

That's Classic

WORLD FAMOUS WOMEN FASHION BRANDS COLLECTION

尘世粉红

国际著名女装品牌集录

刘 亭

牛龙梅

袁慧芬

戴 嘉

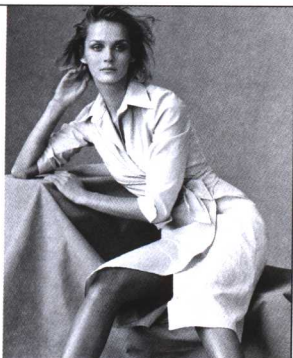
谢丰壑

陶新乡

诸葛苏佳

著

百 家 出 版 社



- 2 ALMA
- 6 AGNONA
- 11 ARMANI
- 18 AQUASCUTUM
- 23 BALLY
- 27 BCBG MAX AZRIA
- 30 BURBERRY
- 36 CALVIN KLEIN
- 40 CELINE
- 44 CHRISTIAN DIOR
- 50 CHRISTIAN LACROIX
- 56 CHANEL
- 62 DOLCE&GABBANA
- 66 DONNA KARAN
- 70 FENDI
- 73 GAP
- 76 GBR
- 79 GIANFRANCO FERRE
- 84 GUCCI
- 89 HELMUT LANG
- 93 ICEBERG
- 97 ISSEY MIYAKE
- 102 KENZO
- 107 LEVIS
- 113 LOUIS VUITTON
- 118 MAX MARA
- 123 PRADA
- 126 RALPH LAUREN
- 132 SALVATORE FERRAGAMO
- 137 TOMMY HILFIGER
- 141 TRUSSARDI
- 145 VERSACE
- 152 YVES SAINT LAURENT
- 158 参考文献

- 阿尔玛 — 百变的意大利女性形象
- 阿妮欧娜 — 告诉你关于自然的故事
- 阿玛尼 — 意大利魅力
- 雅格狮丹 — 防水风衣的鼻祖
- 巴利 — 从鞋到时装
- 法国与美国风格的融合
- 柏昂丽 — 尊贵纯正的英伦品牌
- 卡尔文·克莱恩 — 简约舒适美国风
- 瑟琳 — 简约气派的法国品牌
- 克里斯汀·迪奥 — 时装界的无冕之王
- 克里斯汀·拉夸 — 繁华与灿烂
- 夏奈尔 — 永远的 COCO CHANEL
- 多尔切与加巴纳 — 南地中海式的热情浪漫
- 唐娜·卡伦 — 纽约风格的代表
- 芬迪 — 女性执掌的皮草世家
- 盖普 — 不同的人都可以穿
- 金碧爱 — 舒适自然的意大利畅想曲
- 詹弗兰科·费雷 — 理性又富创意
- 古奇 — 身份与财富之象征
- 赫默特·郎 — 大都会的中性风格
- 年轻新鲜的爱斯堡
- 三宅一生 — 服装创造家
- 高田贤三 — 快乐的色彩 欢愉的幻想
- 力维斯 — 牛仔时尚变迁
- 路易·威登 — 贵族箱包的时尚之旅
- 玛克斯·玛拉 — 传统优雅与独特
- 普拉达 — 自由+古典
- 拉尔夫·劳伦 — 美国本色
- 萨尔瓦多·费利加莫 — 好莱坞红星的造鞋师
- 汤米·哈费格 — 传达美国的精神
- 图沙帝 — 高雅 帅气 精致
- 华美性感的范思哲
- 伊夫·圣·洛朗 — 时装艺术品

尘世粉红

尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection

ALMA

阿尔玛 — 百变的意大利女性形象

了解阿尔玛 (ALMA) 这个品牌的人, 都能够感受到: 这是一个既拥有意大利式的舒适, 又带着浓郁的欧洲贵族风的中上价位的高级女性成衣品牌。可是, 如果我们要探寻它的源头, 了解一下这个品牌的起源, 会发现, 它的创始人, 当初制造出这个品牌时, 始料不及在多年后的今天, 它成为吸引当今世界各地穿着入时女性的著名品牌。

风格变迁

1945年10月17日, 那还是二战结束不久, 资源匮乏。阿尔达·比 (Alda Pea) 与丈夫联手创立了 ALMA 品牌, 专门生产针织品、针织和毛织布料。此后的 20 多年里, 公司一直以生产中档价位的产品为主。

1974年, 公司更名为 Gruppo Alma SpA, 这是一个重要的转折点, 由此开始, 公司将重心放在了设计与生产更高档、更时尚化的女装上, 逐渐开拓了 ALMA 的流行世界。在这一年里, 公司与名设计师詹尼·范思哲 (Gianni Versace) 合作, 生产 ALMA 时装系列。范思哲, 这位日后在意大利乃至全世界声名远扬的设计大师, 他的设计天分在为 ALMA 设计女装时已经充分显露, 为 ALMA 注入了时尚、性感的魅力。

1978年, 比与范思哲两个家族加强合作, 创出了新的时装系列 - Spazio。这是一个更年轻一些的便服系列, 售价适中, 紧贴潮流, 迎合了大多数年轻人的口味, 在 Spazio 的时装中还表露出高度趋时性, 这也是 ALMA 系列品牌的重要标志。

从此以后, ALMA 公司与多位世界知名时装设计师携手, 这其中包括 Karl Lagerfeld、Therry Mugler 及 Angelo Tariazzi 等, 纷纷加入打造 ALMA 时装, 使这个品牌始终处在潮流的前沿。

1994年, 詹尼·范思哲与阿尔玛公司的合作结束。同年, 一位年青有为的设计师 Alessandro Dell'Acqua 承担了



□ 看着 ALMA 的时装, 我们很容易对穿着 ALMA 的女性产生这样的联想: 她气质高贵, 血管里也许流淌着欧洲几代贵族家庭的血液; 但她却在现代的背景长大, 个性鲜明; 她的生活优越, 内心丰富、美丽, 还有几分神秘的气息。



国际著名女装品牌集录 尘世粉红
World Famous Women Fashion Brands
Collection THAT'S CLASSIC

ALMA

ALMA 的设计重任。不出数年，他的设计使 ALMA 的魅力得以延续，而他本人也和 ALMA 的前辈一样，成为意大利时装界的耀眼明星。

1998 年，公司为蒙塔娜 (Montana) 时装系列签订独家生产与分销合约，将 20 世纪 80 年代这个法国极为著名的时装设计师品牌重新向全球发行。ALMA 家族又多了个鼎鼎大名的品牌。

典雅淑女 A L M A

早年的 ALMA 风格较为奢华，洋溢着意大利式的贵族气质。新世纪开始，时尚人士的全球着装观表现得更为自然多变，对各种服装风格采取了更宽容接纳的态度。在一批年轻设计师的执掌下，ALMA 重新确定了风格。

现在的 ALMA 塑造的是多变的女性穿着风格，或妩媚妖娆，或典雅贤淑。白天的 ALMA，服饰色彩柔和宁静，让品质凸现。ALMA 的女性举止优雅、从容，安然地享受生活。女性化的柔和和裁剪方式，可以让人清晰

地感受到意大利时装一向注重品质舒适性的风格延续。

热情奔放的 A L M A

有时 ALMA 让你成为高贵迷人的夜晚里的神秘女郎，有时它又把你变得热情、奔放。夜晚的 ALMA，忽然亮出让你惊叹的另一面：新潮的光泽奇特的面料、大胆性感的款式、夸张的配饰表达出一位独立的、甚至有些反叛的女性形象。这其中，我们看到与意大利风格截然不同的其他风格的影子。可是，经过 ALMA 的再演绎，它们不再平俗，也变得高档了。用 ALMA 打造出的是都市的百变丽人。虽然多变，但是不同风格之间并不是找不到一点关联，那就是：装扮清新、入时，时髦但不夸张，而且，时时会有意大利式的妩媚与热力洋溢其中，让人难以拒绝这种魔力，它就是现在 ALMA 的风格基调。



尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection

ALMA



国际著名女装品牌集录 尘世粉红
World Famous Women Fashion Brands
Collection THAT'S CLASSIC

ALMA



□ 上海美美百货专卖店。

品 牌 档 案

类 型：意大利 高级成衣

创 始 人：阿尔达·比 (Alda Pea) 夫妇

创始时间：1945 年

创 始 地：意大利

品 类：女性成衣及配饰

总部地址：GRUPPO ALMA S.p.A.

VIA XXV APRILE

84-20010 BAREGGIO

网 址：www.gruppoalma.it

展示屋(SHOW ROOM)

VIA MONTENAPOLEONE 6/A-20101, MILANO

中国专卖店地址

上海 美美百货

上海 大上海时代广场

展示屋(SHOW ROOM)

展示屋也是展售品牌的地方。但与专卖店不同的是：专卖店里摆放的是品牌当季的产品，而展示屋里却展示着品牌设计师设计出的下一季甚至下两季的产品。对于热衷时尚的人来说，能够穿得比当前的时尚更超前，常常更让他们激动。在意大利、法国、美国和日本，很多顶尖时尚品牌商特别开设展示屋。现在它们中有一部分也已把这个概念带入中国。



尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection



阿妮欧那 — 告诉你关于自然的故事

“自然永远不会欺骗你” — 这是阿妮欧那 (Agnona) 想要告诉你的话。纯净、真实的天然原料是 Agnona 多年来惟一选择的灵感源泉。它从原料本身的特征出发,从它的和谐美感中寻找服装最妥帖的表达方式,无论是廓型、极简主义的细节还是色调上都可以让你感觉到:时装的创作动力来自于自然,又充满个性与活力,时装用表现艺术美的方式来表达时尚。

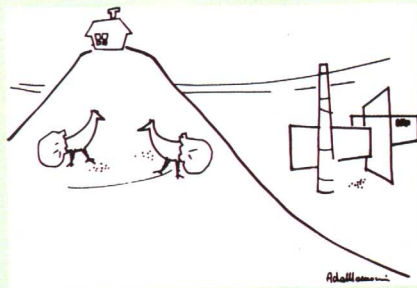


灵感，自然而生

1953年,品牌的创立者弗朗西斯科·奥瑞尼·莫 (Francesco Morini Mo) 在勃格西赛 (Borgosesia) 的一个郁郁葱葱的山中建造了一群富现代感的建筑,阳光从山顶洒下来,照在每个人的身上,面对着自然的壮美,这时每个人都会明白人人生来平等的道义。这群建筑就象是一条纽带,一头联系着都市,一头联系着自然。Francesco 在屋顶上还放置了一台大望远镜,每晚看着闪烁的星星,他用一颗艺术家的心体会与自然合二为一的美妙感受,也用它预知天气的阴晴冷暖,四季春夏秋冬。Agnona 就是在这个时候诞生的,艺术家决心要用最天然的方式获得纯净舒适的面料,给予服装最天然的穿着感觉,让人们无时无刻不明白,自然与人原本合一,归于整个地球。

Francesco 就是用这种对生态无比尊重的态度,对待羊毛纺纱工艺、时装设计理念与服装生产方式等等,其实表达的也是他对待生活的态度、思考方式和美学观念。就这样,他的理念影响了当时许多设计大师,成为当年受巴黎人和意大利人欢迎的面料供应商,成为高级女装设计师迪奥 (Dior)、巴伦夏家 (Balenciaga)、伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent) 和瓦伦蒂诺 (Valentino) 的面料供应商,同时也发展出自己的女装系列。

对待轻质的阿尔巴卡面料、珍稀的骆马绒、羊绒和驼绒, Agnona 用完美的裁剪体现面料的高贵,流线型的线条、精致的强调廓型的大衣、夹克等等在 20 世纪 70 年代给人们留下深刻印象,强调美学效果的时装形象在时尚圈中留下深深烙印。斯坦尼·马库斯 (Stanley Marcus) 在 70 年代写过一本叫做《寻求至美》(Quest for the Best) 的书,在书



一个品牌，一个寓言故事

有一次, Francesco 带着满满一箱面料去向一位在当时颇为重要的巴黎面料批发商介绍自己的产品时,说过这么一句令人惊奇的话:“我不是来为高级女装服务的,我是为了给母鸡一个装蛋的袋子。”

在科尔马山 (Colma) 上养了很多母鸡,母鸡生下了蛋,可蛋会滚到山下瓦都亚 (Valduggia) 去,被那里的人们拿走吃掉。Francesco 的奶奶曾经建议大家给每个母鸡后面装一个袋子,生下来的蛋会滚到袋子里,就不会被山下的人轻易地拿走了。Francesco 用这个故事表达自己的愿望:他希望来自天然的面料可以得到最适合

的使用。后来画家把这个有趣的故事画成漫画,它也留在了 Agnona 的历史中。



中，他列举了一些当年在时尚界将灵感和工业技艺完美结合的典范，而 Agnona 是书中为数不多的得到赞赏的意大利品牌之一。书中对 Francesco 的形容是“一位用二十世纪的机器织出 16 世纪繁华的艺术织造家”，“作为面料设计师，他深深懂得织布机的所能、所不能；作为技术专家，他明白来自世界各地的动物纤维都有怎样的特性；他在自己的工厂里织造出最完美的面料，并在毕生中从未放弃过对此的追求。”自然与完美、传统与革新、技艺与时尚，这三者的融合是 Agnona 在国际市场上为自己找到的最贴切位置。

Agnona 形象 —— 最真实的自然感受

在 Agnona 的形象中，我们看到的不是款式的廓型、色彩印象或是夸张的模特肢体语言带来的视觉冲击力，而是模特穿着后的最真实的脸部特写。模特的眉毛、发丝在镜头下表现得根根分明，她的肌肤、脸上的光泽、表情的细节，没有一个逃得过相机的镜头。细致、真实、天然却完美，这就是服装要告诉你的话。



骆马绒 (Vicuna) —— 只有 Agnona 拥有的珍贵面料

骆马生活在安第斯 (Andes) 山脉的最高处，海拔约 4000~6000 米处。在远古时代，骆马被人们尊崇为 Inti 神的礼物。为了在恶劣的环境中生存下来，骆马拥有两层毛绒：内层称为绒，由高品质且短而浓密的绒毛组成，具有温控能力；外层由普通较长的毛组成。骆马毛绒纤维比羊绒更细，每只成年骆马每两年仅产 250 克骆马绒，而羊绒山羊一年可产出 300~500 克羊绒。这一珍稀动物的绒纤维，品质更高，也更弥足珍贵。更轻盈更保暖也是它成为比羊绒还要高贵的面料的原因。

1994 年，Agnona 在利马政府的支持下，获得了对这种天然绒毛的销售和推广权。对骆马绒的开采，不带有丝毫的暴力，剪去骆马的绒毛后立刻放归自然。在 Agnona 的旗舰店中，顾客可以按米购买这种面料，度身定做，也可以选择用它做成的外套、毛衣、围巾、披肩和毛毯等成品。



尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection



Agnona 的感受与油画

有这样四幅油画在讲述 Agnona 的服饰给身体的感受：安憩中的少女、飞扬的披肩、自在的腰肢轻转，还有漫步的女性背影，抽象的画与无形的身体感受，那种微妙是如此相似！温暖的骆马绒、羊绒或阿尔巴卡毛毯让人安然入睡，轻盈的披肩裹出浪漫，柔软合体的针织衫轻松舒适、流畅的大衣下迈出轻巧的脚步，一切来自于自然，又让你回到自然。



国际著名女装品牌集录 尘世粉红
World Famous Women Fashion Brands
Collection THAT'S CLASSIC



尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection



世界代表城市专卖店地址

◆ 上海
恒隆广场一层

◆ 大连
瑞士酒店

◆ 米兰
3, via della Spiga
Airport Malpensa 2000

◆ 佛罗伦萨
3R, via Tornabuoni

◆ 威尼斯
Calle Vallarossa-1307 San Marco

Porto Cervo
Hotel Romazzino

S. Margherita di Pula
Forte Hotel Village

St. Moritz
Hotel Suvretta House

◆ 伦敦
Harrod's Knightsbridge

◆ 贝弗利山
305, North Rodeo Drive

◆ 纽约
Bergdorf Goodman-743, Fifth Avenue

Osaka
Hilton Plaza-2-F 8-16 Umeda, 1 Chomekita-Ku
Rihga Roya Hotel -5-3 68, Nakanoshima, Kita-Ku

◆ 东京
Imperial Plaza Hotel-1-1-1 Uchisaiwai-cho, Chiyoda-Ku

□ 在景色迷人的勃格西赛山中的这群建筑里，创始人弗朗西斯科的灵感诞生了。



□ AGNONA 在佛罗伦萨专卖店形象。

品牌档案

类 型：意大利 高级成衣

创 始 人：弗朗西斯科·奥瑞尼·莫
(Francesco Ilorini Mo)

创 始 地：意大利勃格西赛
(Borgosesia)

创始时间：1953 年

品 类：女性成衣

总部地址：7, via Casazza
Localita Agnona
13011 Borgosesia (VC)
Italy



国际著名女装品牌集录 尘世粉红
World Famous Women Fashion Brands
Collection THAT'S CLASSIC

ARMANI

阿玛尼——意大利魅力

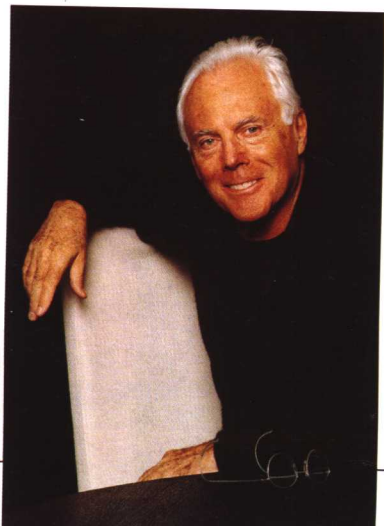
优雅、流畅、合体、精致，想用一连串的形容词形容意大利时装，当你觉得还不够的时候，还想得出其他方式吗？在此刻，形象比语言还要有说服力，拿出阿玛尼的时装吧，质料与色彩的相融相合，光与影的玄妙对比，人体与时装的相衬相映，阿玛尼的设计本身就是意大利式时装美学的经典，其优雅含蓄、大方简洁及做工考究，最贴切代表了意大利时装的风格。这位曾在14年内包揽了世界各地30多项服装大奖，其中名闻遐迩的科蒂·沙克奖(the Cutty Sark Award)就被他破纪录地连获了6次，本人的照片登上过《时代周刊》的封面，而在此之前，时装界只有迪奥获此殊荣的设计师和他的品牌，在大众心目中已超出其本身的意义，成为了事业有成和现代生活方式的象征。

想成为医生的设计师

1934年7月11日，乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)出生于意大利的皮亚琴察(Piacenze)。在幼年游戏中，他就已展露出着重细节的性格趋向。阿玛尼最初的愿望是想成为一名医生，在服完兵役后进入一所医学院深造，但两年后，由于晕血，他不得不放弃医学。没想到这倒促成了日后时装界一位设计天才的出现。他先到一家百货公司布置橱窗。由于他经手的橱窗充满了过于强烈的前卫色彩，使人一时难以接受，因而被调往销售部，不久因为他的才干和务实被提升为男装部主任。销售部的经历使他掌握了许多商业知识和时尚变化的规律，促使他花了8年的时间潜心研究布料和生产工艺，如控制造型、选择面料、修改细节、调配色彩等，为以后事业的拓展奠定了坚实的基础。1961年，乔治·阿玛尼以设计师的身份加盟尼诺·切瑞蒂(Nino Cerruti)时装公司工作。在那儿，他学会在严格细致的工作中创造激情，以科学合理的设计展现魅力，运用朴素简洁的材料表达精巧柔美的气质，并将此种设计理念执着不渝地融入以后的创作中。

1970年，乔治·阿玛尼与建筑师赛尔焦·加莱奥蒂(Sergio Galeotti)合办公司，而后于1975年创建了“Giorgio Armani”公司并注册了自己的商标。

□ 虽然如今已是满头银发，但乔治·阿玛尼的优雅魅力从未减退。设计师本人的魅力也是对品牌风格的很好说明。



尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection

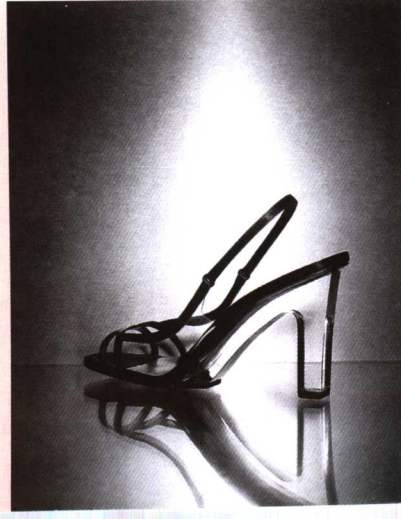
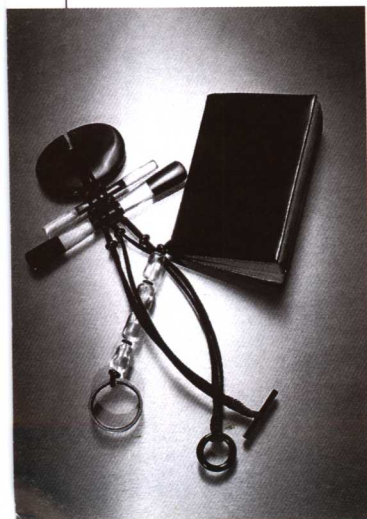
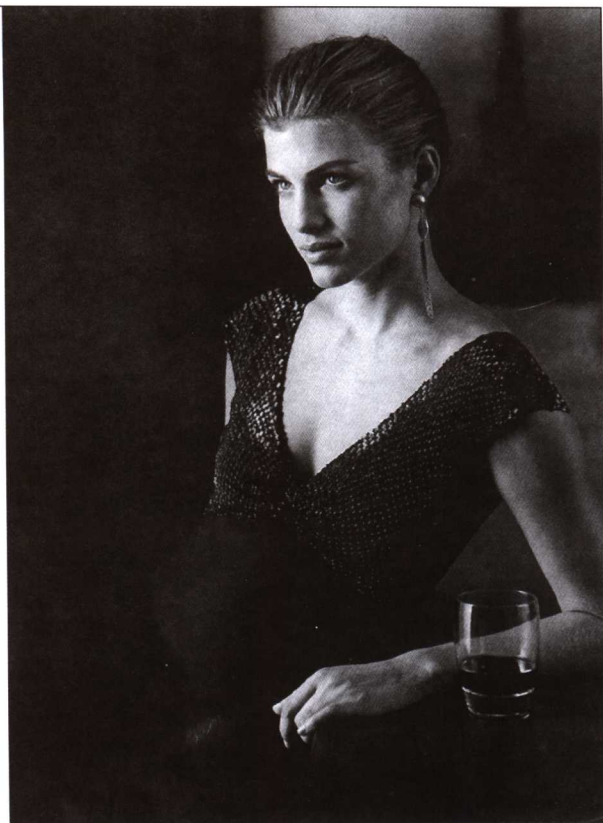
ARMANI

征服世界的意大利风范

阿玛尼时装王国的起步并非一帆风顺，创业初期，为筹集资金，乔治不得不将自己的车子变卖，最终得到的资金也只不过1万美元。然而天道酬勤，他推出的第一个男装系列就赢得了普遍的赞誉，其外套的特点是斜肩、窄领、大口袋。到70年代末，阿玛尼又将男西装的领子加宽，并增加了胸腰部的宽松量，创新推出了倒梯形造型。人们对六七十年代“嬉皮士”、“朋克”的纷杂混乱、光怪陆离的打扮方式也心存倦意，这时候阿玛尼那种高雅简洁、庄重洒脱的服装风格，十足的意大利大家风范，恰好满足了人们新的时装需求，使人耳目一新。他的设计构思富有创意，服装质量优异、价格适宜，这使他的服装销售量迅速增长。发展至今，他拥有了一个庞大的服装帝国。

简洁的品牌风格

阿玛尼风格既不潮流亦非传统，而是二者之间很好的结合，其服装似乎很少与时髦两字有关。事实上，在每个季节，它们都有一些适当的可理解的修改，全然不顾那些足以影响设计风格的时尚变化，因为设计师阿玛尼相信服装的质量更甚于款式更新。他的系列品牌都定位在柔和、非结构性款式，玩弄一些层次及色彩的变化，经常调整比例。他的服装可以用各种组合产生不同的效果，没有固定的模式。色彩方面，多采用“无色彩”的黑、褐、灰面料，风格高雅、含而不露，他的时装初看似貌不惊人，但当你细细品味时却被他的那种高雅、庄重、洒脱的风格吸引。





国际著名女装品牌集录 尘世粉红
World Famous Women Fashion Brands
Collection THAT'S CLASSIC

ARMANI

阿玛尼的时装穿起来潇洒自如，没有拘谨、造作之感。女性服装像是借鉴男装却又是量体定做的，裙子和衬衣乍看上去像是胡乱地从橱柜里拉出来的，但一经配套穿上，却立刻显出一种特有的魅力。阿玛尼觉得：“女装不应该过分强调外观的挺括和棱角分明，注重柔和贴身的线条才是最重要的，可以采用华贵而简洁的面料，但裁剪缝制必须精致，因为女装的简洁是最大极限地展示着装者的个性和品味”。

给予阿玛尼设计影响的是大洋彼岸的美国，他说过：“对我设计影响最大的，是来自美国校园里的便装和运动装，它看上去很简单，但当时的欧洲却没有。”风格中融入了随意，而面料与色彩遵循意大利传统的含蓄精致，形成他的独有风格。正因为这种貌似简朴、实为讲究的品味，令许许多多富有教养、有品味，或性格沉稳文静，或事业有成的人士纷纷为之倾倒。

80年代 — 阿玛尼的时代

阿玛尼最为人称道的革新是20世纪80年代初在女装上的成就。当时的服装界流行法国的圣·洛朗式的女装风格，多为修身的窄细线条，而阿玛尼大胆地将传统男西服特点融入女装设计中，将其身线拓宽，创造出划时代的圆肩造型，加上无结构的运动衫、宽松的便装裤，给80年代的时装界吹来一股轻松自然之风。由于这种男装女用的思想与20世纪20年代为简化女装作出突出贡献的设计师夏奈尔所提倡的精神有着异曲同工之妙，阿玛尼被称为“80年代的夏奈尔”。改良后的宽肩女装深受职业女性的欢迎，而他宽大局部的夸张处理成为了整个80年代的代表风格，人称80年代是“阿玛尼的时代”。

阿玛尼的女装风格是移植男装风格的结果，但他的这种移植并不是简单的模仿，不是简单地照搬，而是每个部位都必须谨慎处理或加以合理改变，这使他的女装不是简单的男子气，而仍富有强烈的女性性感。而且难得的是他的服装并不是单纯为了表演或参加晚宴而设计，阿玛尼的服装非常实用、舒适，适合人们日常穿着。

优雅成熟的90年代

进入90年代，阿玛尼的创作更趋成熟，优雅、简单、追求高品质而不炫耀，“看似简单，又包含无限”，是阿玛尼赋予品牌的精神，使他成为影响“极简主义无反顾”的重要人物。他的设计并不启发人们童话式的梦想，他追求的是自我价值的肯定和实现。

他虽不及拉格菲的变化多端，费雷的皇家气派，也不如三宅那般锋芒毕露，但却以一种挥洒自如，随意的笔调宣泄他的设计意念，恰到好处地体现了现代都市职业女性的风范。乔治·阿玛尼的含蓄朴素比其他设计师更适合于亚洲人的气质。

明星顾客

在好莱坞，阿玛尼是影星们最迷恋的设计师。无论是影片中的日常便服，还是颁奖晚会上的华贵晚装，明星们的首选经常是阿玛尼。如朱迪·福斯特就是他的忠实拥护者，她总是一身华丽而不喧哗的阿玛尼参加任何重要的颁奖晚会。



□ 穿着阿玛尼晚礼服的朱迪·福斯特。

尘世粉红 国际著名女装品牌

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands Collection

ARMANI

经典款式

在好莱坞流行着一句话：“当你不知道要穿什么才对，穿阿玛尼就没错！”

高雅的黑色

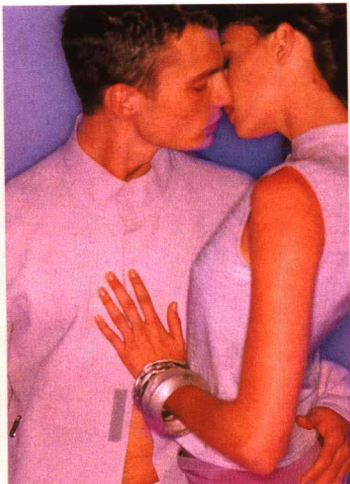
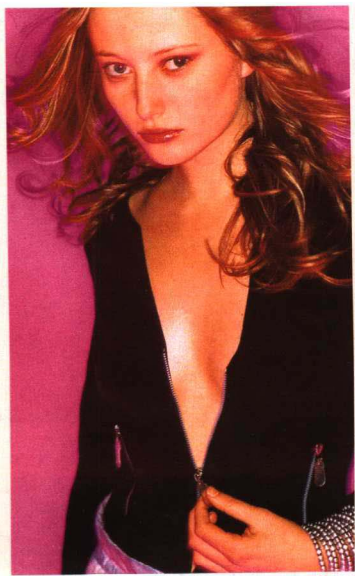
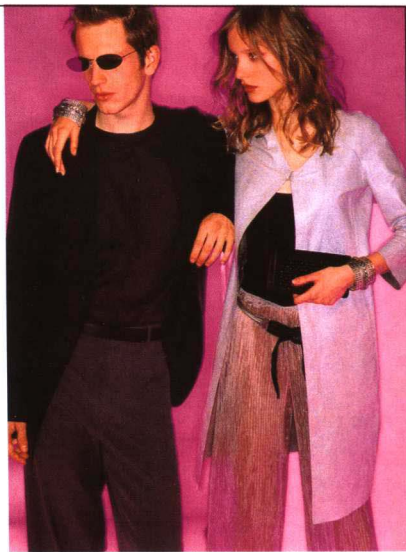
黑色套装，配上黑色的手袋、皮鞋、披肩，间以金色的腰带、或者换上有光泽感的黑色皮革，阿玛尼的黑色系列充分展现出职业女性的干练、自信。那么你以为纯黑色没有女人味那就错了，优质的裁剪技术使阿玛尼套装线条尤其优雅，在他的黑色系列中，女性纤细的腰线是重点，而高挑、苗条的女性最适合穿着。因为阿玛尼的简约会在不经意间将女性的苗条曲线显露出来，给人以高雅、含而不露的美感。阿玛尼展露的是女性本体的美，而非通过花朵、蕾丝、羽毛！

一粒钮的女性西服

与腰线平齐的一粒钮的西服，一贯地加了厚厚的垫肩，西服领开得很深，造成了两条近于垂直的线条，更加强调整体的修长。钮扣不再用多，只有一颗，正好在腰线部位，扣起来，将腰收到最细，接下来的是随着人体的线条慢慢放开的下摆，于是在整体的庄重中，你仍然感觉到布料里面的女性妩媚躯体，这种含蓄的美感令人回味。

图案丰富的宽腿长裤

阿玛尼的服饰除了强调女性的纤腰外，一双修长的腿也是阿玛尼女装中的重点部位。阿玛尼让女性的整体线条呈现上身短、下肢修长的视觉效果，上身多采用短小的黑色的上衣，下面衬上色彩鲜艳、图案丰富的长裤，于是腿增长1.3倍，拥有长腿线条的女性们一定要尝试这种着装效果啊，一定会让您拥有令人羡慕的修长身型。



World Famous Women Fashion Brands Collection THAT'S CLASSIC

ARMANI

品牌线

Giorgio Armani服装系列分成主要的两大部分,而其布标的颜色,则是分辨这两大系列的唯一技巧。

Giorgio Armani Boronuovo指高级男女时装,属于较正式路线,布标是“黑底白字”。

Giorgio Armani Collezioni是成衣品牌,适合一般场合穿着,布标则为白底黑字。

以“老鹰”作为标志的 Emporio Armani 男女装是 Giorgio Armani 的副牌之一。Emporio的意大利语的意思是指百货公司,即“Armani百货公司”。Emporio Armani 是非常成功的品牌。

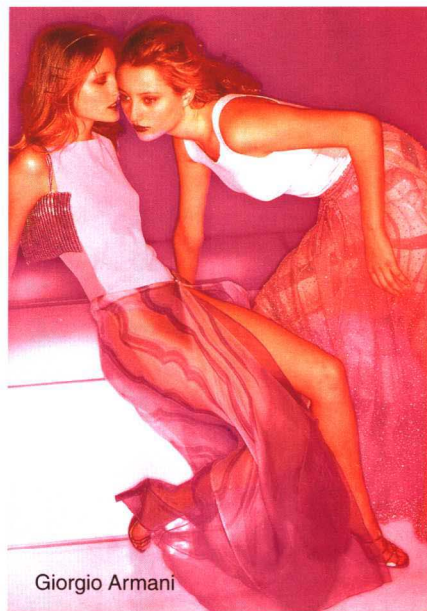
Armani Exchange, 即 A/X 女装品牌, 价位稍便宜一些;

Armani Jeans 休闲服及牛仔装品牌;

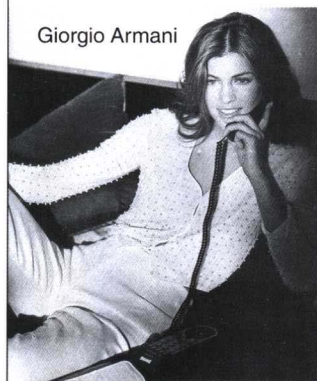
Giorgio Armina Junior 男女童装系列;

Giorgio Armani Neve 男女雪衣系列;

Giorgio Armani Golf 男女高尔夫球系列等等。



Giorgio Armani



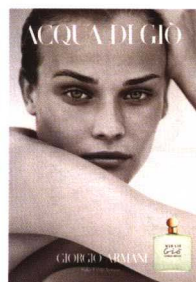
Giorgio Armani



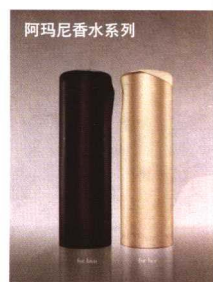
Emporio Armani



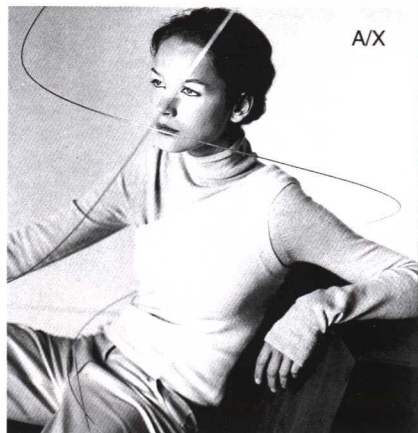
Emporio Armani



ACQUA DI GIÒ



阿玛尼香水系列



A/X

尘世粉红 国际著名女装品牌集录

THAT'S CLASSIC World Famous Women Fashion Brands
Collection

ARMANI

