CAP

从牛仔裤到 个性时尚的美式风潮

不论你年龄几岁、身价几何、你的衣橱中、总得有一条牛仔裤。

一条合身、舒适、耐穿、永不过时的牛仔裤。

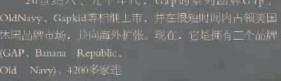
找不到这样一条裤子? 1969年,美国人当劳·费雪就是被这样的困境所驱使,一举创立了美国历史性品牌——盖理(Gap)。 正如将炉火炼得纯青的名厨多为吃货、将色彩用到极致的设计师必然爱美一样,对牛仔裤要求严苛到被遇自创品牌的老 板,他所制造的牛仔裤和衍伸服装,必然如第二层皮肤一样契合你的身形。在他的店里,找不到裤子这样的悲剧,绝不会发生。

Gap、就是Gift for All People(给所有人的礼物)。它对流行文化和人们着装方式的影响,有目共睹。那蓝底白色的gap字 母商标、早已成了家喻户晓的标志、与可口可乐、吉列、迪斯尼等著名美国品牌相提并论。

酷、休闲、时尚……近半个世纪来,Gap带着这些"美式烙印"席卷全球,成为服装零售之王。

源于一条牛仔裤的创业

信大事物的开端,往往只是一件小事。
1969年,美国人当劳· 赞雪是一位41岁的房地产开发商,没有任何零售经验。一天,他从Levi's的推销员那里购买了几条年仔瘦。试室时,这些裤子没有一条合身。他到旧金山的两家百货商店协挽货,但都没有他的最等。他感到非常迅度,同时也要到了启发;如果有人将整个系列的裤装风格、颜色和型号都集中到一个店里,会是什么样呢?
Gap由尼诞生。最初的Gap用用出出生任转、亳片和亲音带逐渐退出,所有的资本和精力都集中在服装上,导致了巨人成功。在短短一年内,Gap的销售额达到了200万美元,公司也开始至美国迅速扩张。
20世纪八、九十年代,Gap的系列。是原Gap。OldNavy、Gapkid等相继上市,并在很短时间内占领美国休闲品牌市场,共向海外扩张。现在,它是拥有三个品牌(GAP、Banana Republic。



做最合身的牛仔裤

走进店里,你会被两面质天立地的"牛仔裤墙"所成 制)、Straight(直筒)还是Legging(系身弹力生存性)都不要吹灰之力。包罗万象的裤型、分门则类的顺色,Gap 击员就像是一个核理核,为你将生仔转在货柜上细分。 "合身、合身、更合身、我们的目标就是要做最合身的生 仔裤。" Gap人这样说。

的表欄里,无论他或她位方或是富有,都会拥有一件以上 的gap服装。"在全球,各国年轻人都穿着印

着宏流连五点林顿身旁。你。

裤装带动上装的变革

起源于生存裤、Gap现在却不仅仅做生存裤、它家的

在里面买了什么,都很容易找到与它搭配的其它单品。 穿上这 身也绝不会落伍。

潮爸潮妈扮靓宝宝的首选

此外, Gap的要幼儿服装, 一向是其引以为豪的产

南京西路Gap旗舰店二楼的GapKids(鱼装)。 babyGap(婴儿装)、完善了整个产品系列。Gap想要做 个而向全家人的"服装挺市",而在Gap设计师看来,中 年轻的中国父母越来越潮,而来源于美国的Gap鱼装正好 能提供这种独具个性、酷威十旦的着装。

富''白宫美',可身边的宇宇却穿成'上肥圃',我实 在不能理解。"正年竟装部为三岁的女儿挑选牛仔裤的干 女装'。小酷娃和我风格统一, 走在街上回头率大大牌

"玩转微博"彰显个性

而在新浪撒博士, Gap官方账号

的小游戏、新鲜出炉的优惠信息。 尝鲜的新品发市·····Gap一向注重 线上销售。而在微博时代。Gap领

正如官方微博上的邢段经典的自我评价: "从1969年 至今, Gap一直创造性地引领时尚的尖端。它重新演绎。 Gap,就是选择彰显自我个性的时尚态度。" 很难定义Gap 究竟是一个快时尚公司还是经典时尚公司。或许,Gap实 在两者中间,或者说两者些是。(本模记者/金复桑)