

Chantelle · 法國第一品牌 鎮定高端市場



精工細作的藝術品內衣

開創於1876年的Chantelle是法國內衣第一品牌，當我們看到該品牌的內衣實物時，各種款式的蕾絲彷彿為我們打開了內衣領域的一個全新的世界。相當高級的Leaver蕾絲、Guipur蕾絲和立體感十足的Textron蕾絲等被恰到好處地運用在了不同的款型上。為了得

內消費者對這個品牌內衣的第一印象，而探其究竟，天價的背後究竟靠的又是什麼呢？與眾不同的面料？別出心裁的設計還是貼心細膩的服務？我們對高端的外來內衣品牌充滿了好奇，但好奇之餘我們還帶有一絲憂慮，這樣的高端內衣在滬上是否水土不服，又有多少本土消費者願意在內衣的選購上一擲千金呢？帶著一系列的問號，我們對話了Chantelle的市場總監。

為90%的客戶放棄10%的定製份額

由於極高的價位，我們也試探性地詢問了是否會在未來有涉及內衣定製領域的服務，Chantelle的市場總監告訴了我們否定的答案。他說，「在國內的高價位其實有很多因素組成，Chantelle的確在法國就是一個高端的品牌，而在遠赴重

場上的定價從900元到10000元不等，天價恐怕是國內消費者對這個品牌內衣的第一印象，而探其究竟，天價的背後究竟靠的又是什麼呢？與眾不同的面料？別出心裁的設

到第二層肌膚般舒適、無壓迫感的效果，面料方面還採用了較體貼的高級絲光棉、超柔纖等面料。

產品的設計及製造上十分注重每一個小細節的特色。Le groupe Chantelle 是最早使用彈性織物製作內衣的品牌，她將女性從桎梏的陳規舊俗中釋放出來，同時也加快了現代紡織潮流的發展速度。而這裡每一款內衣的誕生，單就款式

的確認就需要歷經6個月的時間，反覆商榷，反覆試穿。



費者的一致好評。目前，我們的產品質量也贏得了消費者的認可。但是在國內由於我們的品牌銷售途徑是通過精品店來進行，所以我們會和其他品牌享受同等的服務待遇，我們不存在特別的量體裁衣，所以也就無法為消費者提供定製服務了，相信這也是我們對消費者負責的一種做法。」

另外在新一季產品的選購上，Chantelle的市場總監也告訴了我們一些新的亮點，比如面料的透氣會更強，塑造身形的功能性也受到了各大品牌的記憶網也值得消費者們體驗一番。

SIMONE PERELE · 讓內衣擁抱肌膚



在

與SIMONE PERELE的

設計師和負責人見面之前，就對她們針對秋冬新品

Caressence系列所提出的這句

「讓內衣擁抱肌膚」的廣告語

印象深刻。而這家有著40多年

曆史的品牌內衣製造商，在他

的發展過程中一直強調著貼身

衣物穿著時舒適感的重要性。

而品牌的創立者Simone Perele

女士最初在巴黎開設小型車間

時，便早早地提出了當時極具

革命性的內衣設計理念：迷人

與舒適併存。之後沒有鋼圈的

束縛，帶有精緻的貼花；無形

胸衣的創意更是引起了內衣市

品牌創意源源不斷

法國巴黎向來被視為時尚之都，更是領導世界流行時裝工業的先驅，來自法國巴黎的SIMONE PERELE是法國第一家庭精品品牌，更是當地時尚名媛的最愛。SIMONE PERELE從1948年由SIMONE

PERELE夫人創立至今，在內衣設計上，始終蘊含法式一貫的時尚優雅，並與當代時裝創作相結合。而關注新一季的材質運用和款型設計，我們很好奇，這個品牌又會有些什麼新手筆呢？

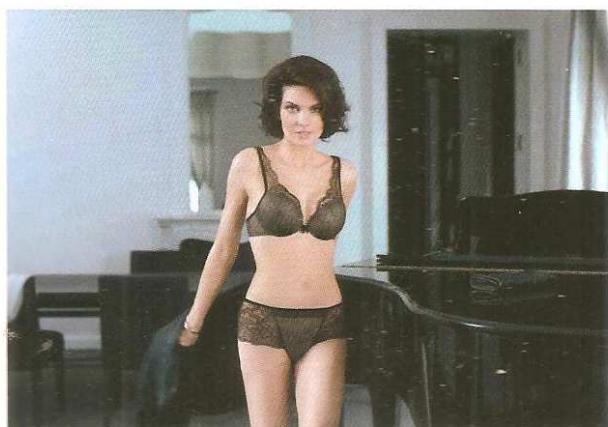
在新一季的預覽中，我們看到了秋冬季推出的Caressence系列。手工製作的蘆薈蕾絲和最先進的針織面料(spacer 3D)令我們眼前一亮，相信蘆薈成分的全新注入將為內衣市場帶來新一輪的變革。

品牌理念的一脈相承

如今，該品牌的內衣開始進駐中國市場，在滬上的高端精品店內大家也可以買到。而提到這個內衣品牌的文化時，該品牌的設計師與負責人告訴我們，「SIMONE PERELE是由PERELE女士創建於1948年的品牌，PERELE女士覺得，女性的身體需要解放，這樣才能感受到最本真最自然的美。我們很高興可以看到那些充滿

自信、時尚並且能夠完全掌握自己生活的女性，不管是怎樣的體型，都一定可以借助品牌內衣更從容地展示優雅的身體曲線，由內而外地散發出獨特的女人味。」

而品牌的設計師們也會不斷為性感、優雅、精緻的女性設計內衣。新一代的產品也更加擅長讓色彩與面料說話，具有很高的品質感、細節意識、並且裝飾也更為精緻。



資訊

1. 「風尚海寧」米伯頓時尚皮裝

上海時裝周裘皮專場發佈舉行

近日，「風尚海寧」米伯頓時尚皮裝裘皮專場發佈在上海復興公園舉行。這是2011上海時裝周專門為海寧皮革、裘皮時尚安排的一場展示活動，也是「2011海寧皮衣時尚神州行」活動的重頭戲之一。

海寧中國皮革城副總經理查加林告訴記者，近年來在「我看世界 風尚看我」理念的引領下，海寧皮革在款式、面料、做工等方面一直走在行業的前列，在時尚資訊方面與巴黎、米蘭等國際時尚之都幾乎同步，並在此基礎上針對國內消費者的特點和需求每年推出大量個性化的時尚新品。

海寧作為中國皮革時尚的發源地，已經連續三屆借助上海時裝周這一平臺，在推出海寧皮革、裘皮新銳品牌的同時，也向大眾展示了中國皮革、裘皮的最新流行趨勢。



2. 新浪微博官方服飾平台「拖拉網」新版亮相

個型我造，Hold住時尚！

近日，拖拉網在上海大悅城成功舉辦「個型我造、Hold住時尚 @拖拉網」時尚脫口秀活動，台灣當紅的HOLD住姐謝依霖光臨現場本色示人，以Fashion Queen的身份演繹了Hold住各種場合的時尚搭配，她的自信與機智引得現場大批拖拉網用戶和粉絲連喝彩。當被問到對於時尚搭配的理解，HOLD住姐謝依霖答道，「時尚並不只是標新立異，而是要在服飾搭配中找到真正的樂趣和自我。」



3. Zippo Encore Presents 搖滾熱焰再度蔓延上海

Zippo攜手摩登天空在北京及上海兩地已經成功舉行了三場Zippo Encore Presents: 2011炙熱名單之夜搖滾樂隊大賽活動，為熱愛搖滾樂及時尚生活方式的青年人帶來了無限驚喜，並獲得了眾多搖滾樂迷的支持和關注。Zippo Encore Presents: 2011炙熱名單之夜搖滾樂隊大賽第三站的嘉賓樂隊「重塑雕像的權利」樂隊在現場接受媒體採訪時說到：「這是我們對Zippo舉辦搖滾大賽活動的感想和對此次活動的認識。」至此，北京及上海兩地的16支參賽樂隊完成了所有的晉級比賽。四支優勝樂隊脫穎而出，晉級決賽。



4. 華碩發佈ZENBOOK UX系列超極本

近日，華碩電腦在上海發佈旗下首支超極本——ZENBOOK UX系列，憑藉大道至簡的智慧，將極致的纖薄優雅、磅礴效能、動聽聲韻驚艷集結。兩款分別為11.6英寸(ASUS ZENBOOK UX21)和13.3英寸(ASUS ZENBOOK UX31)的革命性新品，承載了華碩在輕薄機種領域耕耘多年的創新工藝設計及技術研發成果，不但突破性地運用CNC數控技術及全手工打磨工藝，綻放神秘耀眼的同心圓光流；更率先實現真正的2秒隨開即用、2周超長待機，開創出筆記本電腦便捷應用新紀元。

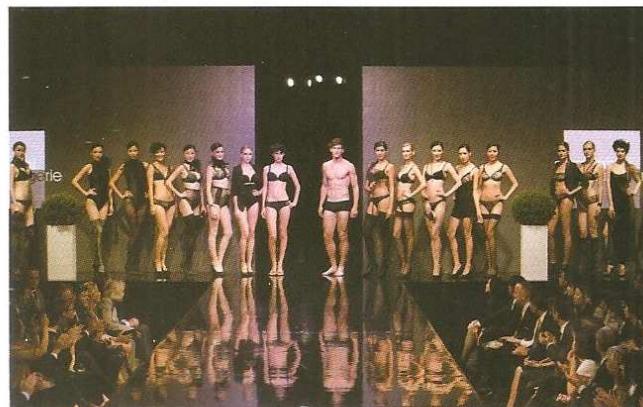


與國外知名的奢侈品內衣的經營者與設計師對話結束之後也不妨回過頭來看看中國的內衣市場。在中國的內衣市場有著兩個主要的特點：一個是中國的女性消費者多數屬於年輕一族。在中國的內衣潛在市場中，約有5.25億消費者的年齡在15歲之上，其中，21%的消費者年齡在15歲-24歲之間，41%的消費者年

齡在25歲-44歲之間。另一個特點則是中國女性擁有強烈的消費需求。據有關部門統計2009年中國的零售市場銷售增加了16%，2010年初成衣銷售繼續穩定上升。

在今年的內衣展會上，還公佈了中國市場的主要發展趨勢：中國經濟發展動力轉向二線城市，該區域居民收入增長飛速。約1/3的中國人處於線上狀態（約4億人已線上連接），電子商務市場潛力巨大，已佔零售市場總額的5%。政府也極力支持線上購

物市場的發展。中國女性對內衣尺寸要求嚴格（文胸主要是A罩杯和B罩杯），消費者希望通過富有奢華觸感及精緻裝飾的內衣展現苗條身材，提升整體輪廓（瘦身型產品很受歡迎）。此外，由於中國住房保暖度不高，家居服飾和保暖內衣也是中國女性的主要消費品。中國女性最喜愛的內衣顏色為：白色、各種淺色和紅色！中國高端消費者的購物地點正在從百貨商場和大型購物商場漸漸轉向精品購物商店，追求更多奢華購物體驗。



內衣市場大盤點

在

與國外知名的奢侈品內衣的經營者與設計師對話結束之後也不妨回過頭來看