

如果名牌包包诠释的是美和细节,奢侈品品牌诠释的是排他和特立独行,那么顶尖的钟表品牌最适合诠释奢侈品传承的特性了。就像英纳格中国区总经理高鼎国所说,每一款表都是经典,很多人买手表是用来传承的,代代相传,生生不息。

手表的意义不是奢侈是传承

专访英纳格中国区总经理高鼎国

《品尚》:英纳格这个品牌有悠久的历史,也被市场所熟知,那么这次在Basel会有什么新的动作吗?

高鼎国:英纳格一直以来都是以机械表闻名的,在中国人心中基本是家喻户晓的品牌,但是近年英纳格于女性和青年人的层面好像被遗忘了。因此今年我们计划对这两个领域的消费群,分别推出适合他们的新款系列。

《品尚》:你对英纳格有着怎样的感情?

高鼎国:许多人都无数次在长辈的手上见到这个品牌。这份感情对于中国人来说是温馨的寄托,而对于英纳格来说,是做好每一块表的责任,也是作为一个腕表品牌的承诺。我从小就接触英纳格,很为它骄傲。英纳格在五六十年的口碑非常好,那时人们会用英纳格做聘礼,是象征身份的三大件之一,拥有英纳格是很有面子的事。

《品尚》:从2004年,您负责公司业务之后,前后起用了内地的三名演员周迅、徐静蕾和张涵予作为代言人,这三个不同明星的代言时期,是否也代表着英纳格的三个不同的发展阶段?

高鼎国:2005-2007年,英纳格起用周迅为代言人,展开了品牌的首次全国推广。在这一阶段,英纳格开始根据市场需求推



出新系列取代落伍款式。第二阶段,即2007-2009年,我们着力提高英纳格的市场定位,并开始推出过万元产品,将英纳格以往的平均定价提高一倍。到了第三个阶段(2009年至今),英纳格则计划提高品牌定位到高端精品层面,同时开始着重传扬品牌文化。

《品尚》:品牌的主力还是以前的经典款式吗?

高鼎国:经典款式是市场一直以来最受欢迎的。所以今年新款系列,过半数是以品牌闻名的经典款式为主,但我也会在一些

“缺口”加入一些新款系列,让我们的产品线更为完善。例如:CH128是特别为热爱机械表的专业女性而设的;或者CH331及CH333是专为追求时尚机械表的青年而推出的。

《品尚》:英纳格一直以来都非常关注中国市场,对于中国市场有什么特别的策略吗?

高鼎国:我觉得现如今,中国市场的消费者对品牌以及产品的要求越来越高。所以英纳格采用产品多元化的策略,给消费者提供多种的选择,不同的风格、不同的价格,以满足不同的市场需求。

[特别推荐]

瑞士英纳格『雪巴运动系列2011版』发动夏日潜能

『雪巴运动系列2011版』使用大小适中43mm表壳,具备200米防水功能。外圈以强化陶瓷坚硬物料制成,及备有单向转向功能的表圈安全锁,可计算潜水者的氧气限时,是测量潜水时间不可或缺的装置。可更换式表带是近年大热设计,除了美观耐用的黑色条纹精钢表带外,更配备高度柔韧的橡胶表带,让您把腕表紧扣在手腕上,不会在深潜时因水压令潜水衣变薄而松脱,让您尽情享受运动的快乐。



VICHY 薇姿

LABORATOIRES

即使敏感肌肤也能畅享“鲜活”强韧保湿

AQUALIA THERMAL

保湿舒缓修护霜
保湿舒缓修护霜,蕴含高浓度保湿成分,能在15分钟内修护肌肤,舒缓敏感肌肤,让肌肤重现“鲜活”。

经亚洲敏感肌肤测试
不含任何刺激性成分

全新



现在来薇姿专柜

薇姿免费提供专业皮肤测试
带您体验“鲜活”保湿3分钟护理



健康 · 美丽 肌肤的源泉