



MINI 品牌与国际羊毛局跨界合作 一同致力于为时装新生代设计师创造发展平台

(慕尼黑/北京) 2018 新年伊始，宝马集团旗下 MINI 品牌与国际羊毛局 (The Woolmark Company) 宣布建立合作关系。这两个品牌在各自领域都以出众的设计和创造力闻名，本次合作致力于推动新生时装力量的发展。而跨界合作的初期成果——由新锐设计师设计的羊毛时装胶囊系列作品，将在今年 6 月举办的第 94 届佛罗伦萨男装展上亮相。

国际羊毛局在全球享誉盛名，多年来一直致力于培养和发展新锐时装设计人才。与之联手合作，是 MINI 品牌涉足时尚领域 MINI Fashion 的又一尝试。MINI Fashion 在过去两年中推出了 MINI FLUID FASHION 和 MINI FASHION — Beyond Native 超越原生文化胶囊系列服饰，展现了极具潜力的设计水准。MINI 战略及业务创新部门负责人 Esther Bahne 表示：“MINI 素以标志性的设计和城市生活方式闻名。与国际羊毛局一样，我们精益求精，并敢于挑战常规。MINI 十分期待与新生代设计师的合作。”

MINI 品牌与国际羊毛局都拥有敢于质疑常规、不断重塑自我的精神，这种对创造力的共同渴望成为了品牌合作的基础。MINI 的设计专长结合国际羊毛局多年的面料研发经验，2018 年的跨界合作项目令人充满期待。

自 1972 年起，Pitti Uomo 每两年在佛罗伦萨举行。多年来，一直不断致力于推广朝气蓬勃、新兴的、标新立异的时尚品牌。自 2015 年起，MINI 品牌就与意大利年度时尚产业博览会 Pitti Immagine (意大利纱线展) 展开了合作。此次跨界合作更是向世界展现了合作伙伴间对创新共同的热情，对细节和质量的关注，以及对新趋势的预测能力。

在中国，MINI Fashion 同样希望与中国新生的时装力量发生联系。2017 年 10 月，MINI 与中国设计师集合店“长作栋梁”合作推出的“都市角色，一秒入戏”胶囊系列时装在上海时装周亮相。参与项目的三位设计师李佳佩、Moto Guo、王逢陈，堪称中国设计师中最新生代的一波。通过 MINI Fashion, MINI 品牌并不只想做单纯的时装品牌的赞助方，而更希望变成真正的参与者，以设计为驱动力，通过跨文化交流与融合为更好的城市生活打开新的启发与可能。

MINI 简史

1959 年，苏伊士运河危机爆发导致汽油限量供应，“MINI 之父”——Alec Issigonis 爵士受命英国汽车公司设计一款小型汽车：“要创造性地利用尽量有限的空间，能够容



纳 4 名乘员，确保完美的操控与低油耗”。于是，独一无二的 Mini 诞生了。而后几个年代，它衍生出众多经典车型，玩转赛道和乡村，征服皇室和平民，书写了一段极具传奇色彩的汽车时尚文化。

1994 年，经典 Mini 随罗孚集团加入 BMW 集团麾下。2001 年，Mini 凤凰涅槃，正式更名 MINI，成为 BMW 集团旗下三个独立汽车品牌之一。2003 年，MINI 将原创、个性化和卡丁车般的驾驶激情带入中国。15 年间，MINI 家族成员日益壮大。未来，在任何一个 MINI 触角可能探及的细分市场，MINI 都将继续独领风骚。

中文版媒体信息及高分辨率图片资料，请从以下网站下载，
www.press.bmwgroup.com

欲了解更多宝马集团及产品信息，请登录：
<http://www.bmw.com.cn>
<http://www.minichina.com.cn>

-完-

垂询请致：
宝马集团大中华区企业事务部
荣文铮女士
电话：010-84558050
传真：010-84558149
地址：北京市朝阳区东三环北路霞光里 18 号佳程广场 B 座 21 层，100027

宝马集团

宝马集团是全世界最成功的汽车和摩托车制造商之一，旗下拥有 BMW、MINI、Rolls-Royce 和 BMW Motorrad 四个品牌；同时提供汽车金融和高档出行服务。作为一家全球性公司，宝马集团在 14 个国家拥有 31 家生产和组装厂，销售网络遍及 140 多个国家和地区。

2017 年，宝马集团在全球共售出超过 246.35 万辆汽车和 16.4 万辆摩托车。2016 财年税前利润约 96.7 亿欧元，营收达 941.6 亿欧元。截至 2016 年 12 月 31 日，宝马集团员工总数达 124,729 人。

宝马集团的成功总是以前瞻未来和承担责任为基石。因此，宝马集团在整个价值链中贯彻生态和社会的可持续性发展策略，全面的产品责任以及明确的节能承诺已成为宝马集团长期战略的重要内容。