



## 基础信息

---

【品牌名称】安正 / ANZHENG

【主业类别】男正装

【成立时间】2011 年

【成立地点】浙江

【公司名称】安正时尚集团股份有限公司

【公司地址】上海市长宁区临虹路 168 弄国际商务花园 7 号办公楼

【公司电话】021-32563818

【品牌官网】<http://www.anzheng.com/>

【实体旗舰店】上海市黄浦区茂名南路 59 号

【品牌理念】融汇中西、贯通古今。

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】裤装 1 000~3 000 元；针织衫、T 恤衫、便装 3 000~6 000 元；风衣、羽绒服 6 000~10 000 元；皮衣、套西装、裘皮 10 000 元以上。

【目标消费者】35~45 岁，注重传统文化底蕴及现代文化的熏陶，追求高品质生活及时尚品位，心态年轻、注重形象，富有激情、具有创新意识、乐于社交的男士。

【产品风格】安正强调一种风格，不是回归某一年代，是对文化更加深邃的领悟。安正品牌不仅执着于东方哲学的美学思想且深刻理解西方文化艺术的内涵，将东方文明的气韵与西方艺术手法自然融进产品创作中，倡导“融汇中西、贯通古今”的设计理念。

## 经营规模

---

【店铺布局】2012 年 4 月，AZ 安正男装全球第一家直营店铺在沈阳卓展盛大开幕；2012 年 8 月，AZ 安正男装长春卓展新店开业；2013 年 1 月，安正男装上海茂名路店盛大开业。

## 发展历史

---

1986 年，集团董事长郑安政先生和妹妹郑秀萍女士北上太原，在山西太原钟鼓楼大街成立了一家集自主设计、裁剪、缝制和销售于一体的服装工作室。

1988 年，第一届大连国际服装节隆重举办，大连这座美丽的海边城市也被

赋予了“中国北方时尚之都”的美誉。凭借着敏锐的商业嗅觉，郑安政先生将工作室迁往大连，创立了大连晶雅时装有限公司。

经过多番考察浙江市场，1995年，郑安政先生转战浙江，在潮乡海宁福永里租下了厂房，投资创建了“海宁九冬皮革时装厂”。1999年，海宁九冬皮革时装厂注册的貂熊王商标被评为嘉兴市著名商标。

2001年，玖姿品牌诞生，实现了皮装生产与销售向高档女装品牌经营的转身，公司开始走上品牌发展之路，同年玖姿举行了第一场发布会。公司正式更名为浙江玖姿服装有限公司。先进的生产设施、宽敞的办公环境及丰富的娱乐、文化设施为公司进一步发展奠定了良好基础。

2004玖姿在上海成立了研发总部，同年与法国NALILOLY 娜丽罗蒂设计事务所建立长期的战略合作关系，确保品牌同步吸纳欧洲最新元素。

2008年，公司旗下具有设计型格的高端时尚女装品牌“尹默”诞生，公司多品牌战略雏形初具。

2010年7月，浙江玖姿实业股份有限公司更名为安正时尚集团股份有限公司。上海运营办公大楼投入使用，近万平方现代、时尚办公环境，集团目前拥有员工近3000名，2012年零售额28亿，在行业内和消费者中拥有良好的口碑和强大的品牌号召力。公司步入集团化发展阶段。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



## 基础信息

---

- 【品牌名称】波司登男装 / BOSIDENG HOMME
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】2004 年
- 【成立地点】徐州
- 【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）  
江苏波司登服装发展有限公司（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.bsdmw.com/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 463 号曼克顿广场
- 【网络旗舰店】<http://bosidengman.tmall.com/>
- 【品牌理念】打造“商旅生活”男装第一品牌。

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】衬衫 300~900 元；T 恤 200~1 200 元；裤子 300~600 元；  
夹克 600~900 元；棉服 900~1 600 元。
- 【目标消费者】28~45 岁现代都市男士。
- 【产品风格】将中国服饰文化与欧洲时尚元素结合；顺应国际潮流趋势，又结合本地消费者的特点；融入现代时尚元素与“全生活形态”的着装文化。

## 经营规模

---

- 【店铺布局】已在伦敦、上海、北京、广州、深圳、杭州、南京、武汉、重庆、  
成都、西安、兰州、沈阳、哈尔滨、大连开设店铺，其中伦敦、上海、北京、武汉设有旗舰店。

## 新媒体

---

- 【新浪微博公众号】波司登男装。
- 【微信公众号】波斯登男装。

## 发展历史

---

- 2004 年 8 月，波司登男装品牌成立。
- 2004 年 9 月，波司登男装被中国保护消费者基金会评为消费者信赖的知名

品牌。

2007年2月，波司登男装被评为“中国政府官员与企业家峰会钓鱼台国宾馆会议”指定服饰。

2007年6月，波司登男装被评为中国消费者满意名特优品牌。

2008年3月，波司登男装被评为全国产品质量过硬，信誉保证放心品牌。

2009年4月，波司登男装新品牌战略确定。

2009年5月，优质偶像王力宏正式代言波司登男装。

2009年7月，波司登男装在鸟巢举行品牌战略发布会。

2012年7月，波司登欧洲总部成立，并开设波司登男装旗舰店。

2013年7月，波司登成为英超托特纳姆热刺队官方男士正装合作伙伴。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】波司登英国男装 / BOSIDENG LONDON

【主业类别】男正装、休闲服饰

【成立时间】2010 年

【成立地点】英国伦敦

【公司名称】波司登国际控股有限公司（母公司）  
波司登英国公司（所属公司）

【公司地址】英国伦敦西区南莫尔顿街 28 号

【公司电话】207-2903170

【品牌官网】<http://www.bosidengmenswear.com/>

【实体旗舰店】英国伦敦西区南莫尔顿街 28 号

【品牌理念】采用“中国品牌、本土设计、全球采购、当地化营销”的新模式，从设计、生产、市场推广、销售各环节都围绕欧洲市场、紧扣本地客户的需求和口味。

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】西装 350~550 欧元；衬衫 80~110 欧元；裤子 95~120 欧元。

【目标消费者】28~45 岁现代都市男士。

## 经营规模

---

【店铺布局】以 2 005 万英镑购得位于伦敦西区的核心地段的南莫尔顿街 28 号的大楼，拆除旧楼后改建成地下一层、地上六层的波司登大楼，其中四层用于销售，两层作为欧洲总部办公室，顶层作为波司登会所。

## 发展历史

---

波司登英国公司是波司登的全资子公司，2010 年 10 月成立，主要业务是波司登品牌服装在包括英国在内的欧洲地区的设计、生产和销售，并在 BRADFORD 和伦敦拥有两栋波司登大厦。波司登英国公司在英员工现有 20 人，其中当地聘用从事高层管理的人员有 3 人。

2011 年 7 月，波司登以 2 005 万英镑购得位于伦敦西区的核心地段的南莫尔顿街 28 号的大楼，包括拆、建、装修、铺货、营运在内的总投资共 3500 万英镑。这家波司登海外首家旗舰店，于 7 月底奥运开幕前开始试营业，10 月 12

日正式剪彩开业。

波司登是中国首家直接进入欧洲零售市场的中国服装品牌。伦敦店的开业和它所尝试的新的海外发展模式得到了各大媒体的关注，包括中央电视台、中央人民广播电台、中国日报在内的国内媒体，和英国 BBC、Financial Time、美国 Bloomberg TV、福布斯 Forbes 等作了采访报道。波司登在英国的这个项目入围了英国商会的年度对英投资大奖的决赛名单，凭借其在英国市场的卓越表现以及创新的市场发展战略，在 2012 年 11 月 8 日荣获英国商业大奖“年度中国投资者奖”，这是国内纺织服装企业首次获此奖项。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】J-PRESS
- 【主业类别】男正装、休闲服饰
- 【成立时间】1902 年
- 【成立地点】日本
- 【公司名称】恩瓦德时尚贸易（中国）有限公司
- 【公司地址】上海市普陀区丹巴路 1238 号恩瓦德大厦 12 楼
- 【公司电话】021-64723660
- 【品牌官网】<http://chinaonward.net/>
- 【实体旗舰店】上海市虹桥路 1438 号 5 楼
- 【网络旗舰店】<http://crosset.chinaonward.net/>
- 【品牌理念】

## 新媒体

---

- 【新浪微博公众号】恩瓦德中国。

## 发展历史

---

1902 年，在美国东部纽黑文耶鲁大学门前创立。

长年以来深受被美国历史文化熏陶的上流社会人士的喜爱，是真正代表着美国传统文化的品牌。

## 图片信息

---

【店面】



【海报】



# 恒源祥

## 基础信息

---

【品牌名称】恒源祥

【主业类别】男正装、女时装

【成立时间】1927 年

【成立地点】上海

【公司名称】恒源祥（集团）有限公司

【公司地址】上海市黄浦区金陵东路 358 号

【公司电话】021-63268888

【品牌官网】<http://www.a8888.com/>

【实体旗舰店】上海市黄浦区金陵东路 358 号

【网络旗舰店】天猫恒源祥羽绒服官方旗舰店 [http://hengyuanxiang.tmall.com](http://hengyuanxiang.tmall.com;);

天猫恒源祥绒线官方旗舰店 <http://hengyuanxiang.tmall.com/>;

天猫恒源祥家纺官方旗舰店 <http://hyxjf.tmall.com/>;

京东恒源祥服饰旗舰店 <http://mall.jd.com/index-21618.html>。

【品牌理念】感悟精品、体验生活。

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】女款羽绒服 500~3 000 元；男款羽绒服 600~2 000 元；羊毛衫 1 300~1 500 元；男款衬衫 500~600 元；男款短袖 T 恤 950~1 000 元；连衣裙：1 600~2 000 元。

【目标消费者】对恒源祥具有品牌知晓度和忠诚度的中老年客户。

【产品风格】经典时尚。

## 经营规模

---

【经营业绩】2012 年，恒源祥营业额达 60 亿元。

【店铺布局】2008 年底拥有 9 000 多家经销网点，销售网点在全国省级城市达到 100%，在地级城市达到 93% 以上，在县级城市达到 60% 以上。

## 发展历史

---

1927 年，创立“恒源祥”绒线商店。

1935 年，恒源祥从零售走向制造。

1956 年，恒源祥从私营走向国营。



1989年，注册“恒源祥”商标。

1991年，恒源祥从字号走向品牌。

1998年，恒源祥从单品走向多品，并成立上海恒源祥服饰有限公司。

1999年，恒源祥获得“中国驰名商标”称号。

2002和2003年连续两年获得“中国十大公众喜爱商标”称号。

2004年2月13日，恒源祥成为中国第一家拥有全新男子人体数据库的企业。由恒源祥（集团）有限公司承担的“基于人体测量的男装版型技术与标准研究”项目正式通过上海市经委验收。这个项目推出了中国服装企业的未来运作模式——大规模定制与个性定制，为实现企业量身定制系统（MTM）打下基础。

2006年，在中国最有价值的100个老字号中，恒源祥位居第二。恒源祥荣膺行业首家全国质量奖。

2008年，恒源祥进入“亚洲品牌500强”。

2008年，恒源祥成功赞助北京奥林匹克运动会，并成为2009~2012年中国奥委会首家合作伙伴。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】彩羊 / Fazeya

【主业类别】男正装、女时装

【成立时间】2003 年

【成立地点】上海

【公司名称】恒源祥（集团）有限公司/上海康强服饰股份有限公司

【公司地址】上海市黄浦区金陵东路 358 号/上海市奉贤区江海南路 33 号

【公司电话】总机：021-63268888

上海彩羊针织公司电话：021-63366252

上海彩羊服饰公司电话：021-63368443

上海彩羊家纺公司电话：021-63747460

上海康强服饰股份有限公司：021-57198930

【品牌官网】<http://www.f8888.com/>

【实体旗舰店】上海市杨浦区平凉路 1404 号

【网络旗舰店】<http://mall.jd.com/index-21082.html>；<http://fazeyahc.tmall.com/>

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】夏季短袖衬衫 300~600 元；春秋长袖衬衫 300~1 300 元。

【目标消费者】引领时尚的年轻一族。

【产品风格】一个以全球化视野建构的品牌，更时尚化、年轻化，更加贴近新时期的消费主流和未来趋势。

## 经营规模

---

【店铺布局】截止至 2009 年，Fazeya（彩羊）已经在全国 29 个省市自治区设立了销售网点，地级市市场达到率为 91.47%，县级市市场到达率为 50.73%，旗下的加盟工厂也达到 30 余家。

## 发展历史

---

彩羊的英文品牌名为 Fazeya，全称为 Fashionable zealous young adult，原意指时尚而充满热心的年轻人。

2003 年 1 月 29 日，恒源祥集团将“Fazeya”、泥塑彩羊立体图案向国家商标局提出相关商标注册申请，开始了“Fazeya”和恒源祥中国羊年吉祥物——

泥塑彩羊走向品牌的历程。

2003年，Fazeya品牌系列三个公司上海彩羊针织有限公司（前身上海发财羊针织有限公司）、上海彩羊服饰有限公司（前身上海发财羊服饰有限公司）、上海彩羊家用纺织品有限公司（前身上海发财羊家用纺织品有限公司）成立，并接受恒源祥（集团）有限公司的品牌授权。

2005年1月1日，三家公司开始进行独立运营，Fazeya（彩羊）品牌度过了艰难的“品牌导入期”，产销体系日渐完整，在市场上拥有了一定的知名度。

2006年，Fazeya（彩羊）品牌又涉足车用纺织品行业，以高档羊剪绒车用坐垫为核心产品，再次拓宽了自己的产品领域。

2008年1月，彩羊产业集团成立，Fazeya（彩羊）品牌开始了真正的品牌化运作。

## 图片信息

---

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】劲霸 / K-BOXING

【主业类别】男正装、休闲服饰

【成立时间】1980 年

【成立地点】福建

【公司名称】劲霸男装（上海）有限公司

【公司地址】上海市云岭东路 599 弄汇银金融商务中心 19 号

【公司电话】021-32508989、021-32508999、021-32508689

【品牌官网】<http://www.k-boxing.com/>

【实体旗舰店】上海市杨浦区国和路 709 号中原城市广场 3 座 1 楼 3101 室

【品牌理念】将睿智激情、质量与声望元素完美融合的商务休闲男装品牌。

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】短袖 T 恤 400~1 200 元；POLO 衫 400~1 700 元；短袖衬衫 300~1 000 元；休闲裤 400~900 元；牛仔裤 400~1 000 元。

【目标消费者】进取精英（创富族群、中小企业主）、国家机关公务员、企业中高层主管。

【产品风格】以茄克为核心产品，延展开各系列的品类组合，强调设计手法，质感的面料、舒适合体的剪裁与精细的缝制技术，以“典雅中见奢华，低调中见品味”的产品特点，而广获成功男士的拥戴。

## 经营规模

---

【店铺布局】3 000 余家专卖店遍布全国。

## 发展历史

---

1980 年，品牌创始人洪肇明先生创造第一件劲霸夹克。

1989 年，“劲霸”中文名称商标注册。

1995 年，国际服装·面料·装饰用品博览会上获评“金奖”。

2000 年，劲霸开始特许专卖经营，统一品牌形象专卖店开始铺展全国。

2001 年，开始在全行业率先建立基于国人体型特质的夹克版型数据库和款式档案库。

2003 年，入选“全国服装行业百强企业”成为唯一入选法国巴黎卢浮宫的

中国男装品牌。

2007年，入选“中国服装行业年度十佳品牌”、“中国最具生命力百强企业”。

2008年，北京奥运期间推出全新品牌标志“王者归来”，品牌价值突破百亿，获“男士休闲服装类品牌价值第一”的称号，荣列全国茄克类商品市场销售额第一位。

2009年，总部迁驻上海，成为中国茄克市场销售量和销售额的双冠王，全国服装标准技术委员会茄克工作组落户劲霸，主导茄克国家标准修订。

2010年，以“蝉联茄克市场双冠王”迎来品牌三十华诞，成为“中国茄克色彩研发基地”。

2011年，国家十二五重点扶植的品牌示范企业，首批首家“中国纺织服装品牌建设与管理试点企业”。

2012年，全国门店突破3 000大关，连续9年入选“中国500最具价值品牌”，品牌价值达226.86亿元，蝉联中国休闲男装第一价值品牌。

2013年，连续10年入选“中国500最具价值品牌”的劲霸男装，以269.58亿元的品牌价值继续蝉联中国休闲男装第一价值品牌。

公司在中央电视台各频道及其它省市电视台、报刊、杂志、高速公路户外广告牌等媒体，每年平均投入千万元的费用，进行广告投放和品牌推广，大大提升了“劲霸”品牌的价值和其在全国及业界的影响力。同时有电视媒体、平面媒体及网络媒体的支持。

公司运用统一形象的连锁专卖形式，开展特许加盟已在全国所有省、市、自治区设立分公司，拥有3 000余家形象统一的品牌专卖店。

公司实施“品牌营销战略”，导入CIS企业识别系统，塑造全新的企业品牌形象，重新注册使用中文“劲霸”、英文“K-BOXING”及“拳王”图形商标。由原来的生产导向型转向营销导向型，摆脱在低层次市场上角逐的被动局面。公司紧紧围绕着大市场，在平稳中求发展，以市场营销为主导、充分整合内外资源，在功能、形象、管理等上面充分整合以建立有效的对外传播机制。

## 图片信息

---

### 【店面】



### 【海报】



### 【主推款】



商务修身短袖正統衬衣



时尚休闲工艺T恤



男士修身纯棉T恤

## 基础信息

---

【品牌名称】利郎 / LILANZ

【主业类别】男正装

【成立时间】1987 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.lilanz.com/>

【实体旗舰店】上海市杨浦区国和路 709 号中原城市广场 3 座 1 楼 3101 室

【网络旗舰店】<http://lilanz.tmall.com/>

【品牌理念】简约而不简单

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】春季外套 479~1 260 元；风衣、大衣 390~630 元；夹克 358~879 元；棉衣、羽绒服 509~630 元；休闲西服 529 元；上装 159~959 元；裤装 179~599 元；西服套装 720~2 079 元；正统衬衫 189~511 元。

【目标消费者】商务人士、白领人士、公务人士、中产阶层。

【产品风格】简、朴、精、巧

## 经营规模

---

【经营业绩】2013 年净利润人民币 516.1 百万元，较 2012 年 626.8 百万元下降 17.7%。

【店铺布局】上海/30，北京/7，天津/4，沈阳/10，大连/2，长春/10，哈尔滨/11，石家庄/3，太原/4，廊坊/4，杭州/20，南京/3，苏州/5，无锡/3，济南/7，厦门/7，宁波/7，福州/11，青岛/4，合肥/15，常州/4，扬州/9，温州/8，绍兴/2，嘉兴/8，烟台/8，威海/1，镇江/6，南通/4，金华/9，徐州/7，潍坊/1，淄博/2，临沂/5，马鞍山/5，台州/10，泰州/7，济宁/9，泰安/6，成都/26，武汉/14，郑州/30，长沙/12，南昌/16，贵阳/14，重庆/69，西安/15，昆明/20，兰州/1，乌鲁木齐/1，银川/1，广州/6，深圳/1，佛山/6，东莞/9，海口/2，南宁/3，惠州/4。

## 新媒体

---

【新浪微博公众号】利郎官方微博

## 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。

“简约不简单”，是利郎的设计哲学，也是利郎二十多年来精心诠释和演绎的核心价值。从最初的“取舍之间、彰显智慧”，到“多则惑，少则明”的舍弃哲理，再到“世界无界，心容则容”的高远境界。每一步探索，简约与精致同行，突破与传统融汇。在不懈的求解、取舍、升华中，融合中国智慧的利郎简约哲学融汇而成包容世界的简约新主张，为全球商务人士带来全新的品牌价值体验。

利郎卓而不群的品牌魅力，吸引着众多顶尖设计人士的加盟。为利郎的产品设计注入了新的灵魂，其专业化的设计水准与国际化的设计理念完美地诠释了利郎“简约不简单”的品牌精髓，引领利郎代表中国男装登上国际舞台，高调亮相米兰时装周、台北时装秀和东京时装周，以其对中国元素的完美演绎，在世界 T 台大放异彩。

2008 年，利郎重塑品牌标识 LILANG 为 LILANZ，新 LOGO 设计更显简约、大气、国际化，以此全新蜕变为基点，利郎开启品牌国际化战略。2009 年，利郎作为内地首家男装品牌在香港成功上市，正式登陆国际资本市场，拉开中国男装品牌资本升级的大幕。借上市东风，利郎闪电开辟第二战场 L2，抢占中档商务休闲男装巨大市场，推行多品牌运作，培育新增长点。未来，利郎将力促公司管理、营销渠道、品牌战略等全面升级，广泛参与各大服装赛事合作，参展更多世界顶级服装展，加强国际服装界的话语权，以此华丽转身成就“简约哲学”的大家风范，林立世界时装之苑。



## 图片信息

### 【店面】



### 【海报】



### 【主推款】



## 基础信息

---

【品牌名称】桥蒙 / CHAIRMAN

【主业类别】男正装

【成立时间】1994 年

【成立地点】宁波

【公司名称】上海桥蒙服饰有限公司

【公司地址】上海市浦东新区航都路 25 号

【公司电话】021-68222897

【品牌官网】<http://www.chairman.cc/>

【网络旗舰店】<http://chairmanyw.tmall.com/>

【品牌理念】传承红奉工艺，演绎欧陆时尚，造就成功男士。

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】衬衫 179~269 元。

【产品风格】高雅洒脱，个性鲜明，超凡脱俗，且用料考究，设计精良，做工精细，价位合理，轻新挺薄。

## 经营规模

---

【店铺布局】公司吸取国内外连锁专卖、省地级总代理的先进经验，走连锁专卖、省地级代理发展之路。如今，不仅在浙江、安徽等地开设了直营专卖店，而且在浙江、安徽、河南、河北、山西、山东、湖南、湖北、江西、江苏、陕西、福建、贵州、广西西藏、上海等十余个省市成功确立了连锁专卖店和省地级代理的优势地位。

## 发展历史

---

1994 年陈海彬先生在上海市服装十四厂奉化分厂的基础上，组建了奉化市桥蒙服饰公司；

1996 年 6 月 21 日改制，并变更为宁波市桥蒙服饰有限公司，2010 年搬迁至上海浦东新区，更名为上海桥蒙服饰有限公司。

目前已形成以奉化、义乌为生产加工基地，以义乌为物流中心，以西服、休闲西服、衬衫、茄克、T 恤、羊绒大衣、西裤、休闲裤为主导，皮鞋、皮带、领带、袜子、内衣等系列服饰齐头并进的新格局，并日益形成同国际市场接轨的

新局面。如今，公司已经拥有员工 1 000 多人，来自全国各地的中高级职称人才 200 余名，人员相对稳定，企业正处于持续高速发展期。

公司一直致力于开发生产销售西服、衬衫、休闲服饰等系列服饰，生产流水线从国外引进，尤其是 2000 年以来，生产规模、生产能力不断扩大，花费 2000 多万元其制作、管理、质量都已达到国内同行业先进水平，广受消费者的肯定与青睐。公司始终把质量作为企业发展战略的重中之重，成立以总经理为组长的质量管理检验小组，设立质量检验部，完善质检规章制度，实行质检一票否决权，配备专职质检人员 36 人，严格按照 ISO9001:2000 质量体系认证标准运作，无论质量，还是管理，均已达到国内同行业先进水平。

公司注重售前、售中、售后服务，郑重推出的“七天内不满意退款、终身免费维护、免费整烫、免费卷裤边、免费或优惠干洗、市区免费送货上门、承接量体定制及团体服定做”等服务承诺，赢得了广大消费者的欢迎，建立了稳定的顾客群。公司以管理严格、设备先进、工艺创新、质量一流为立业根本，致力于成为中国服饰行业优质服务的典范，为广大侨蒙客户提供尽善尽美的服务。

## 图片信息

---

### 【店面】



### 【海报】



### 【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】AFTER NINE

【主业类别】男正装

【成立时间】1999 年

【成立地点】德国

【公司名称】上海 AFTERNINE 西服定制会所

【公司地址】上海市徐汇区肇嘉浜路 1018 号汇金广场 B 座 1906 室

【公司电话】021-64269323

【品牌官网】<http://www.9after.com/>

【实体旗舰店】上海市黄浦区中华路浦江公馆 168 弄 2 号 101 室

【品牌理念】质感、品味与风格

## 发展历史

---

2001 年，德国 AFTERNINE 形象设计事务所委托当时访德的许少菱女士为中国区的总代理，将 AFTERNINE 的贵族化运营模式及体贴的服务模式引进到中国。

2004 年 AFTERNINE 品牌旗舰店正式落成于中国杭州。从此开始进军中国高级西服定制行业。一只秉持着“质感、品味与风格”的理念，立志于打造高级服饰之尊贵品牌。经过多年的努力已经在西服定制界树立了专业的品牌形象以及良好的口碑。

2006 年 AFTERNINE 又在有国际金融中心之称的上海开设了第二家网络形象店。许少菱女士沿用德国 AFTERNINE 形象设计事务所的主张及观点，将经济运营放在次位，着重传播 AFTERNINE 的沙龙文化及服饰文化，希望 AFTERNINE 能够成为成功人士休闲吧，所有的来宾都像亲密的朋友，谈论着工作、社会、爱情、文学。拉近相互间的距离，在 AFTERNINE 享受交流的喜悦。

AFTERNINE 一直走的是高端品牌路线，实行品质和服务双规并进。“高品位、高品质、高要求”不仅是 AFTERNINE 对自身的要求，也是对每位顾客的承诺。

AFTERNINE 的服装定制已经不仅仅是传统意义上的找裁缝量体裁衣，而是一种为少数人服务的高品质生活方式——设计师根据你的身材、气质等因素，

为你设计制作高级服装。综观世界名流，她们虽然有钟爱的品牌，但最流行、最高档的品牌却是私有品牌，只属于你一个人的品牌。AFTERNINE 根据每个客人的气质、肤色、出入场合为提供出专业的建议，并结合当前的流行向顾客推荐或给顾客设计款式，并为顾客选择合适的面料和颜色。作为客人的私人着装顾问，当客人在为出席某个重要会议或派对不知如何搭配服装时，AFTERNINE 的咨询服务成为一个贴心的服务。AFTERNINE 将每个客人的个人尺寸资料输入电脑，并作定期的更新，当客人要添加服装时就只需要来个电话就行了。

处于 AFTERNINE 圈子中心的的首席设计师许少菱深谙中国设计精髓的剪裁细腻并糅合了欧美元素的工艺，多年来许少菱设计的时装赢得了时尚精英们的热烈追捧。她潜心研究欧洲贵族典雅的穿衣风格及国际品牌的款式设计，并将海派的细腻裁技术融入欧洲的设计精髓，钻研出一套独一无二的裁剪方法，贴身的肩位、妥帖的腰线、考究、细腻的配衬物料，使每位穿上 AFTERNINE 服装的顾客显出高贵典雅、大方得体的味道。一个裁缝能左右在上海得中外人士的时尚风向，这就是裁缝的功力与修为所得。这也是这个裁缝能登上时尚顶峰、做大品牌的魅力所在

## 图片信息

---

### 【主推款】



The logo for CARRIDE & ROLLS is displayed in a bold, white, sans-serif font against a black rectangular background. The text is centered and includes a registered trademark symbol (®) at the end.

## 基础信息

---

【品牌名称】卡雷狄洛 / CARRIDE&ROLLS

【主业类别】男装

【成立地点】上海

【公司名称】上海帝菲洛服饰有限公司

【公司地址】上海市闵行区江川路 1565 弄 23 号 501 室

【公司电话】13265011388

【品牌官网】<http://www.crdrs.com/>

【品牌理念】售前服务重于售后服务，优价优工才有优质

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】春装 368~1 200 元/件；秋冬装 468~4 980 元/件。

【目标消费者】22~45 岁他们崇尚自由，热爱生命，他们具有博爱的世界观和良好的公德心，他们主张自由随性的生活方式，是散发熟得力却不失朝气的典型的男人。

【产品风格】知性而富有活力与时尚潮流相溶的都市时尚休闲男装。

## 经营规模

---

【店铺布局】销售网络遍布：上海、浙江、江苏、福建、安徽、江西、湖南、湖北、广东、广西、河南、重庆、四川、北京、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江

## 发展历史

---

上海帝菲洛服饰有限公司代理卡雷狄洛品牌服饰。卡雷狄洛国际品牌服饰诞生于国际时尚之都——香港，她自诞生之日起就植入了时尚灵动的因子。卡雷狄洛高贵的血统专为接受时尚、感受时尚、享受时尚的潮男熟男而生，让时尚不再是 T 台男的秀场，不再是名流贵胄的专享。

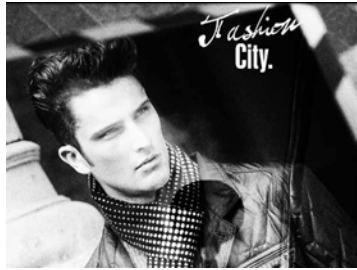
## 图片信息

---

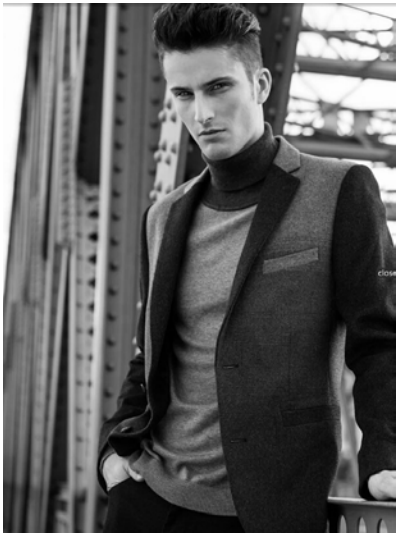
【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】东泽 / Dongze

【主业类别】男装

【成立地点】上海

【公司名称】上海东泽制衣有限公司

【公司地址】上海市浦东康桥镇秀浦路 3999 弄聚诚创业园 10 号

【公司电话】021-38256150、021-38256151、021-38256152、021-38256153

【品牌官网】<http://www.dongze-clothing.com/>

## 发展历史

---

上海东泽制衣有限公司是一家年轻而富有朝气的、具有现代化经营理念的服装企业。公司专业生产大衣、风衣、茄克、棉褛（防寒服）、羽绒服、皮装、商务休闲服系列中高档服装，面料以天然材质为主，尤其擅长机缝、手缝山羊绒制品。

“东泽”人性化的管理模式让每个东泽人都以主人翁的姿态积极投入工作，以优质的产品回报客户。天道酬勤，东泽人坚信未来掌握在自己手中。经过几年来的不懈努力，上海“东泽”已初具规模，拥有设备 400 多台，员工 500 多名，及一支精湛的技术管理队伍，并形成了一套集开发、设计、生产、销售和为品牌配套服务为一体的系列化经营模式。

面对竞争日趋激烈的服装市场，“东泽人”凭着坚韧不拔的精神，不断提高自身产品研发能力，建立起一套完善的质量管理体系，并和许多国内外知名品牌建立了长期的业务合作关系，树立起良好的市场信誉。随着全球经济一体化进程的逐步加快，“东泽”也在不断调整经营战略，进一步加大国内、国际市场的开拓力度。



## 图片信息

---

【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】海螺 / Conch

【主业类别】男装

【成立时间】1973 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海海螺服饰有限公司

【公司地址】上海市制造局路 584 号

【公司电话】021-56613334

【品牌官网】<http://www.myconch.com/>

【实体旗舰店】上海市普陀区石泉路 62 号

【网络旗舰店】<http://mall.jd.com/index-34890.html>

【品牌理念】细节和自信的完美结合，体现正式场合的沉着与干练

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】衬衫：59~588 元；休闲裤：59~196 元；体恤：69~249 元；  
外套：99~499 元

【产品风格】海螺衬衫的设计风格突出男性阳刚之美的特质，不断追踪国际服装技术潮流；近两年还设计开发了“葆莱绒”、“易打理”等功能性衬衫和符合人们时尚潮流需求的“个性化”衬衫。海螺衬衫在制作上，依托海螺服饰制造园的衬衫专业水准与质量保证体系，精心设计、精心制作，通过面料的选择，裁剪的优化，使高端产品保持领先的设计优势、时尚风格和做工精致等特点。海螺衬衫瞄准国际先进水平，自主研发了具有较高科技含量的“新结构衬衫”工艺，获得国家实用新型专利，使得衬衫缝线轨迹的抗皱能力能够得到长久保持。

## 经营规模

---

【经营业绩】服装主业年销售额 4 亿多元，出口创汇 2000 万美元。海螺服饰在全国一些主要城市开设了销售分公司和专卖店，在各大商场设立专柜，并与加盟商、分销商建立良好的品牌营销体系，构建了遍布全国的营销网络，顾客满意度不断上升，市场占有率一直处于领先地位。2005 年、2006 年衬衫销售全国排名第二。2007 年，荣获中国商务部颁发的年度“最具

市场竞争力品牌”称号。在海外市场的销售上，公司为国外客户定牌制作的各类产品远销欧美、日本等四十多个国家和地区。

## 发展历史

---

上海海螺服饰有限公司是上海龙头（集团）股份有限公司的全资子公司，是专业生产经营各类中高档衬衫、西服、夹克、休闲服、时装等系列产品的著名服装品牌企业，创建于 1950 年 9 月，前身为荣新内衣厂，1966 年更名为上海第二衬衫厂，1993 年 6 月经资产重组，定名为上海海螺服饰有限公司（以下简称“海螺服饰”）。企业现有员工 1000 余人，总资产 4 亿 5 千万元。

海螺服饰目前享誉中华大地的衬衫品牌是“海螺”，她创建于 1973 年，迄今为止，“海螺”品牌已先后获得国家金质奖、中国名牌产品、中国驰名商标、上海市著名商标、中国最具市场竞争力品牌等 30 多项殊荣。

“海螺”品牌的发展历史，可以追溯到五十年代的“绿叶”品牌。1951 年 5 月 1 日，当时的荣新内衣厂注册并启用了“绿叶”牌商标。据史料记载，1954 年，绿叶牌衬衫以中国衬衫的唯一代表，参加了在前苏联举办的服装博览会和前民主德国举办的莱比锡服装展览会，“绿叶”品牌开始名声大振。1973 年，当时的上海第二衬衫厂以美国名牌“阿罗”为赶超目标，注册并使用“海螺”商标，进行优质衬衫的生产。海螺衬衫以其严格的标准、新颖的款式、精细的缝制赢得了国内外消费者的青睐。1979 年，海螺牌衬衫荣获国家金质奖，从此，各种荣誉接连不断。

从 1950 年诞生的荣新内衣厂，到后来的上海第二衬衫厂，再到今天的海螺服饰，“海螺”走过了将近 58 年的风雨历程，几乎伴随着新中国的成长，可谓“中华老字号”。海螺服饰在保持制造优势和技术领先的前提下，一直坚持走中国民族品牌发展之路，致力于为中国的消费者织造高品质的衬衫，同时追踪国际服装技术潮流，把产品质量和技术目标对准国际先进水平。尤其是在近几年的高档产品制作中，全面推行精细剪裁、高密度缝制等新技术，对产品质量精益求精，对新工艺不断探索。

海螺牌衬衫是上海海螺服饰有限公司的核心品牌。海螺商标 1999 年被评为中国驰名商标，海螺衬衫 2001 年、2004 年、2007 年连续三次被评为中国名牌。公司技术中心有专业技术人员 200 多人，设计力量雄厚，通过引进服装电脑设计系统和 CAD 排样系统，企业的技术装备和设计能力达到了国际先进水平。海螺衬衫的设计风格突出男性阳刚之美的特质，不断追踪国际服装技术潮流；近两年还设计开发了“葆莱绒”、“易打理”等功能性衬衫和符合人们时尚潮流需求的“个性化”衬衫。

海螺服饰从“绿叶”到“海螺”的发展历程，不仅仅是产品的增量、技术的提升和资本的扩张，其中还留下并传承了珍贵的品牌文化。长期以来，海螺服饰先后出巨资捐助全国受灾地区，开办“海螺希望小学”，冠名出版“海螺、绿叶文库”，赞助“残奥会”等，为回报社会，构建和谐作出了积极的贡献。海

螺的品牌文化已是企业的一种无形资产，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。

为了把海螺服饰打造成为广大员工的“大家庭”，企业的历任领导努力为员工谋福利，办实事，使员工参与企业民主管理，享受企业发展成果：

企业重大决策经职工代表大会讨论；

服饰制造园的外来务工人员住进了明亮宽敞的“科盛公寓”；

每年的清明、端午、中秋三个节日，在未成为国家法定节假日前，企业领导就安排全体员工放假，享受天伦之乐，弘扬民族文化；

员工子女高考和录取分别享有休假和奖励政策。

为了打造并提升品牌文化，海螺服饰从“绿叶”、“海螺”诞生的那一天起，就一直注重精心培育品牌文化，并将这种独具特色的品牌文化注入企业的经营管理活动之中，通过品牌运作方式来推动企业文化创新、观念创新、管理创新、机制创新、技术创新、从而引领企业不断向前发展。

今天的“海螺”，一个在市场经济大潮的搏击中始终走在“中国名牌”行列中的品牌，依然精力十足，活力四射，正在为创立中国衬衫第一品牌，力争成为“中国的衬衫专家”这一更高的目标而努力拼搏！

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





---

## 基础信息

---

- 【品牌名称】箭鱼
- 【主业类别】男士衬衫
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海海螺服饰有限公司
- 【公司地址】上海市制造局路 584 号
- 【公司电话】021-56613334
- 【品牌官网】<http://www.myconch.com/>
- 【品牌理念】积极、乐观、崇尚自由、努力进取

---

## 品牌定位

---

- 【目标消费者】“中低价”市场定位
- 【产品风格】按“中低价”市场定位，走“性价比”提升之路。“箭鱼”继承公司一贯的高质量标准，传递力量、传承品质。塑造“积极、乐观、崇尚自由、努力进取”的都市白领简约生活、工作。去掉繁文缛节，追求真我新生，“箭鱼”能让穿着者获得西部牛仔般澎湃激情与持久动力。

---

## 经营规模

---

- 【经营业绩】服装主业年销售额 4 亿多元，出口创汇 2000 万美元。海螺服饰在全国一些主要城市开设了销售分公司和专卖店，在各大商场设立专柜，并与加盟商、分销商建立良好的品牌营销体系，构建了遍布全国的营销网络，顾客满意度不断上升，市场占有率一直处于领先地位。2005 年、2006 年衬衫销售全国排名第二。2007 年，荣获中国商务部颁发的年度“最具市场竞争力品牌”称号。在海外市场的销售上，公司为国外客户定牌制作的各类产品远销欧美、日本等四十多个国家和地区。

---

## 发展历史

---

上海海螺服饰有限公司是上海龙头（集团）股份有限公司的全资子公司，是专业生产经营各类中高档衬衫、西服、夹克、休闲服、时装等系列产品的著名服装品牌企业，创建于 1950 年 9 月，前身为荣新内衣厂，1966 年更名为上海第二衬衫厂，1993 年 6 月经资产重组，定名为上海海螺服饰有限公司（以下简称“海螺服饰”）。企业现有员工 1000 余人，总资产 4 亿 5 千万元。

海螺服饰目前享誉中华大地的衬衫品牌是“海螺”，她创建于 1973 年，迄今为止，“海螺”品牌已先后获得国家金质奖、中国名牌产品、中国驰名商标、上海市著名商标、中国最具市场竞争力品牌等 30 多项殊荣。

“海螺”品牌的发展历史，可以追溯到五十年代的“绿叶”品牌。1951 年 5 月 1 日，当时的荣新内衣厂注册并启用了“绿叶”牌商标。据史料记载，1954 年，绿叶牌衬衫以中国衬衫的唯一代表，参加了在前苏联举办的服装博览会和前民主德国举办的莱比锡服装展览会，“绿叶”品牌开始名声大振。1973 年，当时的上海第二衬衫厂以美国名牌“阿罗”为赶超目标，注册并使用“海螺”商标，进行优质衬衫的生产。海螺衬衫以其严格的标准、新颖的款式、精细的缝制赢得了国内外消费者的青睐。1979 年，海螺牌衬衫荣获国家金质奖，从此，各种荣誉接连不断。

从 1950 年诞生的荣新内衣厂，到后来的上海第二衬衫厂，再到今天的海螺服饰，“海螺”走过了将近 58 年的风雨历程，几乎伴随着新中国的成长，可谓“中华老字号”。海螺服饰在保持制造优势和技术领先的前提下，一直坚持走中国民族品牌发展之路，致力于为中国的消费者织造高品质的衬衫，同时追踪国际服装技术潮流，把产品质量和技术目标对准国际先进水平。尤其是在近几年的高档产品制作中，全面推行精细剪裁、高密度缝制等新技术，对产品质量精益求精，对新工艺不断探索。

海螺牌衬衫是上海海螺服饰有限公司的核心品牌。海螺商标 1999 年被评为中国驰名商标，海螺衬衫 2001 年、2004 年、2007 年连续三次被评为中国名牌。公司技术中心有专业技术人员 200 多人，设计力量雄厚，通过引进服装电脑设计系统和 CAD 排样系统，企业的技术装备和设计能力达到了国际先进水平。海螺衬衫的设计风格突出男性阳刚之美的特质，不断追踪国际服装技术潮流；近两年还设计开发了“葆莱绒”、“易打理”等功能性衬衫和符合人们时尚潮流需求的“个性化”衬衫。

海螺服饰从“绿叶”到“海螺”的发展历程，不仅仅是产品的增量、技术的提升和资本的扩张，其中还留下并传承了珍贵的品牌文化。长期以来，海螺服饰先后出巨资捐助全国受灾地区，开办“海螺希望小学”，冠名出版“海螺、绿叶文库”，赞助“残奥会”等，为回报社会，构建和谐作出了积极的贡献。海螺的品牌文化已是企业的一种无形资产，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。

为了把海螺服饰打造成为广大员工的“大家庭”，企业的历任领导努力为员工谋福利，办实事，使员工参与企业民主管理，享受企业发展成果：

企业重大决策经职工代表大会讨论；

服饰制造园的外来务工人员住进了明亮宽敞的“科盛公寓”；

每年的清明、端午、中秋三个节日，在未成为国家法定节假日前，企业领导就安排全体员工放假，享受天伦之乐，弘扬民族文化；

员工子女高考和录取分别享有休假和奖励政策。

为了打造并提升品牌文化，海螺服饰从“绿叶”、“海螺”诞生的那一天起，就一直注重精心培育品牌文化，并将这种独具特色的品牌文化注入企业的经营管理活动之中，通过品牌运作方式来推动企业文化创新、观念创新、管理创新、机制创新、技术创新、从而引领企业不断向前发展。

今天的“海螺”，一个在市场经济大潮的搏击中始终走在“中国名牌”行列中的品牌，依然精力十足，活力四射，正在为创立中国衬衫第一品牌，力争成为“中国的衬衫专家”这一更高的目标而努力拼搏！

## 图片信息

### 【海报】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】金海螺 / Gold Conch
- 【主业类别】商务男装
- 【成立时间】70 年代
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海海螺服饰有限公司
- 【公司地址】上海市制造局路 584 号
- 【公司电话】021-56613334
- 【品牌官网】<http://www.myconch.com/>
- 【品牌理念】简约尊贵

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】衬衫：258~898 元
- 【产品风格】由意大利设计大师 M.ZIO 提供创意设计，携意大利男装时尚潮流，完美的裁剪，毫无保留的炫耀着上海男人的经典。GOLD CONCH 商务男装追求“简约尊贵”的设计理念和品质，突出海派男人儒雅、经典的都市风范，以商务男装为主要设计方向，休闲度假服饰为辅助系列，从而完美传达神形并茂的海派魅力。

## 经营规模

---

- 【经营业绩】服装主业年销售额 4 亿多元，出口创汇 2000 万美元。海螺服饰在全国一些主要城市开设了销售分公司和专卖店，在各大商场设立专柜，并与加盟商、分销商建立良好的品牌营销体系，构建了遍布全国的营销网络，顾客满意度不断上升，市场占有率一直处于领先地位。2005 年、2006 年衬衫销售全国排名第二。2007 年，荣获中国商务部颁发的年度“最具市场竞争力品牌”称号。在海外市场的销售上，公司为国外客户定牌制作的各类产品远销欧美、日本等四十多个国家和地区。

## 发展历史

---

上海海螺服饰有限公司是上海龙头（集团）股份有限公司的全资子公司，是专业生产经营各类中高档衬衫、西服、夹克、休闲服、时装等系列产品的著名服装品牌企业，创建于 1950 年 9 月，前身为荣新内衣厂，1966 年更名为上



海第二衬衫厂，1993年6月经资产重组，定名为上海海螺服饰有限公司（以下简称“海螺服饰”）。企业现有员工1000余人，总资产4亿5千万元。

海螺服饰目前享誉中华大地的衬衫品牌是“海螺”，她创建于1973年，迄今为止，“海螺”品牌已先后获得国家金质奖、中国名牌产品、中国驰名商标、上海市著名商标、中国最具市场竞争力品牌等30多项殊荣。

“海螺”品牌的发展历史，可以追溯到五十年代的“绿叶”品牌。1951年5月1日，当时的荣新内衣厂注册并启用了“绿叶”牌商标。据史料记载，1954年，绿叶牌衬衫以中国衬衫的唯一代表，参加了在前苏联举办的服装博览会和前民主德国举办的莱比锡服装展览会，“绿叶”品牌开始名声大振。1973年，当时的上海第二衬衫厂以美国名牌“阿罗”为赶超目标，注册并使用“海螺”商标，进行优质衬衫的生产。海螺衬衫以其严格的标准、新颖的款式、精细的缝制赢得了国内外消费者的青睐。1979年，海螺牌衬衫荣获国家金质奖，从此，各种荣誉接连不断。

从1950年诞生的荣新内衣厂，到后来的上海第二衬衫厂，再到今天的海螺服饰，“海螺”走过了将近58年的风雨历程，几乎伴随着新中国的成长，可谓“中华老字号”。海螺服饰在保持制造优势和技术领先的前提下，一直坚持走中国民族品牌发展之路，致力于为中国的消费者织造高品质的衬衫，同时追踪国际服装技术潮流，把产品质量和技术目标对准国际先进水平。尤其是在近几年的高档产品制作中，全面推行精细剪裁、高密度缝制等新技术，对产品质量精益求精，对新工艺不断探索。

海螺牌衬衫是上海海螺服饰有限公司的核心品牌。海螺商标1999年被评为中国驰名商标，海螺衬衫2001年、2004年、2007年连续三次被评为中国名牌。公司技术中心有专业技术人员200多人，设计力量雄厚，通过引进服装电脑设计系统和CAD排样系统，企业的技术装备和设计能力达到了国际先进水平。海螺衬衫的设计风格突出男性阳刚之美的特质，不断追踪国际服装技术潮流；近两年还设计开发了“葆莱绒”、“易打理”等功能性衬衫和符合人们时尚潮流需求的“个性化”衬衫。

海螺服饰从“绿叶”到“海螺”的发展历程，不仅仅是产品的增量、技术的提升和资本的扩张，其中还留下并传承了珍贵的品牌文化。长期以来，海螺服饰先后出巨资捐助全国受灾地区，开办“海螺希望小学”，冠名出版“海螺、绿叶文库”，赞助“残奥会”等，为回报社会，构建和谐作出了积极的贡献。海螺的品牌文化已是企业的一种无形资产，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。

为了把海螺服饰打造成为广大员工的“大家庭”，企业的历任领导努力为员工谋福利，办实事，使员工参与企业民主管理，享受企业发展成果：

企业重大决策经职工代表大会讨论；

服饰制造园的外来务工人员住进了明亮宽敞的“科盛公寓”；

每年的清明、端午、中秋三个节日，在未成为国家法定节假日前，企业领

导就安排全体员工放假，享受天伦之乐，弘扬民族文化；

员工子女高考和录取分别享有休假和奖励政策。

为了打造并提升品牌文化，海螺服饰从“绿叶”、“海螺”诞生的那一天起，就一直注重精心培育品牌文化，并将这种独具特色的品牌文化注入企业的经营管理活动之中，通过品牌运作方式来推动企业文化创新、观念创新、管理创新、机制创新、技术创新、从而引领企业不断向前发展。

今天的“海螺”，一个在市场经济大潮的搏击中始终走在“中国名牌”行列中的品牌，依然精力十足，活力四射，正在为创立中国衬衫第一品牌，力争成为“中国的衬衫专家”这一更高的目标而努力拼搏！

## 图片信息

### 【海报】



### 【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】绿叶 / Green leaf
- 【主业类别】男士衬衫
- 【成立时间】1951 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海海螺服饰有限公司
- 【公司地址】上海市制造局路 584 号
- 【公司电话】021-56613334
- 【品牌官网】<http://www.myconch.com/>
- 【实体旗舰店】上海市静安区江宁路 933-6 号
- 【品牌理念】化学领衬衫

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】衬衫：50~135 元
- 【产品风格】“绿叶”是一个时代的象征，该品牌正式启用于 1951 年 5 月，当时有一名职工叫谷瑞孚，试制成功化学领专用药水，填补国内空白，使绿叶牌化学领衬衫可与世界名牌产品相媲美

## 经营规模

---

- 【经营业绩】服装主业年销售额 4 亿多元，出口创汇 2000 万美元。海螺服饰在全国一些主要城市开设了销售分公司和专卖店，在各大商场设立专柜，并与加盟商、分销商建立良好的品牌营销体系，构建了遍布全国的营销网络，顾客满意度不断上升，市场占有率一直处于领先地位。2005 年、2006 年衬衫销售全国排名第二。2007 年，荣获中国商务部颁发的年度“最具市场竞争力品牌”称号。在海外市场的销售上，公司为国外客户定牌制作的各类产品远销欧美、日本等四十多个国家和地区。

## 发展历史

---

上海海螺服饰有限公司是上海龙头（集团）股份有限公司的全资子公司，是专业生产经营各类中高档衬衫、西服、夹克、休闲服、时装等系列产品的著名服装品牌企业，创建于 1950 年 9 月，前身为荣新内衣厂，1966 年更名为上海第二衬衫厂，1993 年 6 月资产重组，定名为上海海螺服饰有限公司（以下

简称“海螺服饰”)。企业现有员工 1000 余人，总资产 4 亿 5 千万元。

海螺服饰目前享誉中华大地的衬衫品牌是“海螺”，她创建于 1973 年，迄今为止，“海螺”品牌已先后获得国家金质奖、中国名牌产品、中国驰名商标、上海市著名商标、中国最具市场竞争力品牌等 30 多项殊荣。

“海螺”品牌的发展历史，可以追溯到五十年代的“绿叶”品牌。1951 年 5 月 1 日，当时的荣新内衣厂注册并启用了“绿叶”牌商标。据史料记载，1954 年，绿叶牌衬衫以中国衬衫的唯一代表，参加了在前苏联举办的服装博览会和前民主德国举办的莱比锡服装展览会，“绿叶”品牌开始名声大振。1973 年，当时的上海第二衬衫厂以美国名牌“阿罗”为赶超目标，注册并使用“海螺”商标，进行优质衬衫的生产。海螺衬衫以其严格的标准、新颖的款式、精细的缝制赢得了国内外消费者的青睐。1979 年，海螺牌衬衫荣获国家金质奖，从此，各种荣誉接连不断。

从 1950 年诞生的荣新内衣厂，到后来的上海第二衬衫厂，再到今天的海螺服饰，“海螺”走过了将近 58 年的风雨历程，几乎伴随着新中国的成长，可谓是“中华老字号”。海螺服饰在保持制造优势和技术领先的前提下，一直坚持走中国民族品牌发展之路，致力于为中国的消费者织造高品质的衬衫，同时追踪国际服装技术潮流，把产品质量和技术目标对准国际先进水平。尤其是在近几年的高档产品制作中，全面推行精细剪裁、高密度缝制等新技术，对产品质量精益求精，对新工艺不断探索。

海螺牌衬衫是上海海螺服饰有限公司的核心品牌。海螺商标 1999 年被评为中国驰名商标，海螺衬衫 2001 年、2004 年、2007 年连续三次被评为中国名牌。公司技术中心有专业技术人员 200 多人，设计力量雄厚，通过引进服装电脑设计系统和 CAD 排样系统，企业的技术装备和设计能力达到了国际先进水平。海螺衬衫的设计风格突出男性阳刚之美的特质，不断追踪国际服装技术潮流；近两年还设计开发了“葆莱绒”、“易打理”等功能性衬衫和符合人们时尚潮流需求的“个性化”衬衫。

海螺服饰从“绿叶”到“海螺”的发展历程，不仅仅是产品的增量、技术的提升和资本的扩张，其中还留下并传承了珍贵的品牌文化。长期以来，海螺服饰先后出巨资捐助全国受灾地区，开办“海螺希望小学”，冠名出版“海螺、绿叶文库”，赞助“残奥会”等，为回报社会，构建和谐作出了积极的贡献。海螺的品牌文化已是企业的一种无形资产，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。

为了把海螺服饰打造成为广大员工的“大家庭”，企业的历任领导努力为员工谋福利，办实事，使员工参与企业民主管理，享受企业发展成果：

企业重大决策经职工代表大会讨论；

服饰制造园的外来务工人员住进了明亮宽敞的“科盛公寓”；

每年的清明、端午、中秋三个节日，在未成为国家法定节假日前，企业领导就安排全体员工放假，享受天伦之乐，弘扬民族文化；

员工子女高考和录取分别享有休假和奖励政策。

为了打造并提升品牌文化，海螺服饰从“绿叶”、“海螺”诞生的那一天起，就一直注重精心培育品牌文化，并将这种独具特色的品牌文化注入企业的经营管理活动之中，通过品牌运作方式来推动企业文化创新、观念创新、管理创新、机制创新、技术创新、从而引领企业不断向前发展。

今天的“海螺”，一个在市场经济大潮的搏击中始终走在“中国名牌”行列中的品牌，依然精力十足，活力四射，正在为创立中国衬衫第一品牌，力争成为“中国的衬衫专家”这一更高的目标而努力拼搏！

## 图片信息

### 【海报】



### 【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】男帝 / ELITE KING
- 【主业类别】男装
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海汇庄服饰有限公司
- 【公司地址】上海青浦金泽工业城
- 【公司电话】13979299894
- 【品牌官网】<http://www.ndfz.com>
- 【品牌理念】我的世界，我的男帝！

## 品牌定位

---

- 【目标消费者】具有一定的文化素质，在所处领域的成功男士
- 【产品风格】带有休闲味道的绅士服饰，在保有传统正装同时投入更大精力开发斯文时尚的休闲类产品，走中高档路线。

## 图片信息

---

- 【海报】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】杰帝梵 / J.D.V (J-Different View)
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】2009 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海杰帝梵服饰有限公司
- 【公司地址】上海市黄浦区西藏中路 268 号来福士广场 37 楼 3702 单元
- 【公司电话】021-61131099
- 【品牌官网】<http://www.jdvfashion.com/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区长乐路 139-15 号
- 【品牌理念】与众不同，独一无二，别具一格，耳目一新

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】春夏装 298~1 980 元；秋冬装 498~5980 元
- 【目标消费者】20~45 岁高端消费群体，平均月收入 15500 元
- 【产品风格】J.D.V 保留最原始的复古基调，缔造英伦复古的绅士优雅，为时装设计灌输美学概念，呈现独具匠心的视觉玩味。

## 经营规模

---

- 【店铺布局】全国各主要零售城市已设有 40 多家门店

## 发展历史

---

J.D.V 品牌隶属于上海杰帝梵服饰，从 2009 年成立以来，以更为清晰的年轻消费群体为出发点，依靠华丽的设计，独特的搭配，攻占全国市场。J.D.V 拥有一支年轻的专业时尚买手、创意与设计、管理运营团队，更将在欧美等地收罗的古董物件融入在店铺陈列中，以最贴心的关爱服务与整体视觉创作，带给潮人们最疾驰最新潮的时尚元素。

品牌注重明星效应对品牌的宣传效应，与该品牌有过合作明星有蒋劲夫、天天兄弟、陈键锋、李佳航、于朦胧（2013 快乐男声全国 10 强）、张恒远（中国好声音第二季人气学员）、姜潮（2010 年快乐男声济南唱区冠军）等。

通过官网及优酷网发布品牌宣传片及活动视频。其中，品牌宣传片已推出三季，主题分别为第一季《精灵篇》、第二季《关爱篇》以及第三季《济州岛》。

参加 2014 年上海秋冬时装周，并以“马戏团”为主题发布新一季秋冬系列设计作品，并邀请 2013 年度模特大赛冠军刘阳琳领衔谢幕。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】







## 基础信息

---

- 【品牌名称】卡丹狄诺 / Cardeendino
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】2000 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海卡丹狄诺服饰有限公司
- 【公司地址】上海市黄浦区西藏南路 1407 号 1 号楼 3 楼
- 【公司电话】021-53075555
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 819 号百联世茂国际广场 5 楼 507 室
- 【品牌理念】表现个人的成就和高贵品味

## 品牌定位

---

【产品风格】精挑细选最好的素材，制造出优雅的垂坠感，是绅士们展望高格调的新选择。每一套精心缝制的套装，合身的线条，犹如完美的雕塑，传达高度自信和个性。

## 发展历史

---

CARDEENDINO 卡丹狄诺男装秉承法国经典设计风格，汇集国际知名设计师的精华，简约流畅，舒适考究，选取世界最优质的原材料，精良严谨的工艺，处处透射出其顶级风范。源远流长的欧陆服饰文化元素在男式系列服饰上都得到了和谐的体现，卡丹狄诺一直用自己的独特方式，赋予服饰特定的文化内涵，同时引进了当今法国流行的男士服饰款式，以简捷、明快为最大特点，注重色彩间的协调搭配，体现个人成就、高贵品位，更会让每一位消费者展现其高雅的气质，传达高度的自信和个性，是绅士展现高格调的最新选择。

公司年营业额 5 000 万元/年~1 亿元/年。

## 图片信息

---

- 【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】开开 / KAIKAI
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】1936 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海开开百货有限公司
- 【公司地址】上海市新闸路 921 号 2 楼
- 【公司电话】021-62712138
- 【实体旗舰店】上海市静安区南京西路 970 号
- 【网络旗舰店】<http://kk.tmall.com/?spm=a1z10.1.1997427721.d4918089.tTVr2M>

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】80~988 元
- 【产品风格】开开独特 SSP 工艺，真正的免烫衬衫

## 经营规模

---

- 【店铺布局】开开制衣公司在静安区南京西路拥有品牌旗舰店，在中华老字号第一街陕西路商业街拥有品牌专卖店，同时拥有十几家规模型的衬衫、羊毛衫、内衣和西服、西裤等服装生产合作伙伴，经销代理商遍及全国各地

## 发展历史

---

上海开开百货有限公司，是以经营羊毛衫、衬衫为主的名特企业，现是上海开开实业股份有限公司的全资投资子公司，企业注册资金一千万元。

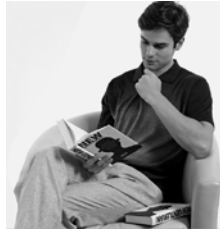
“开开”创始于 1936 年，是国家商务部认定的“中华老字号”企业，为“上海市著名商标”，获得了“上海市诚信创建企业”称号。

“开开”是行业内最早获准使用国际羊毛局纯羊毛标志的企业，“上海市质量标兵企业”。“开开”牌衬衫是中国衬衫行业首家通过 ISO9002 质量体系认证企业的产品，被评为“全国优等品”。在服装行业竞争日趋激烈的情况下，“开开”秉承了以质取胜的经营理念，获得了市场的认可。

## 图片信息

---

- 【店面】
- 【海报】



【主推款】



# MEN'S POEM

## 基础信息

---

- 【品牌名称】曼茨帛 / Men's Poem
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】1998 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海曼茨帛服饰有限公司
- 【公司地址】浙江省嘉兴市洪合工业园区兴旺路 199 号
- 【公司电话】0573-89977602
- 【品牌官网】<http://www.menspoem.com/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 830 号上海第一百货新大楼四楼
- 【品牌理念】简约创造无限，细节成就完美。

## 品牌定位

---

- 【目标消费者】28~45 岁时尚优雅人士。
- 【产品风格】体现优雅而自信的绅士气质，使用舒适的面料，精心安排细节，删除不必要的装饰，简单、柔和的裁剪以及低调、中性的色彩。

## 经营规模

---

- 【店铺布局】分布在大连、重庆、常州、南京、上海、嘉兴、杭州、宁波、金华，共 23 家店铺。

## 发展历史

---

“曼茨帛”品牌隶属于浙江三十秋服饰有限公司，是一家集研发、生产、营销、物流资信于一体的男装品牌公司，成立于 1998 年。公司自成立以来秉持坚持品质与品位的经营理念，一直致力于男装产品的研发设计，生产制造及成衣销售，并完善了相关产品流通环节的设施，使其能够提供高品质的产品和最优质的服务。

公司总部和物流中心位于嘉兴，设计部位于上海名仕街时尚创意园的一座 400 平米的设计中心内，汇聚了国内服装业的精英。

“曼茨帛”致力于在中国发展特许加盟事业，考察并接纳合格的经销商及投资者加入“曼茨帛特许加盟系统”。“曼茨帛”将凭借其培训体系、运营体系、资讯体系、物流体系、VI 体系和特许经营组合推广体系为加盟者提供完善的管

理和专业的经营指导，为加盟者带来更大的商机。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】



## 基础信息

---

【品牌名称】欧威斯 / CVESSE

【主业类别】男正装

【成立时间】1979 年

【成立地点】美国

【公司名称】上海美迪丹服饰有限公司

【公司地址】上海市松江区沪松公路 1399 弄 68 号来伊份大厦 8 楼

【公司电话】021-69232241

【品牌官网】<http://www.cvesse.com/>

【实体旗舰店】江苏省苏州市平江区皮市街 1 号久泰商厦 A11

【品牌理念】个性而不张扬，时尚而不前卫，轻松而不随度。

## 品牌定位

---

【目标消费者】城市时尚精英，年龄集中在 25 岁~40 岁。

【产品风格】融合时尚的气息、创新的灵感、简约的韵味，讲究细节，面料给人舒适的感受，款式简洁、流畅、经典。

## 经营规模

---

【店铺布局】目前已在中国开设了四十多家店铺，计划在 2014 年底，还要在全国一、二线城市形成 120 家的规模；三年内，联盟店的规模将扩展到 300 家。

## 发展历史

---

CVESSE，由服装设计师 Cvesse 于 1979 年创立，开设“CVESSE”时装店并打入美国纽约时装界，是享誉美国时尚服装行业的连锁品牌。早在公司创业之初，CVESSE 就确立了自己服装质优价廉的特性，致力于打造富于设计感和品质感的平价时装，进驻各大一二三线城市优质的商业购物中心、商场、大型超市店中店和一级商圈。

CVESSE 欧威斯紧随国际流行趋势，以新锐创意的时尚风格表达自我不流于众的生活哲学，满足消费者对精致、简约、时尚、超值的需求。将艺术美感与时尚潮流的风格融入到都市生活之中，引领时尚风潮，受到都市时尚新贵的钟爱与追捧。从美国的纽约(New York)，到意大利的米兰(Milan)，从法国巴黎

(Paris), 到中国的上海 (Shanghai) 一群充满创意与梦想的天才设计师, 将 CVESSE 的品质与欧美时尚艺术完美糅合, 将顶尖设计创新融汇贯通, 以厚积薄发的时尚艺术引领着潮流走向。

欧威斯服装系列: 小到袜子、钥匙扣、皮带、皮夹等服饰品, 中到衬衫、T恤、茄克、中褙, 大到风衣、皮衣、羊绒大衣, 其衣橱化全系列的设计方案, 使男士从内到外的形象更加完美, 更富于个性魅力。

此外, CVESSE 凭借极具特色的服装经营体系, 近几年已拓展到全球 12 个国家。CVESSE 十分看好中国市场, 致力成为中国最具影响力的服装品牌专家, 由上海美迪丹服饰有限公司进行中国大陆区品牌推广, 在 2012 年正式进驻中国市场。与此同时, CERSSE 个性化服务模式及时尚的概念, 正给中国时尚男装零售业带来全新的发展思路和广阔的未来前景。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】







## 基础信息

---

- 【品牌名称】培罗蒙 / BAROMON
- 【主业类别】男时装
- 【成立时间】1928 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海培罗蒙西服公司
- 【公司地址】上海市黄浦区南京东路 750 号
- 【公司电话】021-63226611
- 【品牌官网】[www.baromon.com.cn](http://www.baromon.com.cn)
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京东路 299 号 1 层
- 【品牌理念】剪裁工巧，瞻视端严

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】单西：1 480~4 080 元；西服套装：2 180~5 480 元
- 【产品风格】外观上达平、直、馘、登、挺，内涵上达胖、窝、圆、服、顺，操作上要推、归、拔、结、沉到位，达到精美绝伦的效果，成为海派西服的代名词。量体裁衣、制作各种特色礼服。在选料上面料、里辅料都选用进口名牌产品，在做工上采取量体裁衣，毛壳、光亮两次试样。面料熨烫覆衬需冷却 24 小时以上，辅料热缩、水缩两次，缝制一套西服需 60 小时左右，切实做到面料高档、做工讲究、质量上乘、久不走样。

## 经营规模

---

- 【经营业绩】年产能能力超过 30 万套西服，公司现有三家合肥市资生产企业和一幢 7 000 平方米现代化大商厦，批发公司覆盖全国 30 个省、区，近百家连锁专卖店遍布全国几十个大中城市。定制西服依然占到了培罗蒙西服销售的 5%至 10%。
- 【店铺布局】培罗蒙还先后于中国国内 20 多个省的大中城市，有名的商场、公司、百货大楼等建立了 38 个特约经销点。

## 新媒体

---

- 【新浪微博公众号】培罗蒙西服

## 发展历史

---

培罗蒙始建于 1928 年，创始人许达昌先在四川路开设了许达昌西服店；1932 年搬到南京西路新世界楼上；1935 年又迁到南京西路新华电影院对面，改店名为“培罗蒙”；1936 年迁到上海市南京东路 257 号。1949 年上海解放，培罗蒙的服务对象发生了变化；1956 年公私合营虽带来了经营转机，但基本上还是以经营大众化服装为主；1980 年随着中国改革开放形势的发展，该店为恢复特色，重新启用了“培罗蒙”的招牌；1985 年《新民晚报》开展吃、住、穿、用、玩商品的民意测验，培罗蒙在 20 多万选票中以得票 18 万张而获“金牛奖”；西装、大衣在 1986 年被全国百货商场推荐为 160 种最受消费者欢迎的轻工产品之一；1996 年被国家商务部认定为中华老字号；1997 年销售额突破了三亿元，市场占有率大幅上升，连续三年被命名为中商部（内贸部）优质产品、上海市名牌产品，并被确认为上海市著名商标；2002 年被国家工商局认定为中国驰名商标，服装纺织品行业第一家荣获质量、环境、职业安全健康管理体系整合性认识的企业；2007 年，培罗蒙的缝制工艺被列入“上海文化遗产”名单，8 位顶级技师是这项工艺的当代传人，除了尺、剪刀和熨斗这传统“三宝”，他们还用上了高科技——从国外引进的智能服装 CAD 综合应用系统，把定制客人的人体尺寸输入电脑后，可以直接在人体数字模型上试衣，更换面料和款式，这使得过去 72 小时的制衣程序，最快可缩减至 22 小时；2009 年，荣获上海市质量管理奖；2011 年，培罗蒙西服制作技艺还被认定为国家级非物质文化遗产进行保护；2012 年，上海市质量金奖。

培罗蒙定制中心还承担着为国家元首，政府要员，社会名流等的特别服务。做精定制，做强连锁，做大批发。公司全套引进日本、意大利、德国的先进设备和流水线，把现代工艺同传统工艺完善结合，与中国纺大合作的西服研究所以及共同开发的服装智能综合应用系统确保了公司服装与面料的高科技含金量。公司制订了一套严格的工艺流程和操作规程及检验标准。公司相继成立了培罗蒙西服定制中心、服装 CAD 工作室，建立了企业网站，推出网上定制、定购服务，开发研制“新一代国服”等。创立了“培罗蒙智能服装 CAD 综合应用系统”。这套先进设备，集数据采集、款式面料选样、CAD 设计出样和客户资料管理于一体，不仅省却人工试样的环节，更使缝制出的西服美观服帖，穿着合身。这一项目的研制开发，荣获了“上海市科技进步三等奖”。保持了前店后工场的经营特色，既可来料定制，又可来料加工。培罗蒙企业通过了 ISO9001:2000 质量管理体系以及 ISO14001 环境管理体系和 OSHMS 职业健康安全管理体系的整合型认证。

## 图片信息

---

【店面】

【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】乔夫 / QIAOFU
- 【主业类别】男时装
- 【成立时间】1999 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海乔夫服饰有限公司
- 【公司地址】上海市长宁区中山西路 2020 号华宜大厦 A 座 21 层
- 【公司电话】021-3356 1881
- 【品牌官网】<http://qiaofu.cn/>
- 【实体旗舰店】上海市黄浦区南京西路 2-68 号新世界百货
- 【品牌理念】以平凡成就经典、让经典融入平凡

## 品牌定位

---

- 【产品风格】含蓄、优雅、健康、俊朗、时尚

## 经营规模

---

- 【店铺布局】近年乔夫在完善内部管理体系的同时，坚持不懈地抓好营销网络体系的建设，如今已分别在武汉、哈尔滨、北京、沈阳、乌鲁木齐等地设立了分公司，在西安设立总代理，连锁专卖店已突破 800 家，营销网点已遍布全国各大中型城市。

## 发展历史

---

乔夫品牌男装于 1999 年开始正式品牌化运作，经过十余年的积累及资源整合，现已发展成一家专业的集设计、生产、销售男女系列服饰及配套商品的大规模现代化企业。在十余年的男士成衣制造过程中，结合意大利设计中心与国际高级成衣及面辅料供应商合作，凭借准确的市场定位和精湛的工艺技术、优良务实的品质进取精神，突破了一贯严谨的男装服饰设计结构。在服饰风格上则沿用了一向张弛有度的现代感细节设计。变革性的衣着美学代码，使都会绅士们自信、优雅地打开成功男士的风尚衣橱。

目前公司拥有一流的 CAD 设计系统，德国杜克普缝纫流水线、意大利 MACPI 整烫流水线、美国利是、德国百福、日本重机、兄弟等世界一流的缝纫设备，可年产西服、职业装等系列服饰 100 万套件；1998 年，公司于意大利米兰设立

了产品研发中心，形成了包括生产、设计、采料、成衣一体化的完整经营体系。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】邻家兄妹 / L.L.Sibling

【主业类别】男正装

【成立时间】2007 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海上智时装有限公司

【公司地址】上海市长宁区茅台路 868 号 323 室

【公司电话】021-62919631

【品牌官网】[www.llsibling.com](http://www.llsibling.com)

【品牌理念】倡导个性、简约、精致的理念，力求凸显品牌阳光积极的生活态度。

## 发展历史

---

L.L.Sibling 不断引进国外全新设计产品并根据国内时尚需求进行深层二次研发，以航海素材为舞台背景，具有鲜明品牌性格的时尚休闲设计理念，以天然材质（天然棉和天然羊毛）为主，塑造和传播有形象力的阳光形象。

## 图片信息

---

【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】拉雷尼 / LARANY
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】1993 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海拉雷尼服饰有限公司
- 【公司地址】上海市闵行区吴宝路 255 号力国大楼 501 室
- 【公司电话】400-066-6309
- 【品牌官网】<http://www.larany.com.cn/#index&0>
- 【品牌理念】快时尚、平民化。

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】休闲裤 218~388 元；牛仔裤 218~398 元；T 恤 168~358 元；衬衫 198~358 元；羊毛衫 358~638 元；夹克 638~998 元；西装 698~1 280 元；棉装、羽绒服 738~1 598 元。
- 【目标消费者】30~40 岁追逐生活品质的都市人群；青春健康、品味自信的中年人。
- 【产品风格】新经典、快时尚、系列化。

## 经营规模

---

- 【店铺布局】公司在 20 多个省、自治区、直辖市建立了总代理商，几千多个集销售、服务一体的网点各专卖机构分布在全国各地的大、中城市，并具有了一定的知名度和影响力。目前，LARANY 主要布局在大润发超市一楼的服装品牌专区，不仅提升了大润发超市的档次，而且更好地展示了 LARANY 的品牌形象。据 LARANY 东北分公司总经理李圣华先生分析，之所以选择在高端的连锁大型超市布局 LARANY 渠道，主要是看中该渠道巨大的目标客户群体和与 LARANY 快时尚服饰消费理念的高度吻合。

## 发展历史

---

Miner Larany 是法国最出名的网络游戏男主角，他经典的钮钉装饰、做旧法兰绒驼黄外套，典型的光头造型，配上身后的利剑，创造了网络虚拟人物的现代明星传奇。LARANY 借鉴 Miner Larany 影响力及知名度，创建现代时尚服

装品牌。LARANY 强调自信与自由的穿着，注重风格和品牌的一致性，逐渐成为人们心中的经典品牌，同时 LARANY 强调购物空间的营造，从法国建筑和装饰的借鉴到小道具的精心陈列，从服饰到灯光、道具和空间的穿插组合，无不处处显现现代与传统，整体与细节的完美表达。

LARANY 布局中国，率先提出了新经典、快时尚、系列化的产品定位，并开发出了适合各个社会阶层的时尚服装产品。让更多的人有机会感受拉雷尼快时尚、平民化的服装文化理念。拉雷尼强调自信与自由的穿着，以时尚优雅系列为主，质优平价，无论在何种场合，那些身着拉雷尼的男士都能赢得更多关注的目光。

公司正式成立于 1993 年 9 月 25 日，是一家集设计、开发、生产、销售为一体的现代服装企业，公司员工 2 000 余人，占地 40 多亩。

### 图片信息

【店面】	【海报】
	

### 【主推款】







## 基础信息

---

- 【品牌名称】男人港湾 / NRENGVAN
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】2006 年
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海屹翔服饰有限公司
- 【公司地址】上海市嘉定区嘉唐公路 838 号
- 【公司电话】400-820-5096
- 【品牌官网】<http://www.nr-w.com/>
- 【品牌理念】品味、时尚、超值、专业

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】200~2 000 元
- 【目标消费者】25~35 岁男士

## 发展历史

---

“男人港湾”品牌隶属于上海屹翔服饰有限公司，品牌诞生于 2006 年，“男人港湾”时尚男装致力于设计、制造高级时尚休闲男装。在设计风格上，将品位与时尚完美相融，尽情演绎每个男人作为都会水手“勇敢、开阔、坚持”的本色，倾力打造奋斗中的男士时尚、专业、自信的形象，旨在引领男性着装新风尚！男人港湾品牌在每个季节，都能结合市场的特色，同步于流行趋势，同时紧扣品牌自身特色完美地演绎出最新的款式，男人港湾品牌秉持着品味、时尚、超值、专业的理念，为终端客户和加盟商提供全方位的服务。

2005 年上海屹翔服饰有限公司与上海东华大学签约，制定 NRENGVAN 男人港湾品牌管理体系；2006 年 3 月，NRENGVAN 男人港湾品牌事业部正式成立，落户上海屹翔时尚园。第一家男人港湾旗舰店在上海繁华商业街开业；2006 年 8 月 NRENGVAN 男人港湾率先提出“品尚男装”概念，从而树立了自己在服装行业的独特风格定位，成为开创性品牌之一；2006 年 9 月携手上海百胜软件，安装服装销售终端 ERP 系统，实现门店销售、进销配比一体化；2007 年 5 月筹划通过品牌运作、商品企划、渠道整合等模式，打造了一个富有 NRENGVAN 男人港湾特色的 SPA 商业模式；2007 年 7 月，NRENGVAN 男人港湾正式成功

进驻苏中市场；2008年赞助国际顶级男模大赛（2008Manhunt 国际男模大赛）在上海举行，并充分展示了 NRENGVAN 男人港湾服装优雅、时尚的风格；2009年企划全托管连锁加盟体系，并制定了 NRENGVAN 男人港湾未来明确的战略营销目标；2010年1月 NRENGVAN 男人港湾第二代终端形象正式亮相，第一家样板店在上海浦东新区开业；2010年3月。NRENGVAN 男人港湾在江苏常熟男装中心正式成立江苏分公司；2011年3月，NRENGVAN 男人港湾安徽、山东、河南分公司相继开业，全国各大区域市场火热招商中；2011年8月，NRENGVAN 男人港湾与台湾大尼设计公司合作，第三代终端形象即将登场；2012年1月，男人港湾男装荣获“2011年度中国服装网络盛典——十大新锐品牌”。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】





## 基础信息

---

【品牌名称】意达·利亚 / IDALIA

【主业类别】男正装

【成立时间】2005 年

【成立地点】上海

【公司名称】上海意达利亚服饰有限公司

【公司地址】上海市松江工业区开明路 288 号

【公司电话】021-57745777

## 发展历史

---

上海意达利亚服饰有限公司坐落于上海西郊松江国家级出口加工区内，紧邻沪杭高速，至市区仅需 30 分钟车程。公司地理位置得天独厚，总面积达 22000 平方米，10000 余平方米的后花园式生产基地，员工 600 余名，其中中高级管理人员 80 余名。公司引进了意大利先进的设备和生产工艺，拥有国际一流的服装生产流水线，年生产量达 300 000 套（件）。主要产品涵盖男西装、休闲西装、衬衫、领带、茄克、风衣、皮具等中高档男装服饰系列。公司经营灵活，可代理加盟、专卖销售、对外贴牌加工、职业装加工等。不断利用高科技和先进的设备来提高产业后的基础，完善产品质量，全面应用服装品牌管理前沿理论来强化营销终端建设管理。以质量为基石，诚信为根本，品牌为依托，市场为导向的事业发展方针，坚持走国际一流品牌发展之路。现公司经营的品牌有 IDALIA（意达·利亚）、PIZBOSSA（博斯·潇洒人）、HEMAN（赫曼）、AIKESIOU（艾克思欧）。

上海意达利亚服饰有限公司所有产品由意大利著名设计师主持开发，秉承意大利男装经典时尚，选用国际名牌面、辅料，每季新品均保持最佳风格与质量。坚持意大利“时尚设计、扮美人生”的经营理念，为消费者提供高层次的产品和服务。

## 图片信息

---

【海报】





## 基础信息

- 【品牌名称】云斯顿 / YUNSIDUN
- 【主业类别】男正装
- 【成立时间】20 世纪 90 年代
- 【成立地点】上海
- 【公司名称】上海云斯顿服饰有限公司
- 【公司地址】上海市闸北区塘沽路 933 号白马大厦 7F
- 【公司电话】021-63936113
- 【实体旗舰店】上海市闵行区莘东路 297 号

## 发展历史

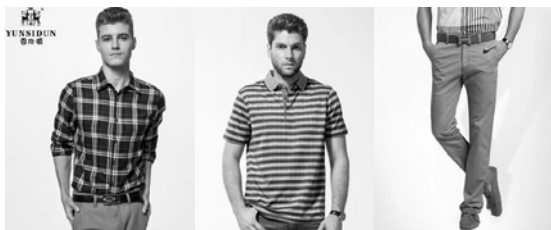
云斯顿服饰有限公司成立于 90 年代，坐落于上海。云斯顿服饰公司集服装研发、生产、销售于一体、拥有实力雄厚的设计师队伍，大型的现代化生产基地和世界先进的自动化生产技术，其产品面料精美、款式新颖、工艺精湛。

“云斯顿”作为公司的主打品牌，凭借完善的质量管理体系及优秀的品质，远用国际流行的特许经营营销理念，准确的市场定位合理的产品结构，在短短的数年内已在全国各大中城市建立了自己的销售网络，在业内已享有很高的知名度。

如今“云斯顿”正以斯独特的产品风格，卓越的品牌形象，鲜明的专卖店风格和深厚的服饰文化底蕴，在服装业界独树一帜，成为深受都市男性喜欢的品牌。

## 图片信息

### 【主推款】



# TONYWEAR

## 基础信息

---

【品牌名称】汤尼威尔 / TONY WEAR

【主业类别】男装

【成立时间】2002 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.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

【网络旗舰店】<http://tonywear.tmall.com/>

【品牌理念】服装是表现自我生活的第一手段，能带动潮流，体现自我的生活方式

## 品牌定位

---

【主力品类价格带】上装：590~2 290 元；裤装：590~1 090 元。

【目标消费者】针对大学生或刚踏入社会的新鲜人，对新事物有积极、渴望的态度，是新人类的代表，关心流行，又不为流行左右的知性的自信的现代社会男士。

【产品风格】轻松、自在、舒适、有个性、挣脱正式、刻板的束缚。

## 经营规模

---

【店铺布局】1998 年 11 月开始多店经营，截至 2008 年 12 月，TONY WEAR 在中国大陆开设加盟专卖店（柜）170 家。2009 年底预计加盟店（柜）数量达到 220 家。TONY WEAR 品牌已经在越南开设 2 家店，日本开设了 14 家店。品牌系列产品还将陆续在香港、澳门、新加坡、意大利、澳大利亚、西班牙等国家（地区）上柜。

## 新媒体

---

【新浪微博公众号】TonyWear 官方微博

## 发展历史

---

1961年08月 杨昆茂先生创立台南企业  
1991年03月 大陆宜兴宜峰成衣有限公司正式生产  
1993年11月 创立 TONY WEAR 品牌行销中国大陆  
1999年09月 在上海注册成立汤尼威尔（上海）服饰有限公司  
2001年02月 购置松江大学城旁土地（52290平方米），计划开发为企业运营中心  
2002年02月 正式成立 TONY JEANS 品牌  
2002年10月 正式代理销售德国 CAMEL ACTIVE 品牌服饰  
2003年01月 与马来西亚策略伙伴合作，在中国制造并销售 UNDER SHOP 品牌  
2004年12月 正式代理销售法国 NEW MAN 品牌服饰  
2009年4月20日 正式代理世界知名品牌 U BY UNGARO（优·温加罗）。

## 图片信息

【店面】



【海报】



【主推款】









## 基础信息

---

【品牌名称】NEWMAN

【主业类别】男装

【成立时间】1967 年

【成立地点】法国

【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.newman.fr/>

【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】幽默感的设计、自由的理念、休闲的时尚

## 品牌定位

---

【目标消费者】NEWMAN 品牌定位于追求浪漫时尚的都市男人。

【产品风格】产品色彩表现大胆，具有典型 FASHION 特点。

## 发展历史

---

来自于法国的 NewMan 是 JacquesJaunet 于 1967 年创立，幽默感的设计、自由的理念、休闲的时尚一直是品牌追求的方向。从 1976 年起，NewMan 品牌的风格就因为追求时尚的特色和高品质而广为人知。一直以来，NewMan 提供给女性与男性，是属于那些想要放弃传统，变得高雅、别致、休闲，进而表现他们追求自由个性的族群。到全世界各地寻找这样人士：25 岁以上男性与女性，高层次，讲究服饰品味；了解自我，懂得时尚，穿着入时，但不夸张；彻底拒绝追随市场流行、照单全收的盲从着装方式；敢于主张各方面的个性，热爱生活，展现幽默、微笑、勇于表达生命的力量。

## 图片信息

---

【主推款】





## 基础信息

---

- 【品牌名称】卡里法特 / CALORYFAD
- 【主业类别】男装
- 【成立时间】1989 年
- 【成立地点】意大利
- 【公司名称】上海欧诗奇服饰有限公司（大中华区总经销）
- 【公司地址】上海市虹口区天潼路 768 号
- 【公司电话】021-63095883
- 【品牌官网】<http://www.caloryfad.com/>
- 【实体旗舰店】浙江衢州柯城衢州市道前街 18 号景文百货
- 【品牌理念】成熟、稳定、时尚、精致

## 品牌定位

---

- 【主力品类价格带】男士大衣 1 500 元左右。
- 【目标消费者】白领、事业家、企业家等。
- 【产品风格】时尚风格系列动感前卫，色彩明艳，设计强调创新。采用高质原材料，融入立体裁剪技术，推出各种高级时装，充分突出了时尚、尊贵、创新品质着装效果，尽显现代服饰的卓越风采。

## 发展历史

---

卡里法特品牌起源于阿尔卑斯山区小镇 TRIVERO 一家名叫“MILAN fashion shop”的小作坊。如今已成为高级男装、皮鞋、箱包于一体的著名时装品牌。它植根于意大利传奇，又充满时尚气息，它的高贵品质在于对细节与舒适的追求以及对每一位顾客特质的充分考虑。品牌创始人 Calory Fad 1964 年出生在意大利，他是个从小裁缝成长起来的著名服装设计大师。1985 年米兰的一家服装制造商看中了 Calory Fad 的作品，他非常兴奋，立刻登上了列车去米兰开创他的服装事业。1989 年再米兰创立了第一个以他名字 “CALORYFAD” 命名的高级时装店。

## 图片信息

---

- 【店面】
- 【海报】



【主推款】

