



新闻稿

2025年11月5日

荟萃匠艺精品，礼赞“创意传世” 开云集团亮相第八届中国国际进口博览会

2025年11月5日，全球高端精品集团开云集团携旗下全品牌亮相第八届中国国际进口博览会。本届开云集团展馆（以下简称“开云馆”）荟萃以匠心打造的臻品与体验，旨在集中体现集团信条“创意传世”，彰显对卓越品质、可持续发展及文化传承的坚定承诺。

开云集团首席执行官卢卡·德·梅奥（Luca de Meo）表示：“作为世界领先的全球高端精品集团，开云集团对中国市场抱有长期承诺。借助进博会这一互惠共进的国际平台，我们不仅展示旗下各品牌的精湛匠艺与专业积淀，与中国消费者积极对话，更致力于携手本土行业伙伴融入中国创新热土，共拓发展新机遇，助力精品时尚产业可持续发展。”



开云馆

对于开云而言，创意是传世至珍。每个品牌皆源于一种强大而独到的创意视角，以此诠释时尚与美，定义精品之道，亦由此放眼未来。作为在进博会上的连续第七度亮相，本届开云馆以“创意传世”这一核心理念为叙事蓝本，融合匠艺传承、可持续发展与创新精神，展现集团生生不息的创造力。展陈设计由国际知名建筑设计事务所 Gensler 操刀，以自然意象作为创意源点，呈现开放性与静谧性微妙平衡的氛围。弧形展墙围合出品牌空间，开放式展台与流线型饰板相映成趣，共同构筑成一方承载匠艺与感官体验的立体景观。



从左至右：中国国际进口博览局副局长李国清先生，上海市商务委员会二级巡视员刘炜先生，法国外贸及经济促进部部长尼古拉·弗里西耶先生（Nicolas Forissier），开云集团首席执行官卢卡·德·梅奥先生（Luca de Meo），上海时装周组委会主任季胜君先生

开云馆启幕仪式上，开云集团携手上海时装周签署战略合作备忘录，宣布启动“开云 CRAFT 创意驻留计划”（CRAFT: Creative Residency for Artisanship, Fashion and Technology），精准诠释了开云集团深度参与中国时尚与创意产业、助力可持续长远发展的有力承诺。秉持跨领域、跨品牌、跨国界的视野，这一业界首创的前瞻性项目将精品行业对工艺、创意与创新的核心关注凝练于一体，旨在聚焦、加速和赋能中国新一代创意人才的成长。通过联结起中国与欧洲在设计、匠艺、创新及未来商业模式等方面深度对话与互鉴，该计划彰显了开云集团携手全球产业共创崭新机遇的长期愿景。

品牌展陈，沉浸式呈献最新精品臻作

开云馆中，集团全线精品品牌融汇精湛工艺与专业造诣。此次参展品牌包括古驰（Gucci）、圣罗兰（Saint Laurent）、葆蝶家（Bottega Veneta）、巴黎世家（Balenciaga）、麦昆（McQueen）、布里奥尼（Brioni）、宝诗龙（Boucheron）、宝曼兰朵（Pomellato）、Qeelin麒麟、Ginori 1735、开云眼镜（Kering Eyewear）及 Kering Beauté麾下的香氛品牌。

承续传世创意，引领未来创想。古驰（Gucci）带来 1950 至 1990 年代的典藏丝巾珍品，追溯品牌丝织艺术的演进脉络；并特邀艺术家蔡钰与 Currynew 开展涂绘工作坊及创作灵感分享，以色彩与想象重新演绎典藏纹样，成为展台互动体验的一大亮点。巴黎世家（Balenciaga）全新香氛系列于进博会平台迎来亚洲（亚太地区）首发。葆蝶家（Bottega Veneta）香水系列也首次登陆进博会。



来自麦昆（McQueen）的定制礼服作品，继 2024 年 Met Gala 亮相后，于本届进博会上全球首次展出。*品牌展区详情可见下文。

开云数字创新部门通过技术与场景的融合，展示数字化在精品消费领域的前沿应用，为观众打造沉浸式、个性化的观展体验。来访者以“AR 签字时刻”踏上旅程，继而打开“AR 寻宝地图”，在虚实相交的数字展馆中探索标志性展品，感受科技与美学相融共生，共创别具一格的云端艺境。

开云承诺，深耕艺术文化及可持续

探知精品之道的同时，来访者还可了解集团在艺术、文化与可持续发展等领域的最新举措。作为第 27 届上海国际电影节的官方合作伙伴——特别共创支持，开云于“跃动她影”项目创立十周年之际，携手上影节举办了金爵电影论坛——开云“跃动她影”主题论坛，并推出了开云“跃动她影”特别展映单元，致敬镜头前后女性电影人的创造力。响应开云集团全新水资源战略，第四届开云中国可持续创新先锋奖 **Kering Generation Award China** 聚焦“引领水资源正效益”，表彰并支持了具有变革潜力的中国初创企业和科技成果，以探索精品行业全价值链中水资源保护与管理的创新路径。

可持续发展理念亦融入触手可及的空间体验。本届展馆约 50% 展台搭建材料来自第七届进博会开云馆的全复用模块，包括墙体、桌面、集团及品牌标志等元素——通过循环再生材料的运用与建材的重复使用，践行可持续。第二届开云中国可持续创新先锋奖 **Kering Generation Award China** 第一名企业超级皮儿 **PEELSPHERE** 研发的全植物生命周期系列皮革，替代传统皮革材料用于部分展台陈设。

除此之外，集团积极拓展本土合作，携手志同道合的行业伙伴，加速向更可持续的零售模式转型。开云集团在进博会期间与华润万象生活签署战略合作备忘录，建立合作伙伴关系。通过“可持续发展战略合作计划”、零碳店铺试点以及可持续生活方式倡导与服务，融合中国“双碳”战略与绿色建筑标准，提升开云在华润万象生活旗下中国大陆购物中心门店的可持续实践。该项目还将引入清华大学提供全过程技术支持，以科技作为驱动力，确保从设计、建造、改造到运营的各环节，均具备行业领先的创新性与专业性。



从左至右：开云集团首席运营官让-马克·杜布莱斯先生（Jean-Marc Duplaix），华润万象生活执行董事、总裁喻霖康先生，开云集团大中华区总裁蔡金青女士

展馆位置：6.2号馆 B3-01 展台，上海市青浦区崧泽大道 333 号国家会展中心



品牌展区介绍

GUCCI 古驰：丝巾之艺



标志性主题：Flora 花卉图案丝巾

展厅空间以古驰标志性的 Flora 花卉图案为核心设计元素，长春花蓝色调贯穿始终，绚丽花卉在地毯与墙面绽放，与典藏丝巾展品相互呼应。从航海与马术灵感，到诗意盎然的花卉与动物王国，1950 至 1990 年代的典藏珍品追溯了古驰丝织艺术的演进脉络。

古驰展区的核心是品牌甄选的十款典藏作品，包括 1950 至 1990 年代的设计图纸与丝巾实物，每件皆代表古驰设计语言的不同面向。花卉、动物、航海与马术灵感在 Vittorio Accornero——其充满想象力的插画曾定义古驰丝织艺术的黄金时代——等艺术家的作品中得到探索。

诞生于 1966 年的 Flora 花卉图案丝巾，是古驰最具代表性的设计之一，最初为致敬摩纳哥王妃而打造。当时，Rodolfo Gucci 希望为王妃献上一份特别的礼物，而 Vittorio Accornero de Testa 在短短一周内便完成了这件精美佳作。这款丝巾由 27 种花卉为主体，搭配浆果、蝴蝶和昆虫组成了田园美景；共运用了 37 种颜色，每一种颜色均需经由独立印染工序。这一经典主题设计的影响力迅速扩散，并于 1969 年衍生出首款古驰桑蚕丝连衣裙。多年来，历任创作总监均从个人视角诠释 Flora 花卉图案的主题，于隽永魅力中融入新的创意。

SAINT LAURENT：粗犷纹理与精致细节在整个开阔空间中展现对比张力



标志性展品：圣罗兰 2025 冬季女士系列

圣罗兰展区呈现创意总监安东尼·瓦卡莱洛（Anthony Vaccarello）全新设计理念——粗犷纹理与精致细节在整个开阔空间中展现对比张力，既保持建筑原始材质又不失精致气息，巧妙引导访客探索独具个性亦和谐统一的空间。全新设计的大理石陈列台展现品牌系列作品的珍贵魅力。

圣罗兰 2025 冬季女士系列，创意总监安东尼·瓦卡莱洛秉持去繁就简的利落剪裁，坚守品牌创立之初的法式服装设计哲学。免去冗余装饰与夸张垫衬，以质感面料与精准结构剪裁，彰显法国时装屋的非凡品味。纯粹的廓形与量感，源自匠心结构与出众裁剪。为平衡服饰造型的极简主义风格，超长尖头高跟鞋展现女性独立姿态。

BOTTEGA VENETA: Intrecciato 编织工艺五十周年



标志性展品：大号纤绒 Intreccio 工艺 Cabat 托特手袋；编织篮手袋

Bottega Veneta 此次展出四款手袋，每一款均诠释着品牌标志性皮革编织工艺“Intrecciato”的不同风格表达与演进历程。该工艺最早于 1975 年诞生，是品牌传承至今的核心技艺。

Cabat 托特手袋于 2002 年春季首次亮相，堪称品牌工艺精神的标志性体现。它开创性地将 Intrecciato 工艺升级迭代 - 此前工艺是将皮革条编织于皮革基底之上，而升级后的“Intreccio”工艺，则以双面皮革条在木质模具上手工编织成型。这款采用纤绒 Intreccio 工艺的大号 Cabat 托特手袋，以匠心独具的毛边质感彰显特色，每一只均为独一无二的存在。

编织篮式手袋源自 Louise Trotter 设计的 2026 夏季系列，将品牌标志性编织工艺与挂毯式编织技法相融合。手袋以定制模具为基础，全程采用手工打造，最终呈现出独特的混色效果与饱满的立体质感。仅制作一只编织篮式手袋，便需工匠投入 13 天的专属手工制作时间。



BALENCIAGA: 巴黎世家五套造型源自夏季 26 系列，于时装周期间在开云集团巴黎总部举办的发布秀上首次亮相。



标志性展品：夏季 26 系列第 3 套造型；Le City First 手袋

巴黎世家展区以环绕式布局陈列品牌创意总监 Pierpaolo Piccioli 任职后设计的首个成衣系列广受好评的关键单品，中心大屏展映以“心跳”为主题的巴黎世家夏季 26 系列发布秀视频。现场同时配备一台 Apple Vision Pro 头戴式显示器，令参观者化身为前排看秀嘉宾，通过沉浸式视角，获得如同亲临现场的观秀体验。

夏季 26 系列第 3 套造型，出自品牌创意总监 Pierpaolo Piccioli 任职后设计的首个系列。短款布袋廓形裙（穿作上衣）与象牙白色密实科技羊毛修身长裤，搭配白色光滑纳帕皮 Duchesse 高跟鞋。创始人 Cristóbal Balenciaga 标志性的高级定制时装作品 Sack Dress（布袋廓形裙），以颠覆性比例投射于当代衣橱必备单品。一番当代风尚的叙事，经由独特的演绎而焕然全新。

巴黎世家独立展台上的黑色 Le City First 手袋，出自创意总监 Pierpaolo Piccioli 任职后设计的首个系列，并于 2025 年 10 月 4 日在开云集团巴黎总部举办的发布秀上首次亮相。该手袋承启了历任创意总监的设计语言与巴黎世家的当下，生动见证了跨越时空的风格对话。Le City First 手袋象征着巴黎世家融合实用精神与精致魅力于一体的双重身份，不仅是配饰，更是品牌叙事中不断演进的鲜活载体。

McQUEEN: 自然诗篇 - 刺绣工艺的永恒对话



标志性展品：创意总监 Seán McGirr 为 Lana Del Rey 2024 年 Met Gala 的定制礼服；2025 春夏系列 LOOK 42



刺绣工艺的艺术底蕴，深植于 McQueen 的品牌传承。自创始人 Lee Alexander McQueen 的早期系列伊始，源于自然的繁复主题纹样便已成为其标志。山楂枝刺绣的美学脉络，则始于 1996 春夏系列《The Hunger》。其纹样灵感撷取自英国本土山楂树，以针线交织出自然中蕴含的生命力。

创意总监 Seán McGirr 为 Lana Del Rey 2024 年 Met Gala 的定制礼服，一袭以丝绸双层乔其纱与薄纱层叠交织的紧身胸衣礼服，其上蜿蜒盘绕着青铜锤制金银线绣成的山楂枝蔓，其灵感源自阿尔贝托·贾科梅蒂（Alberto Giacometti）雕塑作品的质感与形态。新生纹样，于此优雅绽放。

此刺绣工艺于 2025 春夏系列再续新章。黑玉细珠绣纹、亮片与细密线绣交织，轻缀于通透黑色薄纱，并覆以层层碎纱，织就空灵意境。系列中亦点缀一繁复的传说纹样，饰于精裁廓形之上，其灵感源自民间传说中与自然共生的神秘精灵「班西」，这亦凝练为系列的核心叙事。纹样以月光花为型，以玻璃石、金属线绣与金银线精巧呈现。

BRIONI 布里奥尼：意大利裁缝艺术的卓越传承



标志性展品：Plume 夹克；Jardigan 开衫式夹克

Brioni 布里奥尼空间完美呈现品牌核心价值——卓越面料、极致轻盈、匠心工艺与永恒优雅。精选的五款匠心臻品凝聚品牌精髓，这些作品共同构成对 Brioni 布里奥尼八十载传奇的当代诠释，见证每个细节绽放的意式裁艺。

Plume 夹克凝练品牌核心价值，尽显极致轻盈与匠心工艺。轻盈结构与松弛剪裁搭配手工缝制细节，确保活动自如的同时彰显永恒优雅。选用卓越面料，结合简约设计，无论是专业场合或雅致社交，皆能展现从容自若的绅士风范。

自 1955 年问世的 Brioni 布里奥尼原创设计 Jardigan 开衫式夹克，以革新精神重新诠释优雅内涵，巧妙融合夹克与开衫的独特魅力。无领无衬的简约设计，配以品牌牛角扣、经典袖口、暗缝胸袋及品牌标识双背开衩。集极致轻盈与匠心工艺于一身，在休闲场合展现永恒雅致，完美演绎从容风格与舒适体验的平衡之道。

BOUCHERON: 问号项链，革新创艺成就世家经典



标志性展品：Boucheron 宝诗龙 Lierre de Paris 问号项链；Boucheron 宝诗龙 Flèche du Temps 问号项链

1879 年，菲德烈克·宝诗龙打造出一件颠覆传统高级珠宝设计理念的作品，其独特的无锁扣设计令女性只需一个简单轻转的动作便能实现自由佩戴。这一不对称造型在当时独树一帜，因此被命名为问号项链，自此成为世家风格的象征。此次，宝诗龙携四款问号项链臻作参展，包括 Lierre de Paris 常春藤、Flèche du Temps 光阴之箭、Feuilles d'Acanthe 薄荷叶与 Fougère 蕨叶问号项链。这些作品不仅承载着百年工艺的深厚底蕴，更彰显了世家在经典传承与革新创艺间的匠心平衡。

宝诗龙问号项链于 1879 年首次面世：它以常春藤枝蔓为造型，并镶嵌数千颗钻石，璀璨夺目。作为世家标志之一，这一充满生命力的植物元素以多样形态、色彩与材质持续焕发新的生机。在此条项链中，工匠们力求精准再现常春藤的自然形态。祖母绿的鲜亮翠绿，与表面镀铑的白金材质所散发的璀璨光泽交相辉映，辅以可追溯至 19 世纪珠宝作品中应用的古老颤动技艺，项链上的每一片叶子仿佛拥有了生命，随着佩戴者的轻盈步伐轻轻摇曳，栩栩如生。

箭矢最早出现在世家 1873 年的设计草图中，是宝诗龙最具代表性的元素之一。其承载的丰厚寓意不断激发创作灵感：或化作爱之信使，以精美珠宝穿透心扉；或以精巧的猎人箭囊、精准收束的箭尖与雕琢细致的箭羽唤起勇士之威。这款 Flèche du Temps 问号项链精准还原箭矢所特有的精准锐利感与纯粹轮廓，兼具力量感与精巧感，同时洋溢着现代气息。

POMELLATO 宝曼兰朵：米兰金匠工艺，邂逅非凡创意设计



标志性展品：「Ode to Milan 米兰颂歌」高级珠宝 Castello 项链；「La Gioia」Nudo 系列高级珠宝项链



宝曼兰朵于 2025 年进博会呈现的展区灵感源自品牌标志性链饰的流畅曲线与金质珠宝的柔美造型，完美诠释了品牌精髓——米兰金匠工艺与大胆创新设计的融合。展区的空间线条宛如珠宝在肌肤上自然流动的形态：优雅而自由，精致而自信。

灵感源自米兰标志性建筑——斯福尔扎城堡（Castello Sforzesco）的恢宏气势，**Castello** 项链以雕塑感的玫瑰金结构再现城堡新中世纪立面的建筑之美。项链由镶钻美式链节相连，饰以总重逾 28 克拉的长阶梯形、公主方形与圆形切割钻石，并点缀 5 颗反镶红碧玺，总重达 29 克拉，呈现出建筑与珠宝艺术的完美融合。

色彩即自由，自由即创造力——这是 Pomellato 宝曼兰朵最具代表性的设计灵魂。2001 年，**Nudo** 系列问世，以极简造型与缤纷宝石颠覆了传统——这是属于每一位女性的日常佩戴珠宝，可随心叠戴、收藏于心。来自「La Gioia」高级珠宝系列的 **Nudo Cascade** 项链以标志性“裸镶”工艺捕捉光影流动，双面切割强化宝石的通透与律动，鲜艳的橄榄石、纯净的白托帕石与浓郁的沙弗莱石交织成流光溢彩的瀑布，熠熠生辉。

QEELIN 麒麟：东方传统文化与现代美学的趣味融合



标志性展品：**Qeelin Wulu Diamond Lotus** 高级珠宝系列；**Qeelin Wulu Shanshui** 高级珠宝系列

展区整体设计美学与 **Qeelin** 麒麟的品牌理念相互呼应，以现代设计手法重新演绎中华文化之精髓。贯彻 **Qeelin** 麒麟结合中国传统与当代设计的匠心精神，展区的设计以中国传统特色的元素融入现代设计，亦古亦今。

全新 **Wulu Diamond Lotus** 高级珠宝系列以独创葫芦形钻石重塑“出淤泥而不染”的莲花意象，融合东方哲思与现代风格。作品采用 18K 白金与玫瑰金，镶嵌钻石与粉红蓝宝石，色彩层次如水墨晕染，散发华丽女性气息。系列最大亮点是品牌耗时十年研发的葫芦形钻石切割工艺，每颗约 1 克拉，使花瓣呈现颤动的微光。其中项链设计如优雅领口，巧妙勾勒颈部线条，成为点睛之作。这一创新技艺与自然美学相融，延续了品牌独特的艺术探索之旅。

Wulu Shanshui 高级珠宝系列以“一花一世界，一树一菩提”为灵感，通过中国传统镂空技艺演绎山水意境，将奇石层叠的深邃与藤蔓交错的灵动化为宝石间的叙事诗。该系列采用 18K 玫瑰金，配以绿宝石及钻石，此款项链以松树与高山象征长寿与坚韧，椭圆形切割祖母绿勾勒松枝，散发出静谧禅意。系列将山水世界凝缩于珠宝之中，为观者开启无尽的浪漫想象，成为品牌历程中独具趣味的一页。



开云眼镜 (KERING EYEWEAR)



标志性展品：Lindberg 贵金属限定系列；MAUI JIM 茂宜睛 HO'OKIPA ULTRA G MJ0337SA-003

开云眼镜本次展出包括古驰 (Gucci)、圣罗兰 (Saint Laurent)、葆蝶家 (Bottega Veneta)、巴黎世家 (Balenciaga)、麦昆 (McQueen)、茂宜睛 (Maui Jim) 及林德伯格 (Lindberg) 在内旗下七个品牌的 14 款眼镜。

Lindberg 始终将奢华镜架视为可佩戴的艺术。全新马年特别款设计以马镫为灵感，致敬象征力量、自由与卓越的马术精神。正如马镫赋能骑手，这款镜架亦将视野提升为崇高追求的象征。每副镜架均以 18K 金手工雕琢，融汇传统珠宝技艺与现代技术。镜腿处的马镫纹样呼应马匹奔腾的动态，每一处轮廓都经过精细抛光，呈现镜面般细腻质感。

马镫的意义不止于功能性，它更象征着平衡与勇气——如同护身符般提醒佩戴者：真正的远见卓识，既需要沉稳步履的根基与定力，亦需要勇往直前的胆识与魄力。

HO'OKIPA ULTRA G 以经典款 Ho'okipa 为设计灵感，专为高尔夫及户外运动打造。搭载 PolarizedPlus2 专利镜片科技，可消除眩光，增强物体细节轮廓，改善景深感知度，让果岭纹理更清晰。光致变色镜片可随环境光线调整透光率，打造全天候舒适佩戴体验。

GINORI 1735：一段庆祝 Ginori 1735 世界的旅程



标志性展品：Oriente Italiano 系列；Giardino dell'Iris vase 花瓶

这一切始于白金般纯净的瓷器——一块承载创意新篇章的画布。从 Antico Doccia 系列的洁白，到 Oriente Italiano 系列的鲜明色彩，在花瓶、蛋糕架、茶壶、餐盘以及茶杯与咖啡杯等多样品类中尽情展现。最终呈现的是 Giardino dell'Iris vase 花瓶的“未完成”形态，象征着 Ginori 1735 宇宙核心的创意精神。



Ginori 1735 的 Orienti Italiano 系列，致敬瓷器工艺，融合传统与创新，彰显意大利的创意、色彩与艺术魅力。经典的“a Garofano”康乃馨花卉图案，源自东方美学并根植于法恩扎陶瓷传统，经由意大利精湛工艺演绎，以大胆色彩与金饰点缀，焕发新生。

Ginori 1735 的紫鸢花园花瓶，礼赞佛罗伦萨的植物文化遗产，灵感取自米开朗基罗广场的鸢尾花园。作品以手工绘制的鸢尾花图案呈现，技法仿若玛丽亚·西比拉·梅里安的蚀刻与水彩插画。浓郁色彩与贵金属装饰，映射三百余年的匠心传承，成就一件融合自然、艺术与工艺的典雅之作。

KERING BEAUTÉ – 葆蝶家香水：编织皮革之外的嗅觉艺术



标志性展品：COME WITH ME 悄悄话淡香精

葆蝶家香水系列首次亮相进博会。其灵感源于品牌诞生地威尼斯的独特魅力，以及标志性的 Intrecciato 皮革编织工艺。八款香水宛如昔日连接南北、融汇东西的桥梁，将来自世界各地的天然香料温柔交织，焕发出动人而富有故事感的气息。

悄悄话淡香精将意大利佛手柑的清新雅致与法国鸢尾草凝脂温柔的紫罗兰芬芳巧妙融合。洋蓟、香根草与香草的气息缓缓萦绕，带来如私语般柔和的感官体验，让人仿佛置身于宁静惬意的氛围中，感受身心的舒缓与放松。

KERING BEAUTÉ – 巴黎世家香氛：先锋美学的典范之作



标志性展品：亚太地区首发巴黎世家十号（Le Dix）香精

作为 Kering Beauté 阵容中的重要一员，巴黎世家（Balenciaga）香氛系列首次亮相中国，并以其标志性的先锋风格成为本届进博会的焦点。全新香氛系列承袭并重塑了由 Balenciaga 先生奠定的



品牌嗅觉基因，这位西班牙高级定制时装大师克里斯托伯尔·巴黎世家（Cristóbal Balenciaga）先生于 1917 年创立同名品牌，以其精湛技艺和突破性廓形设计模糊了高级时装与雕塑艺术的界限。

巴黎世家 Le Dix 十号香精是对品牌创始人 Balenciaga 先生于 1947 年创作的首支香水杰作的致敬，被誉为“嗅觉时光胶囊”的传奇之作。其名“Le Dix”（法语“十”）源自 Balenciaga 高级时装沙龙、工坊与香水店的创始之地——巴黎乔治五世大道 10 号，至今仍是品牌高级定制系列发布秀的举办场所。香氛将珍稀鸢尾净油，糅合创新解构的鸢尾醛分子，以承古萃新之技重构香氛气息。香气轮廓鲜明而超越时代，不拘于复刻往昔，更着眼塑造未来的嗅觉记忆。在紫罗兰叶净油与熏香精油的点缀下，更添一份从容优雅。Le Dix 十号香精的此番新生并非简单复刻，而是开启一场连结往昔与当下的时韵新章。

KERING BEAUTÉ – CREED 恺芮得：百年匠心的传承与传奇



标志性展品：Silver Mountain Water 银色山泉；Aventus 拿破仑之水

源自 1760 年的英国沙龙香氛品牌 Creed，以其世代相传的调香技艺、严选顶级天然原料及为欧洲王室贵族服务的传奇历史而闻名于世。每一瓶 Creed 香水皆是手工调配的艺术品，承载着跨越 260 余年的不朽匠心与独特个性。

银色山泉（Silver Mountain Water）是 Creed 的经典之作，以沁人心脾的清新气息打动人心。香柠檬与茶调的轻盈芬芳，交织出如阿尔卑斯山雪水般澄澈冷冽的感官体验，仿佛清风拂过山林，带来宁静与纯净的慰藉。它不仅传递出优雅从容的气息，更为穿戴者增添一份低调而独特的气质。

拿破仑之水（Aventus）以明亮清新的柠檬、佛手柑与黑加仑等开场，如晨光般迸发出振奋人心的果香，瞬间唤醒感官活力；中调融入多汁菠萝与深邃广藿香的细腻交融，带来丰盈饱满的气息，既充满生机又富有内涵；尾调由烟熏桦木、干燥雪松与醇厚麝香缓缓铺展，构筑出沉稳温暖的木质余韵，持久萦绕。这款香氛结构恢弘、层次丰富，不仅传递着内在力量与坚定信念，更成为现代人自信风采、卓越成就与独特魅力的优雅象征。



关于开云集团

作为由家族执掌的全球高端精品集团，开云集团汇聚满怀热忱与精艺的人才，并荟萃一系列创意精品品牌，涵盖高级定制与成衣、皮具、珠宝、眼镜及美妆领域：古驰（Gucci）、圣罗兰（Saint Laurent）、葆蝶家（Bottega Veneta）、巴黎世家（Balenciaga）、麦昆（McQueen）、布里奥尼（Brioni）、宝诗龙（Boucheron）、宝曼兰朵（Pomellato）、都都（Dodo）、Qeelin 麒麟、Ginori 1735、开云眼镜及 Kering Beauté。扎根于深厚的创意底蕴，开云旗下各品牌以匠艺臻品与独特体验，坚守集团对于卓越品质、可持续发展与文化传承的承诺。这一愿景凝练于我们的集团信条——创意传世。2024 年，开云拥有 47,000 名员工，总收入达 172 亿欧元。

联系我们：

Yun JIANG	+ 86 (21) 6185 3683	yun.jiang@kering.com
Louise LIN	+ 86 (21) 6185 3666	louise.lin@kering.com
Rex CHEN	+ 86 186 1681 8697	rex.chen@omc.com
Amber CHAN	+ 86 135 2448 1923	amber.chan1@omc.com

开云集团官方微信公众号：

