

国际品牌：法国鳄鱼（LACOSTE）



Lacoste - 网球场上的皇者

提起网球服饰，相信大多数人也会想起法国品牌 **La Chemise Lacoste**（简称 **Lacoste**）。一九二三年 **Lacoste** 创办人，世界网球名将 **Rene Lacoste** 正在波士顿代表法国参加戴维斯杯。当时 **Lacoste** 与他的队长打赌，如果他在比赛中获胜，队长便要送他一个鳄鱼皮箱。虽然 **Lacoste** 没有赢得皮箱，但是他在比赛中像鳄鱼一样勇猛，故得到“鳄鱼先生”（**Le crocodile**）的称号。回到法国以后，**Lacoste** 一位朋友为他制作了一条鳄鱼，并贴于他的夹克上，一个流行于世的标志从此诞生。

一九二七年，**Lacoste** 开始制作取代传统长袖球衫，以轻型针织材料制造的短袖网球衫“**jersey petit pique**”，让网球员于球场上更活动自如。**Lacoste** 并于一九三三年正式在这网球衫的左胸处放上鳄鱼标记。这款白色，衣领及短袖袖边有棱形花纹的网球衫，被称为“**12.12**”。**Lacoste** 于七十年代开始于国际舞台大放异彩，而八十年代品牌标志热潮更把 **Lacoste** 生意推至最高峰。另外，**Lacoste** 除了网球服饰外，由于 **Rene Lacoste** 之太太及女儿均是高尔夫球手，**Lacoste** 也开始了推出高尔夫球服饰。

在 **Rene Lacoste** 于一九九六年离世后，**Gilles Rosier** 接任为设计总监至一九九九年。而法国设计师 **Christophe Lemaire** 于二零零一年起担任了悬空的设计总监一职，为 **Lacoste** 注入新原素，开始许多令人瞩目的行动，包括在纽约时装表现亮相、推出一些突出及充满话题的广告等，令品牌比过往更时尚，更瞩目。**Lacoste** 自六十年代起便赞助了不少网球名将，令品牌更广为人知，如近年的 **Richard Gasquet**，**Tatiana Golovin** 和于零五年加盟的网坛金童子 **Andy Roddick**。

现在 **Lacoste** 已经拓展至世界各地，**Lacoste** 于全球各地有多于八百间专门店和一千八百多个销售点。一九九四年 **Lacoste** 更开始成功进入了中国市场，而二零零五年 **Lacoste** 再次赞助中国网球公开赛，成为中国网球公开赛的官方运动装和球鞋赞助商。刚于零五年十二月于上海举办的 **Lacoste 1212** 慈善活动，设计师 **Christophe** 与现任高层 **Lacoste** 第三代 **Philippe Lacoste** 更特别抵达上海参与活动。**1212** 慈善活动从二零零二年起以巴黎为起站，结合运动、艺术、文化、明星多方面人士，以不同的创作形式，帮助一些有需要的人，而是次选择于上海举行，可见 **Lacoste** 对中国市场的重视。**Philippe Lacoste** 更曾扬言中国将在二零一零年成为 **Lacoste** 在全球最大的三个市场之一。**Lacoste** 董事长 **Bernard Lacoste** 亦曾表示将会继续加强与中国网球协会的合作，为二零零八年北京奥运会做出贡献。相信未来会有更多机会于中国欣赏到 **Lacoste** 的产品。

Lacoste 服装涵盖了男、女装和童装系列，款款实用而流行。它以精致的面料选择，多变的色彩搭配，变化丰富的款式，展现了青春活力和时尚一族的魅力，同时更充分彰显出您的身份和地位。

在款式上，**Lacoste** 推出风格多样的主题和系列。它包括了含有五个主题的俱乐部系列和运动休闲装系列，以及运动系列和中心系列。这使得 **Lacoste** 迸发出一种新的活力，并将汇聚所有追逐时尚的目光。在设计上，沿用了轻松、年轻化的方针，更注重肩部、领部及袖口的细节，带来浓郁青春气息。今天这个全世界人为之着迷大半个世纪的法国鳄鱼品牌，仍然保持着年轻、时尚的个性，并依旧吸引着无数自信的、具有卓越穿着品位的人士。