

KAPPA卡帕

始于1916年，意大利知名运动及休闲服装品牌，产品定位于18-35岁充满活力的青春时尚人士，2002年开始进驻中国市场，以运动/时尚/性感的品牌理念享誉世界

品牌简介

KAPPA品牌于1916年在意大利诞生，20世纪六七十年代开始在欧洲展露头角，逐步发展成为欧洲盛名的运动休闲服装品牌。

KAPPA品牌和产品所代表的生活方式，也随着具有识别度的品牌标识O MINI——两名背靠背而坐的男女享誉世界。在为热衷于流行文化、注重生活品质、对于新事物充满探索精神、乐于展现自我的年轻消费群体带来品质较好的运动生活产品。

KAPPA商标LOGO由来

1969年，一对男女模特在工作间隙坐下来休息，摄影师无意中捕捉到了这个画面，由此诞生了这个享誉世界的品牌LOGO。这个充满浪漫色彩的人物标记一直沿用至今，成为风靡世界的视觉符号。Kappa是希腊文第10字母。Kappa的LOGO发音是Omini（双子）。这对男女之所以背靠背而坐，是因为Kappa相信男性和女性可以共同分享运动的乐趣。而且无论在场内或场外，男性和女性也应互相支持以达成目标。

中国市场-KAPPA

中国动向（集团）有限公司，香港联合交易所上市编号：3818，连同其附属公司「集团」为一家国际运动服装品牌企业。集团主要从事设计

、开发、市场推广及分销品牌运动服装。自二零零六年五月三十日起，中国动向为Kappa品牌在中国及澳门的全部权益持有人。

集团于二零零八年四月再迈出重要的一步，收购了在日本拥有KAPPA品牌及PHENIX品牌的PHENIX公司，掀起了中国动向多品牌战略的新篇章。中国动向将丰富区域性的品牌组合，扩展集团的产品种类，开拓发展中国的滑雪及户外运动服市场的机遇，通通过整合日本PHENIX的设计研发能力及经验丰富的研发专才，进一步加强中国动向现有的研发技术和能力，为KAPPA及其它品牌在中国市场的长远发展提供坚实的平台。

品牌定位

KAPPA的品牌定位是运动、时尚、性感、品位，目标消费者为年龄介乎18至35岁、生活和衣着充满活力、青春及时尚的人士。

KAPPA诞生于二十世纪五十年代末的意大利，于二十世纪六七十年代开始逐渐发展成为欧洲的运动及休闲服装品牌。KAPPA的标记为两名背靠背而坐的男女，代表运动、青春及热情的生活方式。

二零零二年年初，中国动向将饱含地中海蓝色浪漫和激情的KAPPA带到了中国，并将新的运动时尚理念传递给中国的消费者。自二零零六年五月起，中国动向拥有KAPPA在中国内地和澳门地区的品牌所有权，自主研发、市场推广、销售组织和管道策略等方案。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/kappakp-593773.html>