

FERRAGAMO

Ferragamo 成都IFS新概念旗舰店焕新启幕

以优雅、匠心与创新

搭建品牌与中国市场深度对话的最新载体

——专访Ferragamo 集团执行主席 Leonardo Ferragamo

FERRAGAMO

”

“年轻化、数字化与可持续固然是关键战术,但真正持久的竞争力,源于品牌对‘动态平衡’的驾驭能力——即在致敬历史的同时,坚定书写未来。”Ferragamo集团执行主席 Leonardo Ferragamo近日在接受华西都市报、封面新闻记者专访时表示。

三十多年前,中国改革开放的浪潮初起,菲拉格慕作为最早进入中国市场的奢侈品牌之一,便已洞察到这片土地所蕴藏的无限潜力。“我们预见,随着人民生活水平的提升与全球视野的开拓,对精致生活与奢侈品的需求必将蓬勃生长。”Leonardo Ferragamo在回顾品牌进入中国三十年时如是说。

在他看来,这三十年间,中国消费者完成了从“追寻身份标识”到“品味匠心传承”的深刻蜕变。“他们日益成熟,愈发看重工艺、品牌底蕴与真实价值。”而在这段彼此陪伴的旅程中,最珍贵的情感联结,正是这份“信任与共同成长”——中国消费者早已融入菲拉格慕的家族史,成为品牌叙事中不可或缺的一页。

FERRAGAMO



Ferragamo集团执行主席 Leonardo Ferragamo

优雅、匠心与创新
跨越文化的世界语言

当被问及品牌核心价值“优雅、匠心与创新”如何在不同文化中传承并融入中国,Leonardo Ferragamo指出,中国是与菲拉格慕产生“天然共鸣的土壤”。“中国文化中沉淀着对工艺极致的尊崇——这与我们的‘匠心精神’不谋而合;也蕴含着永恒的美学与气度——这恰是我们所诠释的‘优雅’。”他强调,品牌并非单向输出价值,而是在尊

重本土文化的基础上,寻找彼此共融、共同生长的交汇点。意大利工匠的精湛手工艺尤其受到中国客户的珍视,“他们看重细节、追求持久,更在意‘物件背后的故事’。”这份对工艺的共同尊重,构成了坚实的情感纽带。

然而,传承若只停留于历史,并不足够。创新,是让经典在当代焕发新生的引擎。在产品层面,菲拉格慕不断推出现代款式与设计,精准回应中国客户多元而动态的生活方式。例如全新演绎的Vara蝴蝶结鞋履,既致敬经典基因,亦大胆融入当代审美。



Ferragamo 成都IFS新概念旗舰店



Ferragamo 成都IFS新概念旗舰店店内空间

穿越周期的竞争力
在传承与创新间
把握“动态平衡”

面对全球奢侈品行业年轻化、数字化与可持续性的重塑浪潮,Leonardo Ferragamo认为,真正持久的竞争力源于品牌对“动态平衡”的驾驭能力——即在致敬历史的同时,坚定书写未来。“将‘传承’与‘创新’视为非此即彼的单选题,是对品牌发展逻辑的误读。”他指出,传承是取之不尽的灵感源泉,定义了品牌的标志性符号与品质标准;而创新,则是品牌与时代同频的引擎,意味着以创造性的勇气将品牌档案重新诠释给当代受众。

新任创意总监 Maximilian Davis 的任命,正是这一理念的实践。“我们邀请他深入探索菲拉格慕的珍贵档案库——这不是束缚,而是创意的源泉。”Leonardo Ferragamo表示,这种平衡的精髓在于“在恪守品牌基因的同时,赋予创意团队充分的自由,让经典与当代对话。这始终是一场演进,而非革命。”

可持续发展
匠心精神的自然演进

在可持续发展成为行业必答题的今天,菲拉格慕将其视为百年匠心的自然演进。“在意大利,真正的工匠精神本就蕴含可持续智慧——那是一种‘宁缺毋滥,追求极致’的哲学。”Leonardo Ferragamo解释道。

品牌以投资未来致敬传统:积极采用创新环保材质,并以同样执着的匠艺精心打磨。面对兼具道德意识与社交思维的中国年轻一代,菲拉格慕选择以真诚叙事代替营销话术,“通过镜头带他们走进意大利工坊,见证产品背后每一双匠人的手。”

实体空间的重生
从交易场所
到品牌梦想的舞台

2025年7月,Ferragamo 成都IFS新概念旗舰店焕新启幕,成为品牌与中国市场深度对话的最新载体。这座由知名建筑师 Vincent Van Duysen 操刀、占地近千平方米的空间,完美融合意大利设计美学与在地文化元素,构筑出一个超越购物的沉浸式体验场域。

旗舰店外立面灵感源自品牌标志性的 Bugnato 石材工艺,以现代金属语言重新诠释;店内则通过材质的对比与色彩的碰撞,打造出既前卫又致敬经典的舞台。首层聚焦当季手袋与鞋履,特别设置的Vara陈列装置致敬经典;二层则展开完整的时尚世界,设有私密贵宾区与星光熠熠的典藏展区,呈献限量复刻系列,娓娓道来品牌与时代Icon的不解之缘。

“在电商时代,实体店变得比以往任何时候都更为关键——但其角色已经转变。”Leonardo Ferragamo强调,“它现在是我们的品牌梦想化为现实的‘舞台’,是一个可触知的感官空间,客户可以在此与菲拉格慕建立超越简单交易的持久情感关系。”

中国市场的下一章
从“增长要地”
到“战略灵感源”

展望未来,Leonardo Ferragamo表示,中国早已成为菲拉格慕的战略增长要地,而它的下一阶段,将升维为驱动品牌前行的“战略洞察与灵感源泉”。“这片土地上的变革速度、数字化普及与消费者成熟度,均走在全球前沿。我们不仅是在中国市场进行销售,更是在向中国市场深入学习。”来自中国消费者的实时反馈、独特审美与市场活力,正持续为品牌的全球创意与战略决策注入重要影响。

“我们正邀请新一代消费者共同守护一种永恒的价值选择:选择菲拉格慕,意味着选择历久弥新而非转瞬即逝,选择在底蕴而非浮华表象,选择一种承载着清醒与责任的优雅。”

这不仅是一场商业的深耕,更是一场文化的共鸣——一个百年品牌,以其独特的“动态平衡”智慧,在中国这片古老而崭新的土地上,继续书写着跨越周期、历久弥新的优雅叙事。

华西都市报·封面新闻记者 李雪丹
品牌方供图