

RED VICUTU | VICUTU | GORNIA

格雷时尚

BRAND BOOK

目录

CONTENTS

CHAPTER.1 公司介绍

CHAPTER.2 品牌介绍

CHAPTER.3 形象推广

CHAPTER.4 渠道介绍

1

CHAPTER
公司介绍

30年匠心 30年尊重 30年坚持

30年专注打造一件好西服，只是两个字：责任。一方面是企业对员工的责任，一方面是品牌对消费者的责任。而能够做到30年的底气源于与消费者有效沟通的法宝：尊重原材料、尊重设计、尊重技术、尊重生产的核心理念，以更好地解决消费者的痛点，帮助消费者选择一件满意的好产品。



1994
创立北京威克多制衣中心



1995
第一代工厂在北京丰台三路居投产



1997
第一家品牌形象店在北京西单开业



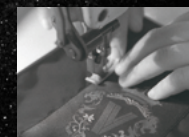
2010
蝉联中国服装协会百强企业荣誉
跻身男装行业头部品牌



2014
获得APEC会议领导人服装设计工作
突出贡献表彰



2001
第二代工厂与总部研发基地在北京
大兴落成



2008
推出高级定制服务，长期服务政商要人
及重要会议服装定制



2015
第三代工厂在河北衡水落成，成为
华北服装产业先进智造高地



2021
签约中国冬季运动两项国家队
开启中国男士新型象计划



2024
雁栖湖国际会都举办品牌30周年盛典
签约品牌全球代言人刘昊然

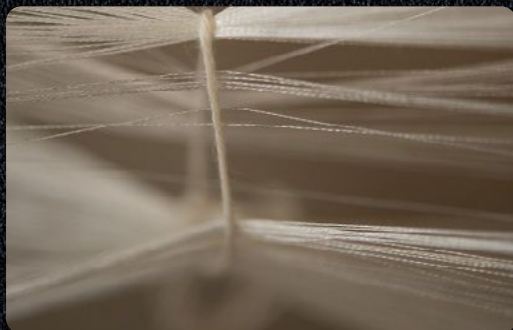
格雷时尚

以服装传递观念与态度、文化与情感、美学与品味，
让中国时尚真正为世界所尊重。

RESPECT FOR LIFE

敬无止境

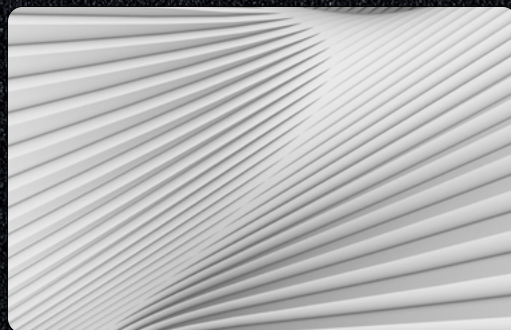
敬畏心



“原产地 / 原材料守护者”

尊重原材料

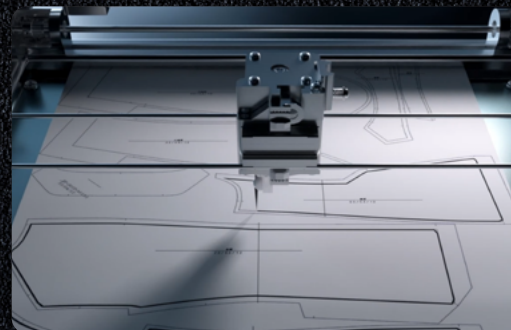
好奇心



“灵感探寻家”

尊重设计

专研心



“材料科技极客”

尊重技术

专注心



“时光守艺人”

尊重生产

公司建立至今，始终坚持

“同等价格品质最优，同等品质价格最低”的承诺
具备自有工厂、自主研发、核心供应链等优势

30⁺
年

自 1994 年 11 月成立至今
已有近 30 年发展历史

170⁺
项

行业标准 6 项，
成果转化 25 项，
国家专利 140 余项

130⁺
万件

15 条生产线，
年产量达到了 130 万件套

3500⁺
人

近百名高定专家团，
工厂现有员工 1200 余人

研发优势

始终坚持
自主创意，自主研发，自主生产
产品系列涵盖
传统商务，商务旅行，礼服，休闲，婚庆
等多个系列
版型时尚，立体感强，穿着舒适服用性强

工厂优势

工厂占地 307 亩，总投资 15 亿
员工 1200 余人 80 余位高级服装专业技术人员
具备多年高档男装西服研发、生产经验
服务于美国、俄罗斯等国际一二线大牌

供应链优势

引进世界顶级生产设备和计算机服装专用系统
建成了国内制衣业“科技含量、作业精度和效率”
都远超同行且性价比极高的服装生产线
车间设有 4 条西服生产线
2 条西裤流水线和 9 条时装生产线
年产量达到了 130 万件套



品牌 30 周年战略升级

全新品牌架构



RED VICUTU

年轻副品牌



VICUTU

核心主品牌



GORNIA

高端副品牌

产品研发升级

强化设计领先优势，深入讲好文化故事
携手院校创新原材料，高标准践行可持续时尚

营销渠道升级

稳固中高端百货传统优势，大力开拓现代购物中心
未来五年全国门店数突破 1000 家

生产供应链升级

深化全球战略合作，联动国际、国内头部企业资源

战略目标

做中国高端男装破冰者带领中国时尚赢得世界尊重



北京威克多制衣中心成立于 1994 年，注册资金 1.1 亿元，是一家集高级成衣设计、生产及销售于一体大型现代化服装企业。旗下主营“RED VICUTU”、“VICUTU”、“GORNIA”三个男装品牌。威克多经过多年创意，以服装设计为切入点，致力于为中国男士提供崭新的穿着理念，已经发展成为中国男装品牌的引领者。



格雷众创园 - 众创空间 + 科技企业孵化器

2020 年格雷时尚集团斥资 27 亿打造上德中心，携手大兴打造北京数字时尚全产业链前沿聚集地，成为数字时尚产业强力引擎，加速千亿级数字经济腾飞。上德中心是北京首个数字时尚中心，与大兴经开区产业定位、创业氛围契合，地处核心位置，有区位优势。将成为大兴经开区数字创新三地，为北京增添新动能。



SDC 上德中心

上德中心 - 区域地标崛起 筑新产业生态

多元业态筑新产业生态，2020年格雷时尚集团斥资27亿打造上德中心，携手大兴打造北京数字时尚全产业链前沿聚集地，成为数字时尚产业强力引擎，加速千亿级数字经济腾飞。上德中心是北京首个数字时尚中心，与大兴经开区产业定位、创业氛围高度契合，地处核心位置，有区位优势。将成为大兴经开区数字创新技术策源地、科研成果转化地、应用场景示范地，为北京建设创新创业创意之都增添新动能。



衡水基地

自有工厂

由威克多斥资 15 亿元在河北衡水兴建了“河北格雷服装创意产业园”，园区总建筑面积 28 万平方米。全面落实国家“京津冀协同发展”的战略，将生产中心正式迁入衡水。2015 年 5 月全面搬迁入驻。



2 CHAPTER
品牌介绍



VICUTU

威可多

VICUTU 威可多 1994 年创立传承西服王者的匠心底蕴不断拓宽正装在当代生活中的新形态专注为精英男士提供兼具优雅品位、领先品质和舒适体验的全场景 [泛正装] 穿搭方案为高端生活多样场景增光生辉赋能男性展现出专业、自信的主角气场传递对事物和人生的尊重之心。

敬 万物之美

世间万物，皆蕴含造化之美
以虔敬之心，苛选上品原料
用精湛技艺
让蕴于物中的美和机能极致绽放
尊重自然，自然自在

正装全场景穿搭顾问

传承西服王者的匠心底蕴，
不断拓宽正装在当代生活中的新形态
专注为精英男士提供兼具优雅品位
领先品质和舒适体验的
全场景“泛正装”穿搭方案
为高端生活多样场景增光生辉，
赋能男性展现出专业、自信的主角气场
传递对事物和人生的尊重之心

自信、进取的精英男士 积极进取追求品质生活和品质人生

品质新精英年龄集中在 35-49 岁，核心年龄层介于转化和拉新人群之间。
他们多为高学历，教育程度显著高于其他人群。
当代品质精英。积极进取不断追求品质生活。以品质的形象和为人，心怀
尊重而又以尊重赢得品质人生。



刘昊然

威可多品牌全球代言人



75%



24%

人群规模：54万

高知高学历

城市新中产

品质实用者

高阶时尚人群

年龄

18... 6%

25... 11%

30... 20%

35... 23%

40... 22%

50+ 18%



VICUTU

威可多

正装全场景穿搭顾问

刘昊然
威可多品牌全球代言人





刘昊然

威可多品牌全球代言人

正装全场景穿搭顾问



刘昊然

威可多品牌全球代言人

正装全场景穿搭顾问



RED VICUTU

RED VICUTU 于 2012 年独立研发，2021 年创立独立店铺；为年轻人提供自在、轻松的时尚穿搭灵感，拒绝刻意、费力、做作的多余表达，以简洁不拖沓、松弛不松垮的利落设计，表达自然流畅，舒适随性的风格态度和生活哲学，展现 Effortless Chic(轻松时尚) 的高质感实用主义美学。

穿悦自我

不被潮流裹挟
不由他人定义
不接受无感的时尚
也拒绝无趣的高级
穿搭，只为取悦于我

松弛适意的年轻生活方式

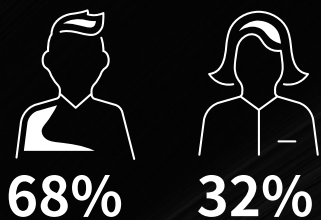
为年轻人提供自在、轻松的时尚穿搭灵感
拒绝刻意、费力、做作的多余表达
以简洁不拖沓、松弛不松垮的利落设计
表达自然流畅，舒适随性的风格态度和生活哲学
展现 Effortless Chic（轻松时尚）的高质感实用主义美学

自由、率性的青年新锐 永不止步的刷新自己的全新可能

整体尝鲜潮流族相比之下更加年轻。
他们关注潮流，对男装的时尚需求更为显著，
对新款的倾向性高。

一成不变的人生最无趣，所以喜欢保持流动，自由穿梭于城市的多元日常，以松弛肆意的生活方式，不经意地刷新自我的全新可能。





人群规模：705万

- # 新锐白领
- # 品质男职场精英
- # 潮流人群
- # 精致单身

年龄





RED VICUTU

穿悦自我



刘昊然

威可多品牌全球代言人





GORNIA

格罗尼雅

GORNIA 格罗尼雅品牌创立于 2002 年将东西方文化完美融合以高端定制为驱动为兼具国际视野和文化自信的高知阶层提供面料工艺更极致、风格型制更专属、文化内涵更丰厚、服务体验更尊贵的至臻着装体验从容展现您的非凡内蕴与超凡品味。

融合高定 自成一格

融汇东西方定制文化之粹
为注重内在风范之人
打造专属自我的
优雅美学和至臻体验

定制驱动、融汇多元的高级男装品牌

将东西方文化完美融合，以高端定制为驱动
为兼具国际视野和文化自信的高知阶层
提供面料工艺更极致、风格型制更专属
文化内涵更丰厚、服务体验更尊贵的至臻着装体验
从容展现您的非凡内蕴与超凡品味

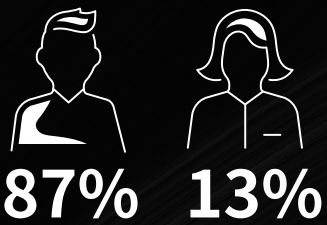
注重品味与内涵的 高净值品味鉴赏家

追求自我实现和文化内涵的生活品味

高奢商务派绝大多数为男性，年龄集中在 40 岁以上，一线城市占比高于其他群体。

将东西方文化融会贯通，以高端定制为驱动的男装品牌。为拥抱文化自信和国际视野的客户提供更高的文化美学、精神价值和更专属的服务体验。

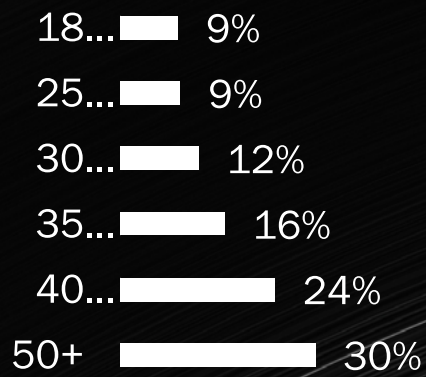




人群规模: 80万

- # 资深中产
- # 中产家庭男主人
- # 高阶时尚人群
- # 品质之家

年龄





GORNIA

融合高定 自成一格







GORNIA

格罗尼雅高级定制服务

格罗尼雅品牌推出的高级定制服务力求通过考究的
西装定制工艺
为客户打造专属于个人的服饰精品。

定制的精髓来自于独有的设计、精确的立体裁剪和精
细的手工艺，
迎合了人们追求品质和个性化的心理。
定制并不是奢侈品的代言词，它是一种个性化时尚感
的生活方式的体现，
以独特和专属改变着人们的生活。

MTM 定制系统

MTM 定制系统是集聚个性化 3D 定制、顾客版型数据、智能图文全自动生产线于一体的个性化、智能化、标准化定制系统，简称“C2B”端。系统中为顾客提供来自世界各地的优质面料资源，囊括西服所有款式变化，顾客可以根据自己的喜好参与服装设计。系统将保留顾客体型尺寸数据，再次下单只需要几秒即可下达工厂。整个系统从顾客—店铺—采购—技术—生产等全部打通，使终端、工厂与顾客之间无缝对接，实现 C2M 数据库模式、提升消费体验、优化整合资源、合理把控成本。真正意义上推进互联网定制业务及工业 4.0 智能生产运营模式。

直营店、加盟店、量体师、中外加盟客户、团购业务员，可以使用智能手机、平板电脑、PC 等联网，通过威克多总部授权的用户名登录，在“C2B”端，进行图形化、智能化、高级个性定制下单，并可以实时查询订单状态，针对已经购买过的老顾客，还可以查询到老顾客的订单信息和量体信息，实现更快、更准、更智能的高级定制服务。





3 CHAPTER
形象推广

威可多全球战略合作伙伴携手起航

derfinn



雁栖湖国际会都举办品牌 30 周年盛典

VICUTU | 威可多
SINCE 1994

敬万物之美

威可多品牌 周年盛典



30周在雁栖湖举办敬万物之美新品发布大秀

文化自信 服装先行

中国男士新型象生态峰会

支持单位：中国纺织科学研究院有限公司 中国服装协会 北京
大兴区电商办 大兴区新峰

2021



参与 APEC 会议领导人服装设计

线下门店

近 **600** 家门店
业务网络遍及全国 **100** 多个城市



格雷时尚集高级成衣设计、研发、生产、销售于一体，品牌直营店、加盟店已经覆盖华东、华南、华中、华北、西北、西南、东北地区，在北京、天津、上海等一线城市的高端商场中销量名列前茅。



北京上德中心旗舰店

VICUTU 威可多上德中心旗舰店位于北京大兴区

秉持国际化视野，探索艺术与建筑的对谈 VICUTU 全球首家旗舰店斩获多项世界级设计大奖，V 型结构出发，编织工艺为灵感打造三维柔性金属编织外立面精致而简洁的线条序列蔓延，美好寓意“生生不息”





天津旗舰店

总面积 2800 平方米，该店自开业以来吸引众多消费者前来参观购物，如今已是当地知名的网红打卡地。





天津万象城概念店

天津万象城概念店，设计理念取自天地共生，万物为一取意自然之境，溯源本真回归纯粹自然森林世界以原木风格打造的全新空间巧妙融合自然万物灵动一面。



RED VICUTU



RED VICUTU 威可多红标门店形象





沈阳中兴店



VICUTU

GORNIA



VICUTU

滨海梅江龙湖店





青年演员王子奇

2024 秋冬快闪店 青年演员王子奇身着 VICUTU 2024 秋冬系列共同见证天津万象城启幕仪式尽显非凡格调



1994
1998



VICUTU | 威可多

敬万物之美

威可多品牌30周年

GIVENCHY



VICUTU

威可多

敬万物之美 快闪店



年在正弘

VICUTU

NORTH LATITUDE 30

VICUTU

VICUTU

新品快闪店

NORTHLATITUDE30
EST.1994



VICUTU 西装研究院

完美型象 即刻启程

VICUTU
VICUTU 1988
MADE TO MEASURE
MENSWEAR

快闪店 西装研究院



媒体投放 全国重点城市机场广告



白敬亭



郑凯



张译



魏大勋



吴京



严屹宽



杜淳



陈晓



柳鑫宇



吴克群



高瀚宇



丁禹兮

品牌挚友

VICUTU 与《时装男士》、《男人风尚》等媒体杂志有着长期稳定的合作，国内一线明星、新晋明星、体育明星、流量 ICON 等均有合作。

4 CHAPTER

渠道介绍

品牌优势

直营 & 加盟 价格统一 门店形象统一

2023 年实现“5 年 3 倍”增长，稳居中国男装头部品牌 品牌构建完善独立的商品开发、店面形象、品牌传播体系，全面对标国际高端品牌。

会员总数突破 500 万，年复购率超 30%，成为最具客户价值的标杆企业。

现有渠道定位

集团体系合作

当地标杆商业

竞品面积两倍

位置曝光度高

渠道开店形式

VICUTU 独立店

RED VICUTU 独立店

GORNIA 定制店

VICUTU & GORNIA 集合店

渠道开店需求

CHANNEL OPENING DEMAND

传统百货

位置需求：曝光率较高的电梯口 A+ 位置
面积需求：面积 260 m²以上

奥特莱斯

位置需求：主客流区域的 A+ / A 位置
面积需求：面积 260 m² -400 m²

购物中心式百货

位置需求：主客流区域的 A+ /A 位置
面积需求：面积 200 m² -350 m²

高端购物中心

位置需求：主客流区域的 A+ / A 位置
面积需求：面积 180 m²以上

备注：所在楼层及周边竞品要求

VICUTU/GORNIA 竞品（比音、路卡、沙驰、迪柯尼等）

RED VICUTU 竞品（拉夫劳伦、KARL、始祖鸟、迪桑特、CK、LACSTE、Tommy 等）

女装品牌（ICICLE 之禾、EP 雅莹、Marisfrolg 玛丝菲尔等）

RED VICUTU | VICUTU | GORNIA

北京格雷时尚科技有限公司

北京大兴经济开发区金苑路甲 15 号 (102600)

www.gelei.cn