

kappa 是 1916 年在意大利西北部的都灵(turin)成立的意大利运动、休闲服装公司。前身为一家叫 m.c.t.的小型公司。公司全名「societa anonima calzificio torinese」。

kappa，即卡帕。这家公司最初的商标是「aquila」，后来才变成现在的「kappa」。如此这般，m.c.t.一直默默耕耘，成绩并不见突出。直至 60 年代后期，一个重要的转折点令它获得空前的业绩跃进。当时青年便服文化平地一声雷崛起，两性服装一体化的理念亦开始萌芽，m.c.t.觑准市场，推出两只新牌子「robe di kappa」及「jesus jeans」。这两个以潮流便服及牛仔裤为主要商品的牌子，配合着创新大胆的宣传桥段，迅即取得空前成功。70 年代末，m.c.t.将牌子重新定位的策略，证明是一记聪明的行动，「kappa sport」（不久后被简称为 kappa）亦成为年轻人市场中的一个瞩目品牌。

随着便装的成功，卡帕 kappa 开始重新将焦点放回体育用品市场。信心十足的卡帕 kappa 在 70 年代末，开始为专业的运动员和队伍提供赞助。首先赞助意大利顶级球队尤文图斯，不久后再将赞助对象引延至 ac 米兰、桑普多利亚、罗马和荷兰的阿贾克斯，这些球队皆曾夺得重要的赛事锦标。一路至 80 年代，卡帕 kappa 更赞助成绩突出「超班」的美国田径队，为队员提供最先进的技术支持，大家可记得 88 年汉城奥运，美国田径队经典的紧身短跑装束，那便是出自卡帕 kappa 的手笔了。

Kappa 品牌的符合市场规律的正确品牌定位，使 Kappa 在世界范围内的业务内容正享受着高速增长。令人难忘的广告语“He

who loves me follows me”，使 Kappa 的品牌形象不断得以提升。而自 2002 年 Kappa 品牌进入中国市场以来，其“运动、时尚、性感、品位”的品牌定位以及相得益彰的市场活动，也使 Kappa 品牌越来越受到时尚一族的青睐。

Kappa 的品牌持有者 BasicNet 开发出了不同的款式，使得 Kappa 品牌不断出现在媒体上；还有包括对知名流行歌手和摇滚乐队的赞助，具有亲和力的外在表现和崇尚年轻人文化的影响力是 Kappa 品牌获胜的法宝。

Kappa 品牌的符合市场规律的正确品牌定位，使 Kappa 在世界范围内的业务内容正享受着高速增长。目前，Kappa 以特许经营和直接分销的方式已经进入到欧洲、亚洲、美洲、大洋洲和非洲的 60 多个国家和地区。

Kappa 国际市场的发展是建立在特许代理商网络的发展及快速增长基础上的。BasicNet 将为特许代理商们提供完整的商业技术；对于本土化的市场发展，BasicNet 将给予策略性的指导，使他们在其区域内规范经营。

BasicNet 为特许代理商提供标准化的工作流程和强大的集团信息管理系统支持（简称“KOS”系统），其 KOS 系统具有从集团到代理商，代理商到零售商，直到零售终端的完整的管理功能。

特许代理商们现已成为 BasicNet 的一部分，共同拥有一个全球化的发展目标。由于 BasicNet 可以帮助特许代理商们建立全面的商业和市场服务体系，因此 Kappa 的商标和公司形象甚至可以为一个本土化

企业在全球化竞争中创造核心的竞争能力。

创造适合人们日常穿着的运动服装是 BasicNet 的产品开发策略，在产品创新中追求的目标是：运动休闲产品的再生。同时功能性的运动服装是支持和带动运动休闲产品的桥梁。