛银奖

2004年 上海金觉贸易有限公司成立

2005年 上海路伊梵服饰有限公司成立

2005年 注册“LULIFAMA”商标

2006年 注册“路伊梵”中文商标

2009年 成为“中国健美舞蹈大赛”冠名赞助伙伴

2010年 成为“江西瑜伽大赛”冠名赞助伙伴

路伊梵产品系列包括：泳装、健身、瑜伽、单车、网球、田径、体操、舞蹈等男女运动服饰。自路伊梵问世以来，凭借新颖时尚款式、立足优质产品和热情周到的服务，短短几年时间，其产品遍布全国大中小 400 多个城市，并远销欧美、中东等世界各地。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】F1 / F.one

【主业类别】休闲服饰

【成立地点】上海

【公司名称】上海洛奇时装有限公司

【公司地址】上海市闸北区大统路 988 号 B 座二楼

【公司电话】021-63544447

【品牌官网】<http://www.f1jeans.com/>

品牌定位

【目标消费者】各个层次消费者包括从十几岁少年到中年人，中等收入以上消费阶层。

【产品风格】随意、休闲舒适，结构简洁，衣料质地高，适用于日常工作生活大部分场合的服装。

发展历史

营销策略：1) 在全球开设零售网络；2) 塑造属于 F.one 的品牌文化和风貌；3) 严格控制生产，缩短操作流程，节约成本，降低价格；4) 广告宣传及推广方式独到，能引起传媒及消费者的持久关注。

图片信息

【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】美特斯·邦威 / Meters/Bonwe
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】1995 年
- 【成立地点】温州（上海注册）
- 【公司名称】上海美特斯邦威服饰股份有限公司
- 【公司地址】上海市浦东新区康桥东路 800 号（注册地址）
上海市虹口区东大名路 588 号（办公地址）
- 【公司电话】021-38119999、021-38119998
- 【品牌官网】<http://www.metersbonwe.com/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 387 号圣德娜
- 【网络旗舰店】<http://metersbonwe.banggo.com/>、
<http://metersbonwe.tmall.com/>
<http://metersbonwe.yhd.com/>
- 【品牌理念】不走寻常路！

品牌定位

【主力品类价格带】

女士：上装：T 恤：69~239 元、衬衫：89~239 元，POLO 衫、毛衣、卫衣：99~339 元，外套：159~699 元；下装：裤子：119~269 元，裙子：79~339 元；内衣配饰：29~239 元

男士：上装：T 恤：79~139 元、衬衫：119~269 元，POLO 衫、毛衣、卫衣：119~299 元，外套：199~599 元；下装：裤子：139~269 元；内衣配饰：39~269 元。

【目标消费者】16 至 25 岁并向上延伸，年轻、自我的一代。

【产品风格】分为“校园”和“都市”两大系列，青春活力、个性时尚。

经营规模

【经营业绩】2011 年营业收入 99.45 亿元；2012 年营业收入 95.09 亿元，比上年减少 4.59%，主营业务收入 94.57 亿元，其中直营店营业收入 46.14 亿元，加盟店营业收入 48.43 亿元；2013 年营业收入 78.90 亿元，比上年减

少 17.03%，主营业务收入 78.29 亿元（同比减少 17.23%），其中直营店营业收入 38.46 亿元（同比减少 16.65%），加盟店营业收入 39.82 亿元（同比减少 17.78%）。

【店铺布局】截至 2012 年底，公司在全网拥有直营店和加盟店共计 5220 家，其中加盟店 3914 家（占 74.98%），直营店 1306 家（占 25.02%）。[分为东区，南区，西区和北区。

东区（15 家）：上海 3 家，江苏（苏州 1 家，南京 3 家），浙江（杭州 3 家，宁波 2 家，温州 3 家）

南区（16 家）：广西（南宁 1 家），湖北（武汉 7 家），广东（广州 2 家），江西（南昌 3 家），福建（福州 3 家）

西区（16 家）：陕西（西安 5 家），四川（成都 3 家），云南（昆明 2 家），重庆 5 家，甘肃（兰州 1 家）

北区（16 家）：北京 4 家，黑龙江（哈尔滨 2 家），吉林（长春 2 家），山东（济南 2 家），辽宁（沈阳 3 家），天津 3 家

新媒体

【新浪微博公众号】Metersbonwe。

【微信公众号】美特斯邦威。

【人人网】Meters/Bonwe

【腾讯微博】Metersbonwe

发展历史

“美特斯·邦威”是美特斯邦威集团自主创立的本土休闲服品牌，已成为国内休闲服饰的领导品牌之一。美特斯邦威集团公司于 1995 年创建于中国浙江省温州市，主要研发、生产、销售美特斯·邦威品牌休闲系列服饰。

“美特斯·邦威”品牌名代表为消费者提供个性时尚的产品，有如下含义：美——美丽，时尚；特——独特，个性；斯——在这里，专心、专注；邦——国邦、故邦；威——威风。

集团在全国拥有直营店和加盟店将近 5000 家，通过在重点一线城市建立销售子公司并开设直营店的方式，有效地提升品牌的影响力和知名度，并能够更加深入的推动管理创新和品牌升级，从而对一线城市周边和二、三线市场产生有力的辐射作用，公司直营体系员工 11000 人，全系统员工超过了数万人。

1995 年 4 月 22 日。美特斯邦威首家专卖店在温州开业。

2001 年，聘请郭富城为品牌形象代言人，Meters/bonwe 品牌知名度迅猛提高。

2002 年，近 2000 平米的 Meters/bonwe 首家品牌形象店在上海南京东路开业。

2003 年，公司正式聘请华语歌星周杰伦为 Meters/bonwe 品牌新一任形象代言人。

2005 年，公司正式举行“美特斯邦威上海总部启用庆典仪式”，标志着公

司以上海为总部的“二次创业”的正式开始。上海美特斯邦威服饰博物馆同时正式开张。

2007年，上海南京东路步行街上9000多平方米面积的旗舰店开业，在其五楼开设美特斯邦威服饰博物馆南京东路展区。上海美特斯邦威服饰有限公司整体变更为股份有限公司。

2008年8月，美特斯邦威服饰股份有限公司在深圳交易所成功上市，股票简称“美邦服饰”，股票代码：002269。同年，公司旗下高阶时尚品牌“ME&CITY”正式推出，并聘请好莱坞红星，美剧《越狱》男主角温特沃什·米勒做为形象代言人。

2009年，“Metersbonwe”品牌与好莱坞大片《变形金刚2》合作，取得变形金刚的形象授权，并成为首个在好莱坞电影中做品牌植入的中国品牌。

2011年，“ME&CITY”品牌旗下童装品牌“米喜迪”正式推出，其以都市时尚化、个性化的款式，并运用时尚的色彩，环保的面料，使得每一件童装都体现当下的时尚潮流，传达愉悦的生活态度，体现潮流小大人的精致时尚。

2012年，“Metersbonwe”品牌旗下童装品牌“MOOMOO”推出，以“有想象不一样”为品牌宣传语。同年8月8日，中国最有价值品牌100榜揭晓，美特斯·邦威以61.69亿元居第52位。2012年第四季度，在广州市工商局委托市纤维产品检测院对全市流通领域的商场、超市销售的秋冬服装进行质量监测的过程中，美特斯邦威部分产品因色牢度问题不合格。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】AMPM

【主业类别】男女休闲装；家居服

【成立时间】2007 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海美特斯邦威服饰股份有限公司

【公司地址】上海市浦东新区康桥东路 800 号（注册地址）
上海市虹口区东大名路 588 号（办公地址）

【公司电话】021-38119999、021-38119998

【品牌官网】<http://ampm.banggo.com/>

【网络旗舰店】<http://ampm.banggo.com/>、<http://metersbonwe.tmall.com/>

发展历史

AMPM 服装品牌是美特斯邦威推的线上专供品牌。AMPM 的诞生始于一个美好的想法：为人们创造更自然健康、乐观多彩的生活方式。

AMPM 并非单一的时尚观点，更是一个提倡环保、自然、简约、及舒适的生活态度。通过对产品的设计、素材、控管、及价值，为消费者提供品质优良、注重环保及价格合理的服装及生活用品。设计是将理想付诸实现的途径，AMPM 以简洁的设计感、多样的色彩、舒适与自然的素材、乐活态度融合生活体验，让设计更加贴近生活。

AMPM 透过规模化的采购，从世界各地选取优质的原材，并善用各种素材的特性打造高品质的创意时尚，并提供返璞归真的完美生活体验。

图片信息

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】 Mr.simple

【主业类别】 男时装

【公司名称】 上海摩雅服饰有限公司

【公司地址】 宁波市海曙区华楼巷 21 号天一豪景 B 座 1206

【公司电话】 4007-111-211、021-51001685

【品牌官网】 <http://mr.honeycool.cn/>

【品牌理念】 创造男尚生活、引领男尚文化。

品牌定位

【主力品类价格带】 中高档产品，满足不同消费力，物超所值【目标消费者】
20-38 岁

【产品风格】 “时尚休闲” 和 “时尚正装” 两大系列，韩版原创设计时尚男装。

经营规模

新媒体

发展历史

以国际韩流的时尚理念，以原创设计为前提，锁定 20-38 岁追求着装品位有较高要求的时尚潮流引领者，“mr. simple” 所有男装设计均为高端韩版设计，采用了精致出位的色彩搭配，不规则的版型设计，精湛的制作工艺，将追求卓越的现代魅力绅士演绎韩尚经典品味，让追求个性自由、简约明净、动感时尚的你，再一次地感受到一个全新自我的本质蜕变与品位升华。

企业愿景：以领先的国际韩流改变中国时尚男装现状。3 年内进军中国时尚男装 A 梯队。成为中国领先的男装特许加盟品牌

图片信息

【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】森马 / Semir
- 【主业类别】休闲服饰、鞋包配饰
- 【成立时间】1996 年
- 【成立地点】温州市
- 【公司名称】浙江森马服饰股份有限公司（母公司）
上海森马服饰股份有限公司（所属公司）
- 【公司地址】浙江省温州市瓯海区娄桥南汇路 98 号（母公司地址）
上海市闵行区莲花南路 2689 号（所属公司地址）
- 【公司电话】0577-88089999、021-67288111
- 【品牌官网】<http://www.semir.com>
- 【实体旗舰店】浙江省温州市鹿城区五马街 107 号
- 【网络旗舰店】<http://semir.tmall.com>
- 【品牌理念】崇德尚贤，和谐共赢

品牌定位

- 【主力品类价格带】春夏 40~300 元；秋冬 150~500 元。
- 【目标消费者】面向 16~30 岁的青少年学生群体以及刚踏入社会的年轻群体
- 【产品风格】年轻、时尚、活力、高性价比的大众休闲服饰

经营规模

- 【经营业绩】2014 年第一季度净利润同比增 21.1%
- 【店铺布局】森马采用直营与加盟相结合的方式，目前在全国设立了 4 300 多家终端销售网点。全国现共有 113 家直营门店，其中上海 47 家、杭州 23 家、北京 16 家、天津 14 家、广州 5 家、温州 5 家、西安 3 家。

新媒体

- 【新浪微博公众号】森马
- 【微信公众号】Semir_fashion
- 【豆瓣小站】森马

发展历史

创业（1996~2000年）：

- 1997年3月，第一家森马品牌专卖店在江苏徐州市开业，森马品牌系列休闲服正式进入市场。
- 2000年7月，森马上海服饰有限公司成立。森马与法国 PROMOSTYL 公司共同组建了森马国际时尚信息中心，促进了国际化和本土化的快速融合。

成长（2001~2005年）：

- 2002年1月，森马创立 Balabala 巴拉巴拉童装品牌。
- 2003年7月，森马强势推出品牌形象代言人谢霆锋，全新演绎“穿什么就是什么”的品牌文化内涵。8月，签约当红香港少女组合 TWINS。

发展（2006~2010年）：

- 2006年9月、10月，森马品牌相继荣膺“中国名牌”产品和“中国驰名商标”称号，荣列中国服装行业竞争力10强和中国大企业集团竞争力100强。
- 2008年8月18日，森马推出品牌形象代言人——当红偶像罗志祥和中韩超人气偶像组合 SJ-M，共同演绎“热爱不一样”的品牌风格。
- 2010年4月22日，浙江森马服饰股份有限公司工会成立。

跨越（2011~2015年）：

- 2011年1月8日，浙江森马服饰股份有限公司被授予全国纺织工业先进集体荣誉称号。森马在2010年度温州市纳税百强和制造业纳税50强中均荣登首位，受到温州市委、市政府表彰。
 - 2011年3月11日，浙江森马服饰股份有限公司在深圳证券交易所中小企业板上市，成为国内资本市场盈利水平最高的服装上市公司。
- 2011年12月，森马聘请韩国偶像明星李敏镐担任品牌形象代言人。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



The logo for the brand SHNKE, featuring the word "SHNKE" in a stylized, outlined font on a black rectangular background.

基础信息

- 【品牌名称】申克 / SHNKE
- 【主业类别】运动户外
- 【成立时间】1999 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海申克体育用品有限公司
- 【公司地址】上海市黄浦区保屯路 216 号
- 【公司电话】021-63067648

发展历史

上海申克体育用品有限公司创建于 1999 年,注册商标“申克”、“SHNKE”,是上海新一代集休闲与运动为一体,经营中、高档品牌服装的发展中公司。多年来,申克公司生产的系列产品均采用国际流行的面料精心设计制作而成,拥有一流的服装设计师和精密的流水线制作,更有严格的企业化管理,产品远销海内外。申克公司以其稳健的经营作风和良好的业绩树立起自己的形象,集休闲与运动为一体的风格已被广大公众认可。

图片信息

【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】东西 / THE THING
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2005 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海态趣服装有限公司
- 【公司地址】上海市卢湾区茂名南路 1 号 301
- 【公司电话】021-62711768
- 【品牌官网】<http://www.thething.cn>
- 【实体旗舰店】上海市卢湾区长乐路 276 号
- 【网络旗舰店】：<http://thethingtq.tmall.com/>
- 【品牌理念】潮流设计

品牌定位

- 【主力品类价格带】上装 208~788 元；下装 428~898 元；外套 658~2 280 元。
- 【目标消费者】20~28 岁
- 【产品风格】将玩乐、戏谑的精神融入产品设计，鼓励人们通过生活灵感激发创意，鼓励人们在追赶潮流的同时，坚持自我，彰显个性。

经营规模

- 【店铺布局】上海 4 家；杭州 4 家；哈尔滨 2 家；九江 1 家；长沙 2 家；成都 1 家；新疆 1 家；广州 1 家；常州 1 家；南通 2 家；大庆 1 家；牡丹江 1 家；天津 1 家；太原 1 家；昆明 1 家；赤峰 1 家。

新媒体

- 【新浪微博公众号】THETHING 【微信公众号】THETHING
- 【豆瓣小站】THETHING 东西

发展历史

2005 年，THETHING 自中国本土创意快速发展之时汲取灵感，诞生于上海，以天马行空的插画设计表达强烈个性的 T 恤闻名，吸引了一众明星与潮流人士。2013 秋冬推出“GO OUT by THETHING”系列，新一季的设计中，大量功

能性被加入时装之中，品牌得以实现概念转换，该系列主张都市年轻群体走出户外，不再缩身在城市里幻想风景，将旅行作为一种态度注入品牌精髓，成就一种生活方式，正是 THETHING 所想囊括的全部，这才是“THETHING”式独特的审美。

THETHING 品牌具有自己独特的态度，深信情绪、态度以及文化，都可以用服装语言来表达。THETHING 坚持表达独立的审美与性格，崇尚自由、专为 85 至 90 后国内最自信的一代年轻人设计开发产品，满足于他们勇于表达个性，追寻独特生活方式的需求，彰显个人独特的品味！THETHING 是各不同系列的载体，是他们各自的精神归宿。

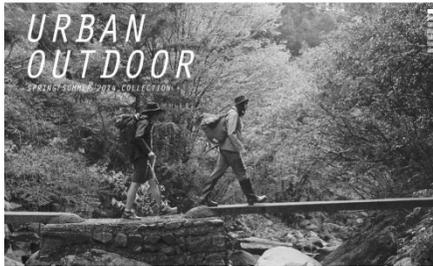
THETHING 致力于将“潮流设计”理念带入到中国各个城市，目前在中国十七个时尚城市如上海、北京、成都、广州、天津、杭州等都开设了专卖店，另外为了突出品牌个性化形象，还在上海、广州、哈尔滨等地开设了品牌概念店。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】th:
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】1999 年
- 【成立地点】香港
- 【公司名称】上海星贰国际贸易有限公司(香港 PMTD LTD 分公司)
- 【公司地址】上海市徐汇区 258 弄 27 号 1 号楼 315 室
- 【公司电话】021-5216261
- 【品牌官网】<http://www.2percenthk.com/>
- 【实体旗舰店】福建省福州市中亭街 C 区好莱坞主题百货
- 【品牌理念】自然复古的男性时尚风格。

品牌定位

- 【主力品类价格带】春夏 300~450 元。
- 【目标消费者】中性休闲服饰，18~28 岁的潮人。
- 【产品风格】强调重水洗自然风格，表现个性中的真实自我，不受拘束的街头风流浪文化，传送“旧”的气息中透露出复古情，怀旧简单款式却有着重点性的设计手法，多层次的搭配，多布料重选，更能显出不做作的随性，拥有男与女无界限的 SIZE。

经营规模

- 【店铺布局】香港/14，上海/5，福建/2。

发展历史

1994 年，一群才能出众的专业设计师共同合作，成立品牌 2%，一直代表东洋至潮品位。由于留意到时常环境不断转变，在 1999 年加设另一个品牌+一×÷专走成熟聪慧的女性路线。其后进入新世纪，再建立品牌 th:，走轻便中型路线，以迎合新生代的不同生活形态及品位。从 1999 年起，th:系列都是走在年轻潮人的路线，代表(Me 世代)的潮流指标，日本街头潮流的风格加上每季流行元素，做出简约而富有特色的时尚风格。将经典的款式加上当季流行元素，创造出独特的设计。营销宣传通过新浪微博粉丝与明星互动，新品发布等活动。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

- 【品牌名称】天使园 / ANGEL GARDEN
- 【主业类别】休闲服饰
- 【成立时间】2000 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海萱玟（天使园）服饰有限公司
- 【公司地址】上海徐汇区零陵路 800 号东亚大厦 13A 楼
- 【公司电话】021-54338618
- 【品牌官网】www.tianshiyuan.com.cn
- 【实体旗舰店】上海市徐汇区田林路 66-2 号
- 【网络旗舰店】<http://tianshiyuan.tmall.com/>
- 【品牌理念】美化生活并成为女性服饰的指南。

品牌定位

- 【主力品类价格带】上装 50~400 元；下装 50~250 元。
- 【目标消费者】18~30 岁时尚女性。
- 【产品风格】女装牛仔产品根据国际时装时尚潮流，跳脱粗狂的西式牛仔风格，利用珠、刺绣等东方元素，“新颖、时尚、修身”的设计特点以及舒适、贴身的弹力面料，勾勒出惬意不失浪漫、优雅的新时尚理念。

经营规模

- 【店铺布局】上海/68。

发展历史

公司面对国内市场以自有终端为主，集研发、设计、生产、销售牛仔女装为主的服装零售企业。经历了初期的成功探索后，企业确立了准确的市场定位，建立了复合式营销体系，引入特许经营模式，并以多年积累的品牌运作优势及优质的专业生产能力和不断完善的市场销售网络体系，全力拓展特许专卖事业。品牌愿景：创建国内牛仔服装的百年品牌；企业使命：美化生活并成为女性服饰的指南；企业目标：打造国内第一女装牛仔品牌。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



The logo for ICICLE, featuring the brand name in a serif font with a stylized 'I' and 'C'.

基础信息

【品牌名称】ICICLE HOMME

【主业类别】男装

【成立时间】2011 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海之禾时尚集团有限公司

【公司地址】上海市莘砖公路 518 号

【公司电话】021-64959955

【品牌官网】<http://www.icicle.com.cn/>

【实体旗舰店】上海市黄浦区南京西路 1618 号久光百货 3 楼

【品牌理念】舒适、环保、通勤

品牌定位

【目标消费者】之禾 2011 年设立的产品线，满足男性主客群的需求。

【产品风格】ICICLE HOMME 男装注重细节，面料精良，裁剪合体。在设计上强调的是简单放松的廓形，不加衬肩更加放松，摒弃了原有的西装略显拘谨的形式。棉麻的裤装更加透气和放松，即使在外旅行都可以简单的自己打理。整体的设计，更显出精致和放松的结合。

新媒体

【新浪微博公众号】ICICLE 之禾

发展历史

2011 年，ICICLE 推出男装线。

每条产品线针对相应的消费喜好群体，丰富的产品选择以及实用的功能性，广受顾客的好评。

图片信息

【店面】

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】洲克 / ZOKE

【主业类别】运动休闲

【成立时间】1996 年

【成立地点】福建泉州

【公司名称】上海洲克服饰有限公司

【公司地址】上海市长宁区通协路 288 弄

【公司电话】021-62250205

【品牌官网】<http://www.zoke.cn/>

【实体旗舰店】长宁区长宁路 1018 号龙之梦购物中心 5 楼

【网络旗舰店】<http://www.zoke.cn/Index/mall>

【品牌理念】致力推动全民健身、科学健身普及运动，让人们生活更美好

品牌定位

【主力品类价格带】女士：128~968 元；男士：98~368 元；儿童：58~268 元。

【产品风格】动感、性感、优雅，分为竞技类、时尚类、儿童类、配件类、服装类。

经营规模

【经营业绩】累计实现销售近 25 亿元，创利税超亿元。目前，公司黄金饰品的年销售量为 2.5 吨，珠宝镶嵌饰品的年销售额已超过 2.5 亿元。

【店铺布局】上海 37 家，重庆 1 家，北京 13 家，浙江 23 家，广东 23 家，福建 24 家，江苏 20 家，湖南 6 家，安徽 9 家，海南 6 家，江西 6 家，湖北 2 家，河南 3 家，辽宁 19 家，山东 12 家，吉林 5 家，河北 5 家，山西 3 家，四川 5 家，云南 6 家，甘肃 2 家，新疆 4 家，陕西 7 家，黑龙江 4 家，广西 1 家，天津 1 家。

新媒体

【新浪微博公众号】ZOKE 洲克

发展历史

1996 年，泉州洲克健美服饰有限公司成立；

1998 年，“洲克 ZHOUCHE” 商标通过国家工商总局商标局注册；
 1999 年，获得“文明企业”称号；
 2000 年，中国洲克控股有限公司成立；
 2001 年，泉州市克拉克体育用品有限品牌成立，通过 ISO9001 质量管理体系认证；
 2003 年，2 月“洲克”被评为泉州市知名商标，成为泉州市质量监督协会“会员单位”；
 2004 年，“洲克 ZOKE” 商标通过国家工商总局商标局注册；
 2005 年，占地 22000 平方米，首期建设厂房 30000 平方米洲克工业园建成并投产，8 月“洲克”商标被评为福建省著名商标；
 2006 年，“洲克”被认定为福建省名牌产，“洲克”品牌被认为定位“国家免检产品”；
 2007-2009 年，洲克连续三年成为中国国际健身大会合作伙伴；
 2009 年，“洲克”被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”；
 2010 年，洲克选择了中国游泳界的“蛙后”齐晖作为洲克竞技泳装顾问；
 2011 年，洲克成为中国人民解放军海军游泳队、广州军区游泳队、北京水立方游泳队等多支专业游泳队的服装赞助商。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



基础信息

【品牌名称】M-GRAPH

【主业类别】男装

【成立地点】上海

【公司名称】上海旭霓贸易发展有限公司

【公司地址】上海市闵行区吴中路 686 弄

【公司电话】021-32023328

【品牌官网】<http://www.mgraph.com.cn/>

【实体旗舰店】上海市卢湾区 245 号新天地时尚 1 楼

【品牌理念】超越既定的时尚概念和国界，体现现代自由精神和摩登时尚的混搭概念

品牌定位

【目标消费者】精英白领男士

【产品风格】东京高级街头时尚文化，时尚且低调奢华，适合亚洲人身型和审美情趣，自由愉悦的穿衣理念和生活方式。善于在解构军装、工装等传统服饰的基础上，构筑全新的设计主题，融入最新的潮流概念，设计出创意、细节和工艺并重的高极街头服饰。它注重细节与混搭，修身的立体裁剪让穿着者与服装融为一体。

经营规模

【店铺布局】北京/1、上海/4、沈阳/2、大连/2、天津/1、无锡/1、常州/1、成都/1、南昌/1。

发展历史

在《milk》、《yoho》、《SIZE》、《精品购物指南》等杂志刊登，并在上海、北京等商场进行主题展览。

图片信息

【店面】

【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】GWA

【主业类别】男装

【成立时间】2011 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海卓熠服饰有限公司

【公司地址】上海市长宁区中山西路 933 号

【公司电话】021-51709169-803、13681985347、18616908197

【品牌官网】<http://www.gwafashion.com/>

品牌定位

【目标消费者】25~35 岁都市前沿时尚新贵一族

【产品风格】在追求时尚个性的同时强调面料品质和工艺细节，着重赋予产品精致的文化内涵。融合都市生活和时尚个性两大主题，个性独到的剪裁使客户具有很高的识别度，但是决不一味浮夸造作，从极富设计感的细节设计、到传统和现代工艺的高端制造工艺，真正做到“低调的奢华和内敛的张扬”的独特产品风格。系列服饰结合当季流行趋势，运用多层次的解构和层叠，冲破传统的约束与捆绑，诡异高贵却又另类时尚，给男性时装注入一股新的活力，表达一种渴望表现自我却不做作的低调内敛的张扬。

发展历史

上海卓熠服饰有限公司隶属于美国厚实集团(HOZAGROUP)。厚实集团总部设在美国纽约，从事服饰批发、销售和进出口。集团于 1990 年开始在国内从事服装的生产和出口，如今生产基地涉及中国及东南亚等多个区域，年销售额约五亿人民币。

GWA 是厚实集团从 2011 年开始重点打造的高端男性时装品牌，填补了目前国内 HIGH-FASHION 风格男装市场的空白；同时在运作模式上也摆脱了以往设计师品牌运作的陈旧模式，产品实穿性也更强，性价比更高。整个品牌采用全新商业化理念操作，力求在未来五年内成为该市场的主导品牌。

时装男士杂志 3 月刊,新一代体操王子冯喆，穿上 GWA 品牌服装时尚 2013 春季新款毛棉提花外套。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】骆驼动感 / CAMEL ACTIVE

【主业类别】男装

【成立时间】1977 年

【成立地点】德国

【公司名称】汤尼威尔（上海）服饰有限公司

【公司地址】上海市徐汇区龙吴路 2046 号

【公司电话】021-64968599

【品牌官网】<http://www.tonywear.com/>

【实体旗舰店】上海市杨浦区杨树浦路 2866 号上海国际时尚中心

【品牌理念】自由不羁，蓬勃生机和勇敢挑战的冒险精神

品牌定位

【目标消费者】CAMEL ACTIVE 适合 22~35 岁之间，有着不同文化背景，讲究完美生活，想追随潮流，但却不想成为潮流的领导者的中青年。

发展历史

CAMEL ACTIVE 始创于 1977 年，总部设在德国著名的城市科隆，是其母公司 WBI 推出的极其成功的品牌，全球设有 16000 家专卖店，年销售额在 3 亿欧元以上。

CAMEL ACTIVE 是为面对不寻常挑战的都市人设计的品牌，它宣扬自由不羁，蓬勃生机和勇敢挑战的冒险精神，穿着 CAMEL 服饰使您成为这个都会当中最坚强和积极的中坚分子。

图片信息

【主推款】



基础信息

- 【品牌名称】汤尼俊士 / Tony Jeans
- 【主业类别】男装
- 【成立时间】2001 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】汤尼威尔（上海）服饰有限公司
- 【公司地址】上海市徐汇区龙吴路 2046 号
- 【公司电话】021-64968599
- 【品牌官网】<http://www.tonyjeans.com/>
- 【实体旗舰店】上海市杨浦区杨树浦路 2866 号上海国际时尚中心
- 【网络旗舰店】<http://tonyjeans.tmall.com/>
- 【品牌理念】around the world-live

品牌定位

- 【主力品类价格带】上装：199~1 090 元；下装：320~790 元；配件：39~990 元。
- 【目标消费者】个性充满阳光、乐观向上、富有生命张力的都会年轻人，他们标榜特立独行、崇尚自然、追求挑战的生活形态
- 【产品风格】风格力求前卫，完全时尚休闲的设计理念，采用天然素材，强调个性的细节，风格简单明快，搭配自由随心。

经营规模

- 【店铺布局】上海/32，杭州/4，北京/8，成都/11，重庆/4，武汉/10，太原/1，信阳/1。

新媒体

- 【新浪微博公众号】TonyJeans 官方微博

发展历史

都会的新新人类，将在这里找到属于自己的世界，健康而充满生命力。都市新生代宣扬自我、无拘无束的青春本色—汤尼俊士 (Tony Jeans) 族群充满积极乐观的生命张力，标榜特立独行的个性、崇尚自然的生活形态，追求充满挑

战的人生轨迹。

汤尼俊士 (Tony Jeans) 是汤尼威尔 (Tony Wear) (上海)服饰有限公司旗下自创品牌之一, 于 2001 年诞生于上海。它继承了汤尼威尔 (Tony Wear) 成功的运营模式, 非常重视品牌视觉形象的规划和设计, 从店面设计到卖场中陈列的每个细节, 都在为顾客创造一种独特的时尚氛围。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





基础信息

【品牌名称】进行者 / EXR

【主业类别】男女装

【成立时间】2001 年

【成立地点】韩国

【公司名称】依格思儿服饰上海有限公司

【公司地址】上海市长宁区虹梅路 1905 号

【公司电话】8621-51036668

【品牌官网】<http://www.exrchina.com/>

【实体旗舰店】上海市浦东新区张扬路 501 号八佰伴五楼

【品牌理念】Something new、something different、something special

品牌定位

【主力品类价格带】男士：380~1 280 元；女士：580~2 680 元

【目标消费者】喜爱运动，追求独特的年轻消费群体。

【产品风格】EXR 是运动休闲相结合的 caports 风格。从熟谙都市氛围的年轻一代的生活方式中汲取灵感，从而设计出比原有类型更加追求新异，追求独特，反映进取精神的服饰类型。个性运动休闲精神可在‘闲暇时如休闲装，忙碌时如运动装’的个性运动休闲族口号中得以释然理解，个性运动休闲装是个性运动休闲族的象征性体现。

经营规模

【店铺布局】全国共有 95 家旗舰店，分别位于沈阳、阜新、营口、大连、黑龙江、抚顺、丹东、长春吉林、鞍山、山西、陕西内蒙、广东福建、湖南湖北、安徽、江浙、重庆、天津、上海及北京，其中上海共有 5 家店铺分别为：上海市浦东新区张扬路 501 号八佰伴五楼 EXR 专柜、上海市杨浦区四平路 2500 号上海东方商厦 2 楼 EXR 专柜、上海市长宁区长宁路 101 龙之梦购物中心 5 楼 EXR 专卖店、上海市沪青平公路 2888 号奥特莱斯 B 区 237 号 EXR 专卖店、上海市虹泉路 1051 弄 9 号 EXR 专卖店。

发展历史

EXR 是韩国运动品牌。运动休闲装诞生于 90 年代后期，运动休闲主义在服

装界涌现,2001年,一些著名设计师,比如 Yohji Yamamoto,Jil Sander 等,和运动品牌合作,并融入流行服饰特征,从而展示并开始推演出崭新概念的 Sneakers(运动休闲系列)。EXR 发现了大众对运动和休闲装相结合的新型服饰的消费需求,遂将这一新型概念的服饰发展定义为“个性运动休闲”(Caports)。

图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



