

CHENPENG

CHEN PENG (CP) FASHION, Ltd.-UK
SHANG HAI XUAN PENG TRADING CO., LTD. - CHINA
SHANG HAI PENG WEI FASHION DESIGN CENTER

8 Chenfeng Road, Huaqiao International Business District,
Kunshan City, Jiangsu, China, 215332.
Tel: +86 150 2668 2026
+86 182 1712 6850
Website: www.chen-peng.com
E-mail: info@chen-peng.com

PRESS

info@chen-peng.com
adamchinesesymbol@gmail.com

SALES

sales@chen-peng.com
vicky6850@126.com



“如果理想化的社会平等还离我们很远，
那时尚平均主义可能是平等概念的先驱”



品牌简介

上海玄鹏贸易有限公司创建于2016，旗下服装品牌CHENPENG，由设计师陈鹏2015年创立于英国伦敦，次年成立上海分公司

公司主要经营服装服饰，鞋帽，针纺织品。从事货物及技术进出口业务，产品主要出口英国，美国，加拿大，法国，意大利，日本，韩国，丹麦等**17**个国家

销售于**100**多家高级买手店及商场，电商平台等，如Dover Street Market, SSENSE, Opening Ceremony, Leclaireur, Luisa Via Roma, Isetan, Joyce, Galeries Lafayette. 产品受到Rihanna, Lady Gaga, P!nk, Bella Hadid, Nicki Minaj, 范冰冰等明星们青睐

品牌创始人

“当我开始创立CHENPENG的时候我24岁，
但我始终清楚的知道我要的是什么。”

陈鹏, 品牌设计总监, 毕业于伦敦时装学院男装研究专业, 同年保送英国皇家艺术学院。品牌CHENPENG提倡“平均时尚主义”, 为少数特殊体型群体宣言, 其设计美学中没有美与丑的分界线, 是突出个人特点。通过对胖瘦两种体型人群的研究, 设计出最适合大众的服装。ANTIDOTE杂志的造型师 Anders Slovsten Thomsen 称其是反传统主义的, 离经叛道的。

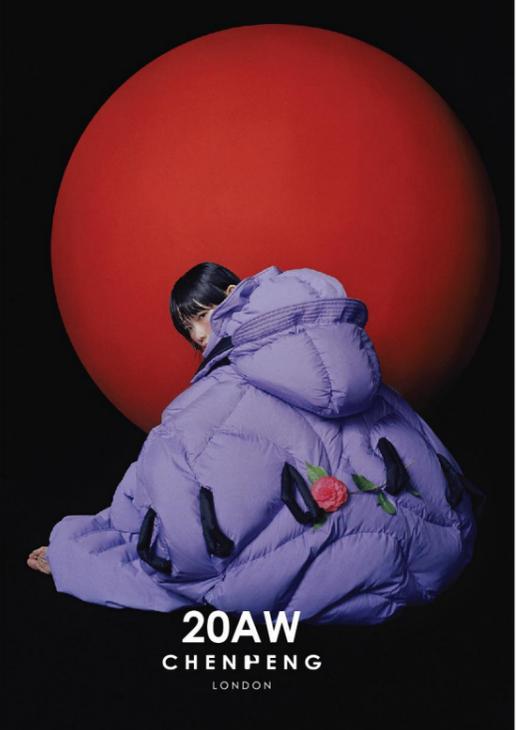
作为CHENPENG的创意设计总监, 陈鹏对于整个行业有的自己的见解与态度。他认为保持生产和设计过程的紧密结合是至关重要的, 在设计中有些大胆和出人意料的元素是必需的, 但也要同时保持实用和功能性。

2016 11月 被 H&M Design Awards 2017 提名全球八强设计师
2017 7月 被福布斯中国30位30岁以下精英榜提名
2018 2月 作为独立设计师品牌参加纽约男装周天猫中国日



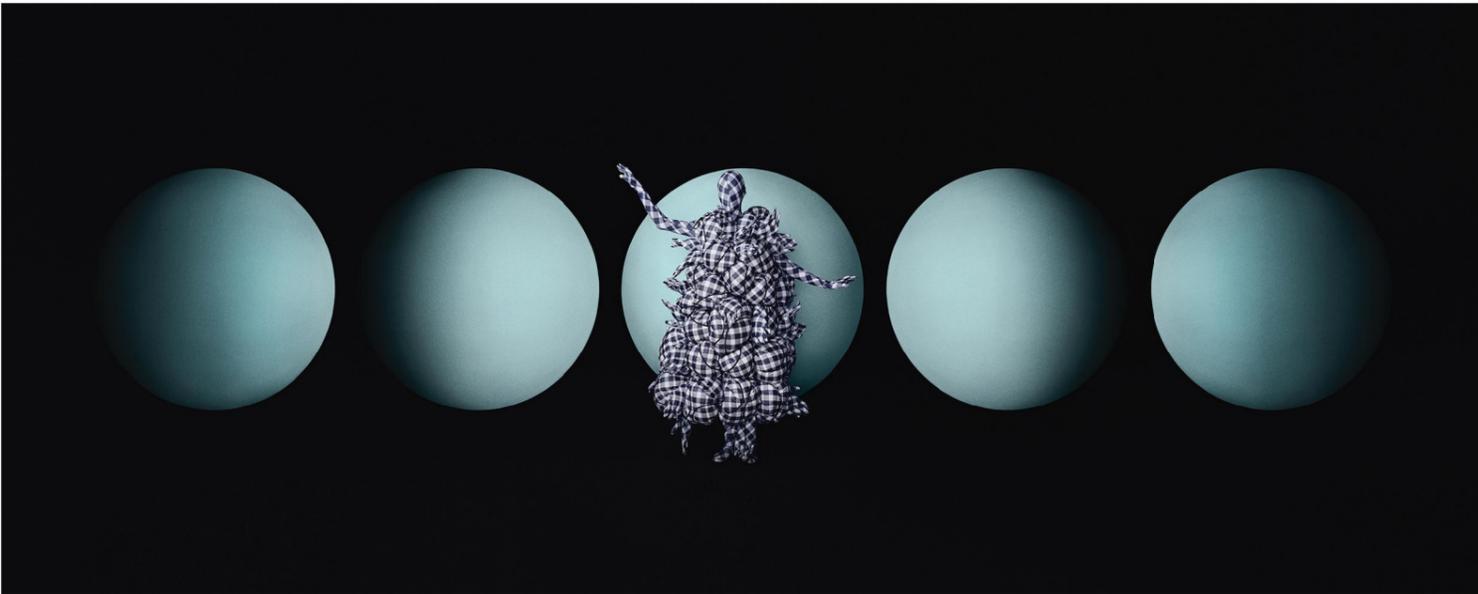
TIMELINE

CHENPENG was founded by Mr.Peng Chen in 2015 in London and Shanghai





METAPHYSICS



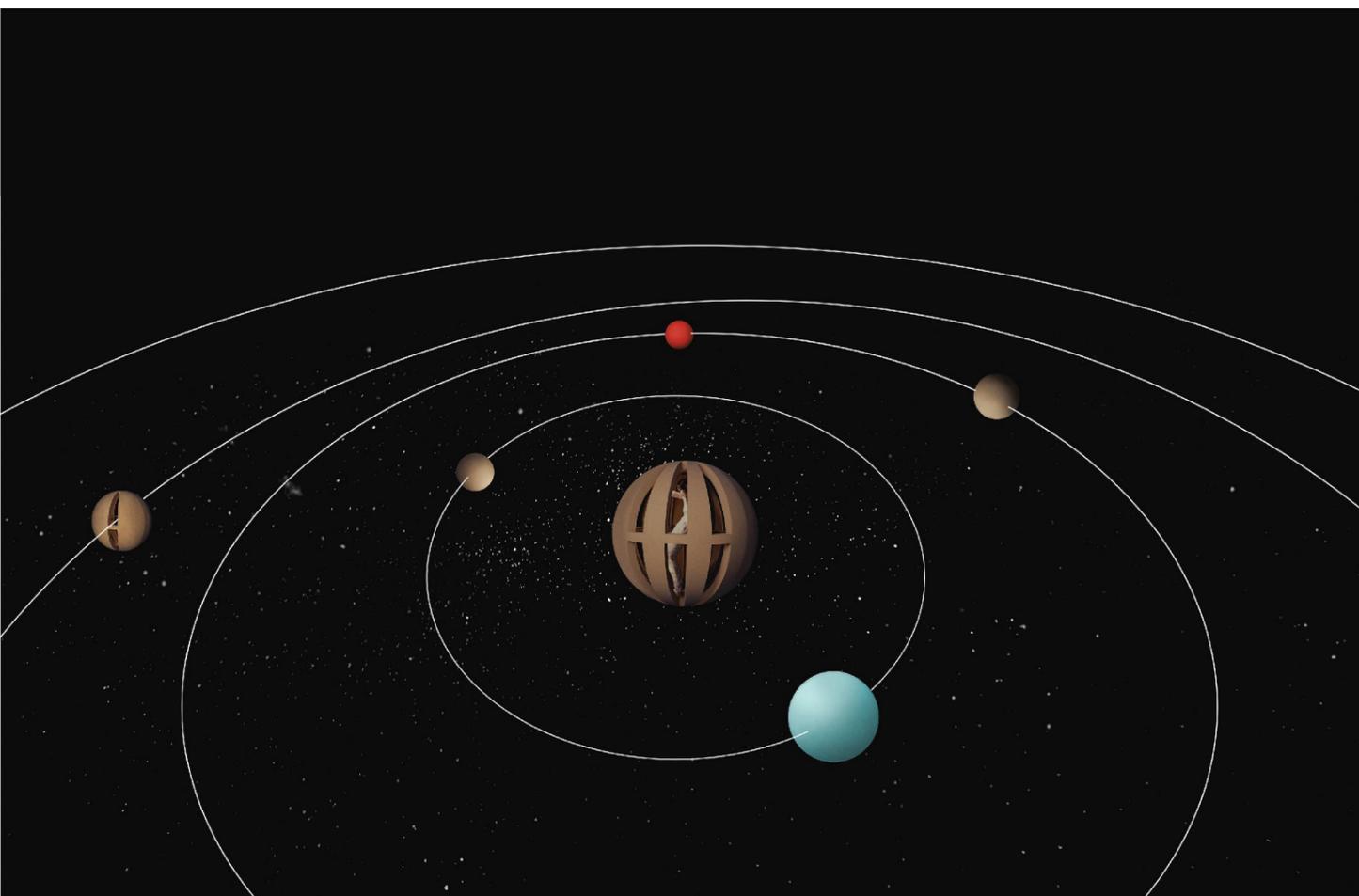
Chenpeng 20AW is inspired by the installation art of the surrealist artist Louise Bourgeois. As she said, "with symbols, people can have deeper conscious communication. But you also have to understand one thing, symbol is symbol, it is not the exchange of flesh and blood."





CHENPENG 2020AW

The 20AW is called "Metaphysics", which tries to express the change of emotion by winding, copying, deforming and twisting. Through expressing the change of inner emotion in personal way, showing human desire and alienation, death and fear, using abstract way to convey the morbid depression and dispel the depressed sense of humor.



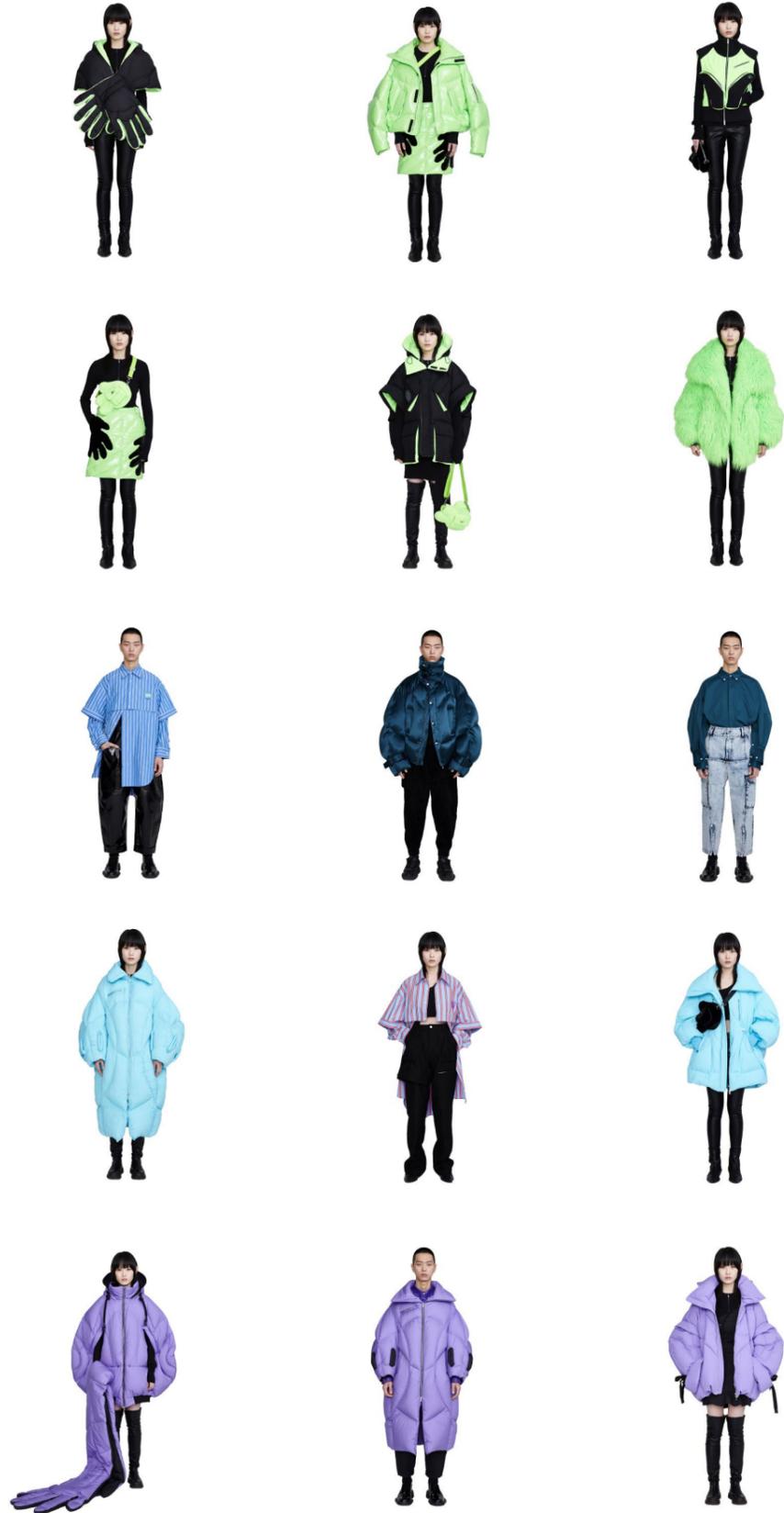


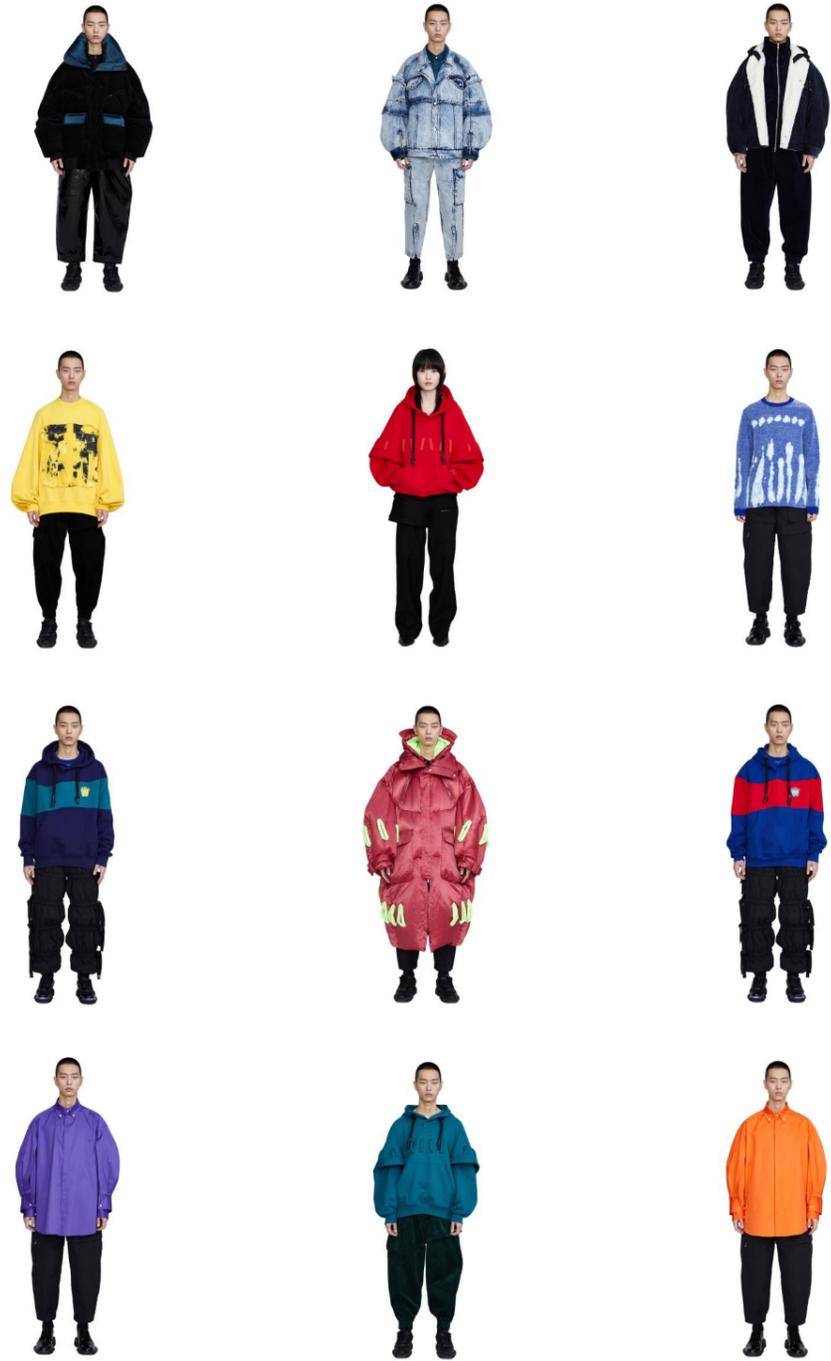
The prints that appear throughout the collection have evolved from palm elements. With the extension of hands and arms, we call on everyone to open their arms at all times, to embrace their relatives, friends and lovers, to cure autism with love, and to embrace reconciliation with the world. The eye-catching shape and weaving technology imply the respect, understanding, care, acceptance and tolerance of the whole society for autistic patients.



Chief Producer : Adam Chen /Photographer:
LeslieZhang(Sauna Studio)/ Stylist : Liu Xiao(ODD
Studio)/Makeup artist : Clive.X(S Studio)/Hair stylist : Kim/
art director:LeslieZhang ,Bei Yuan / set designer:Zhao Di
Gua/Model: Xie Chao Yu & Shen Jia Zhe/ Making:
Oolong,Jiao Zi (Sauna Studio)/Casting : Vincy/assistant
: Jolin,Leng /Styling assistant:QIN Ge (ODD Studio).

CHENPENG





CHENPENG





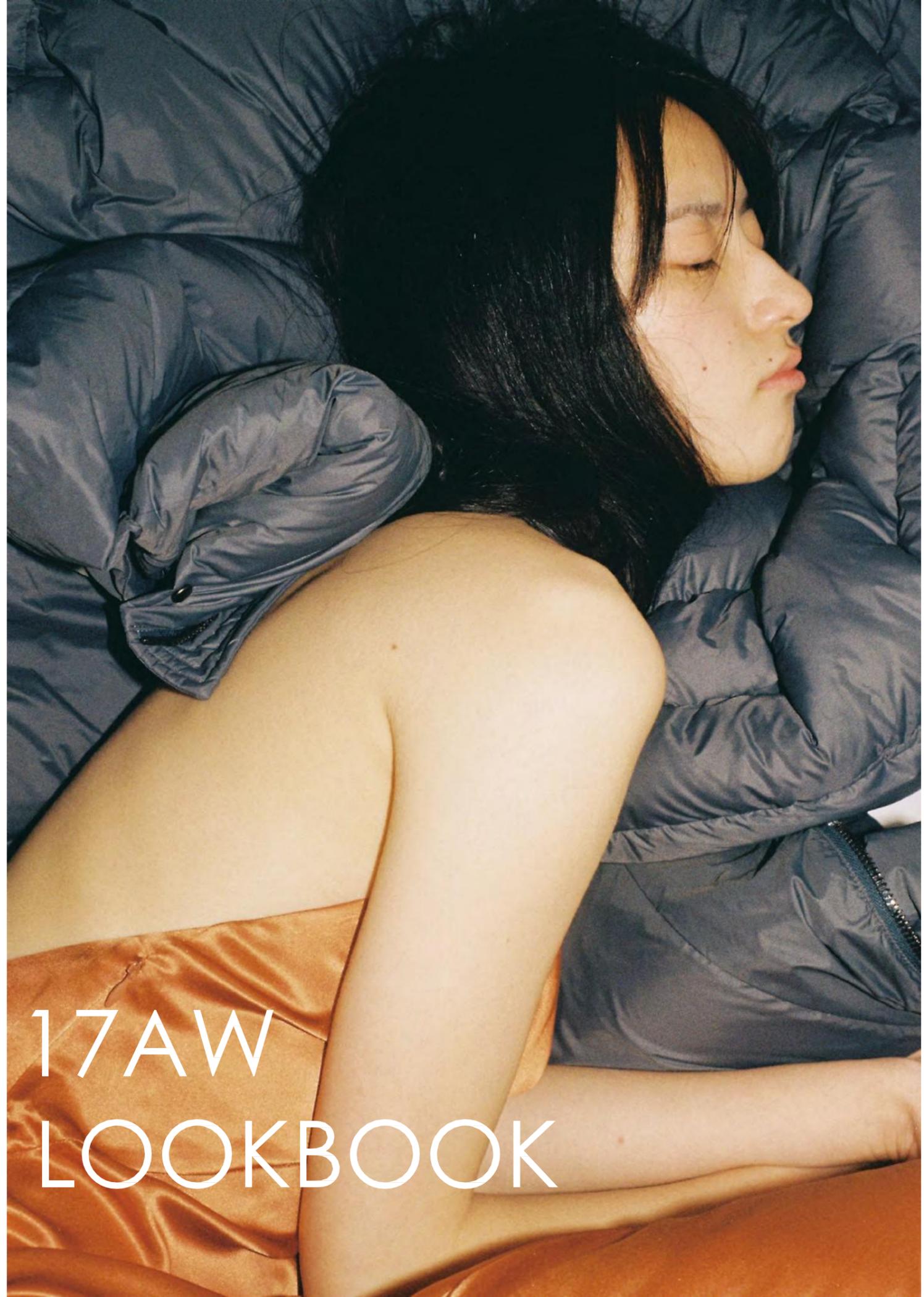
CHENPENG 2016AW





CHENPENG 2017AW





17AW
LOOKBOOK

CHENPENG



CHENPENG 2018AW





作为品牌的第六个发布系列，全新的产品中体现出设计师在户外服装制作方面的不懈努力与技术升级。防风、防水以及反光条、无缝压胶等顶尖户外服装制作工艺的升级，联合 Textile Library 对涤纶材料的再造，达到不同透湿防水系数的物理指标。表达了设计师在追求表达自我的“平均时尚主义”原创概念同时对于实用功能性的强化







18AW
LACE TO MEET U



CHENPENG

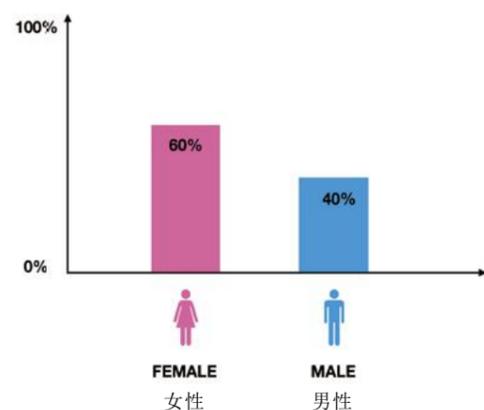


“我们清楚的知道我们品牌的优势所在以及顾客群的年龄和职业”

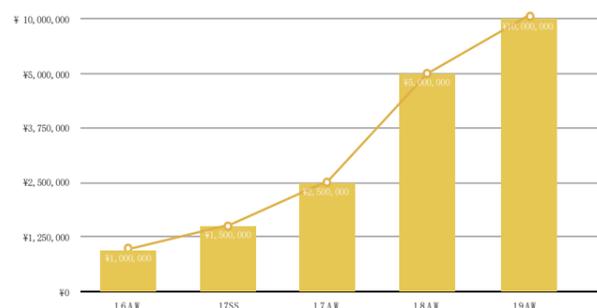
CHENPENG的品牌优势在于羽绒品类的特殊膨胀感设计. 每年百分之66的销售量在于羽绒品类和配饰, 并且百分之77.6的品类全球售卖. 其中以北美, 亚洲最为热卖. 百分之60的消费者是女性而百分之40的是男性, 年龄范围在15岁到70岁之间, 从而使得我们的产品适合更广泛的人群穿着

Customer Gender Ratio

消费者性别范围



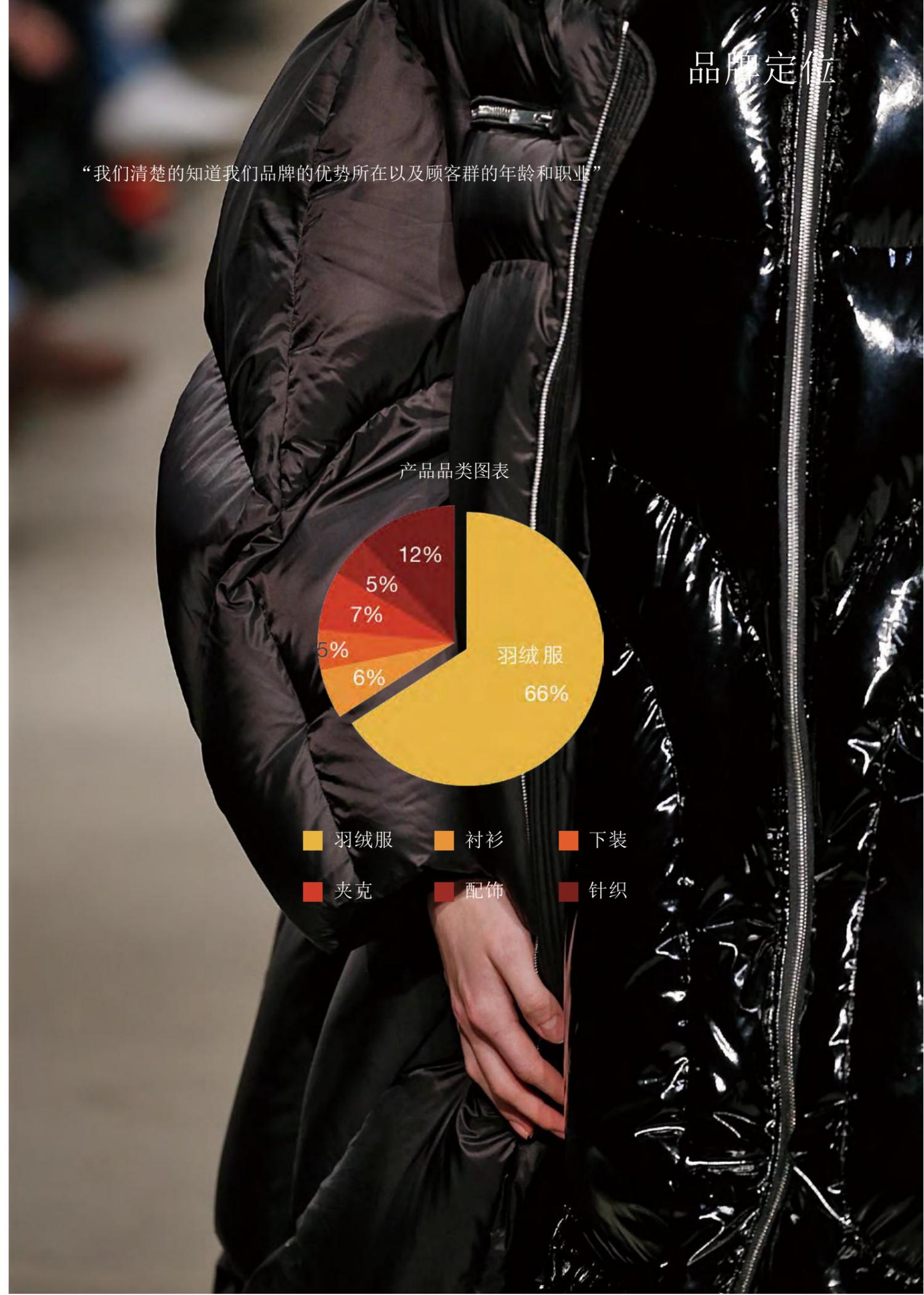
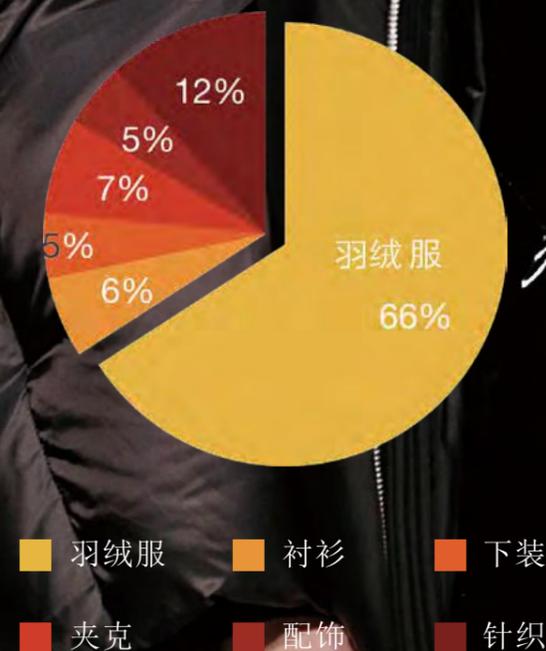
利润增长



16年-19年

从2015第一个季度以来, 季销售量以1.5倍率增长, 而利润也呈现连年快速增长, 以2018季度的销售量为例, 订货价达到了五百万元, 而销售价则创造了一千五百万的销售量, 预计在2020年达到四千五百万的销量, 而产品品类也从一开始的羽绒服主打慢慢扩张成为多品类产品产出, 比如羽绒背心, 手套, 夹克, 风衣, 针织服装, 手套帽类配饰等等

产品品类图表





1. 标志性的风格及轮廓

在衡量了不同人群的身体尺寸的差异之后，所设计的服装款式更加适合胖瘦两类人群穿着

2. 经久不衰及可持续发展的

羽绒服和针织衫是人们为了保暖而日常穿着的主要品类，而在日常生活中，他们也俨然具有时尚的基因所在。并且，羽绒本身是可以回收循环利用的

3. 温暖而舒适

所有的羽绒服皆是使用最佳品质的鹅绒填充，以确保最温暖的体验同时保持最轻的重量，让人收获一种拥抱感，安全感和自信，也提高了日常生活的便利性

4. 时尚和功能性的结合

不同的布料给予了羽绒服不同的特性，像是防风，防水，阻燃，透气性的布料使得羽绒服本身具有更强的功能性。未来高科技材料会成为一种趋势，而挑选布料时，颜色上采用明度较高的色系以带给人们一种精神和视觉上的鼓舞



RESEARCH OF NEW SHAPES

Through the study of the body structure, explore the relationship between the body and the clothing. The clothing needs different space to accommodate the body size, which is decided by the difference of the body's structure. Create new cutting technology and clothing pattern with combination of physical structure, thus to adapt to different modes of the body. Besides, as the idea of the early stage, it will lead to the process of the design and development and experiment. We contrasted fat body with lean body profile which were at the same height and found out

the common and different points (Figure 1) during the early pilot study. Specifically: the fat and the thin have similar head circumference, neck circumference, elbow girth, ankle girth, arm length, leg length and foot size. The biggest difference between the models who have same height and different size is that the waist circumference. The waist circumference of the fat is almost 2 times than the thin. Taking the models with same height 188cm as example, the waist circumference of the fat is 160CM, while the lean body model is 76-80cm. (which is limited to the model).

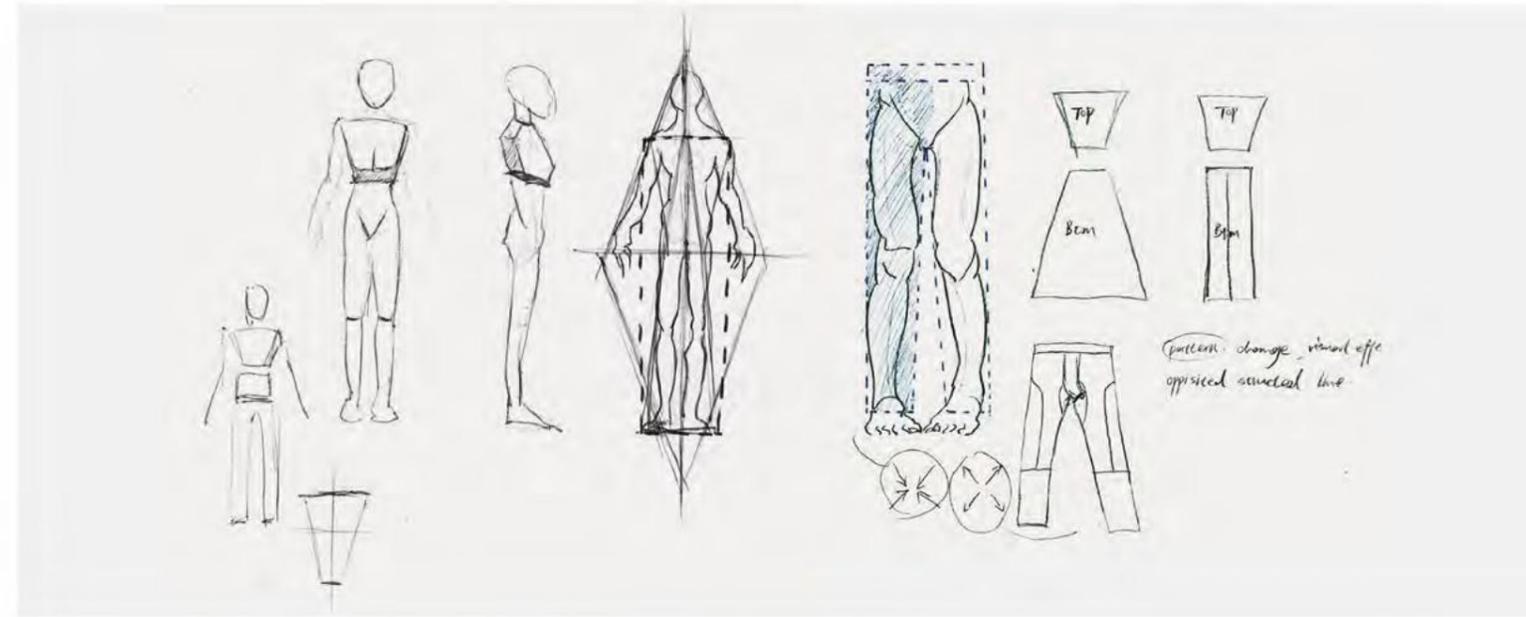


Figure 1: the slim body outline

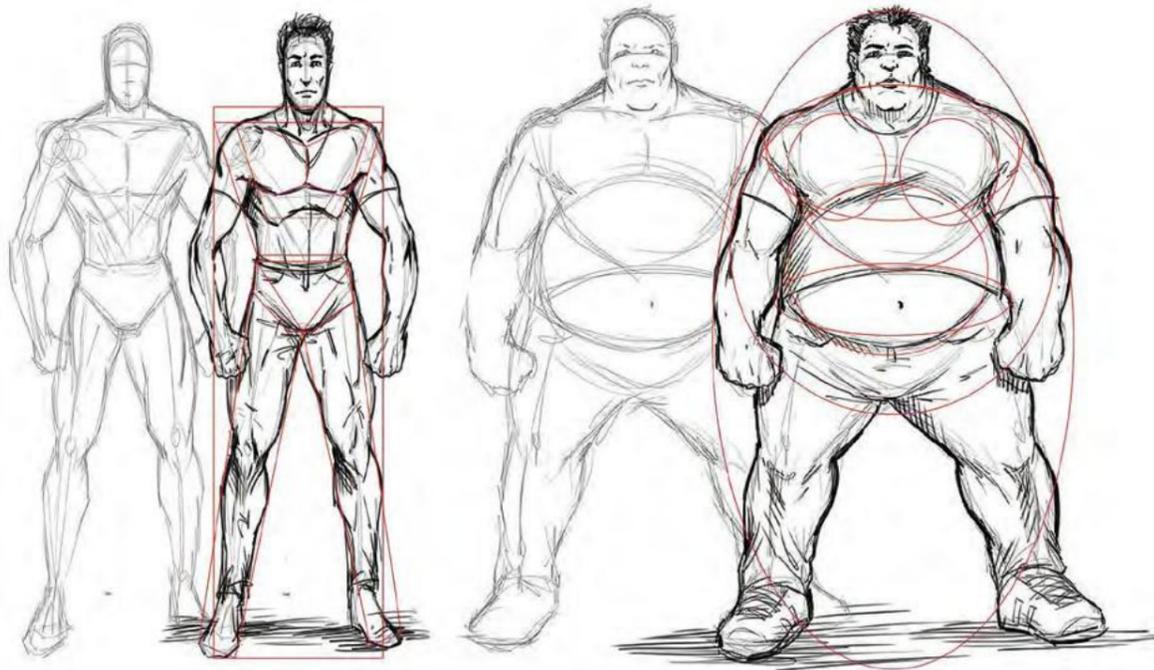


Figure 8: Comparison of slim body and large body lines.

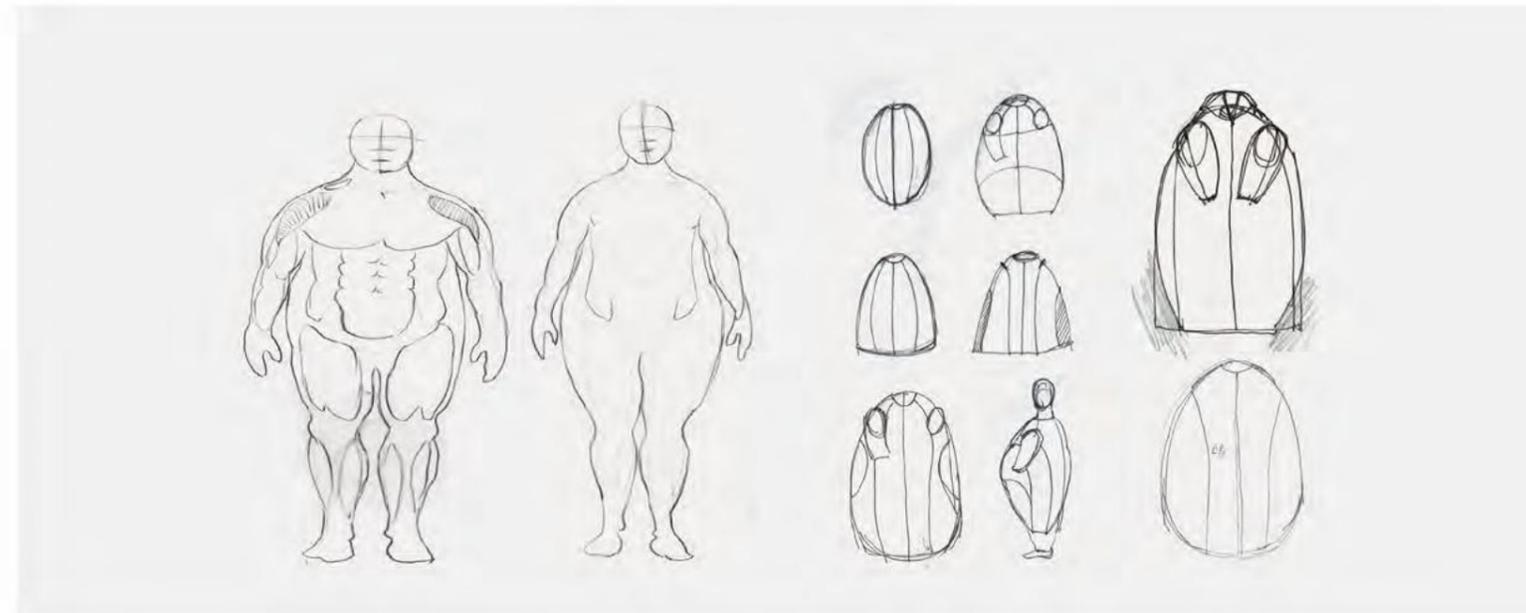
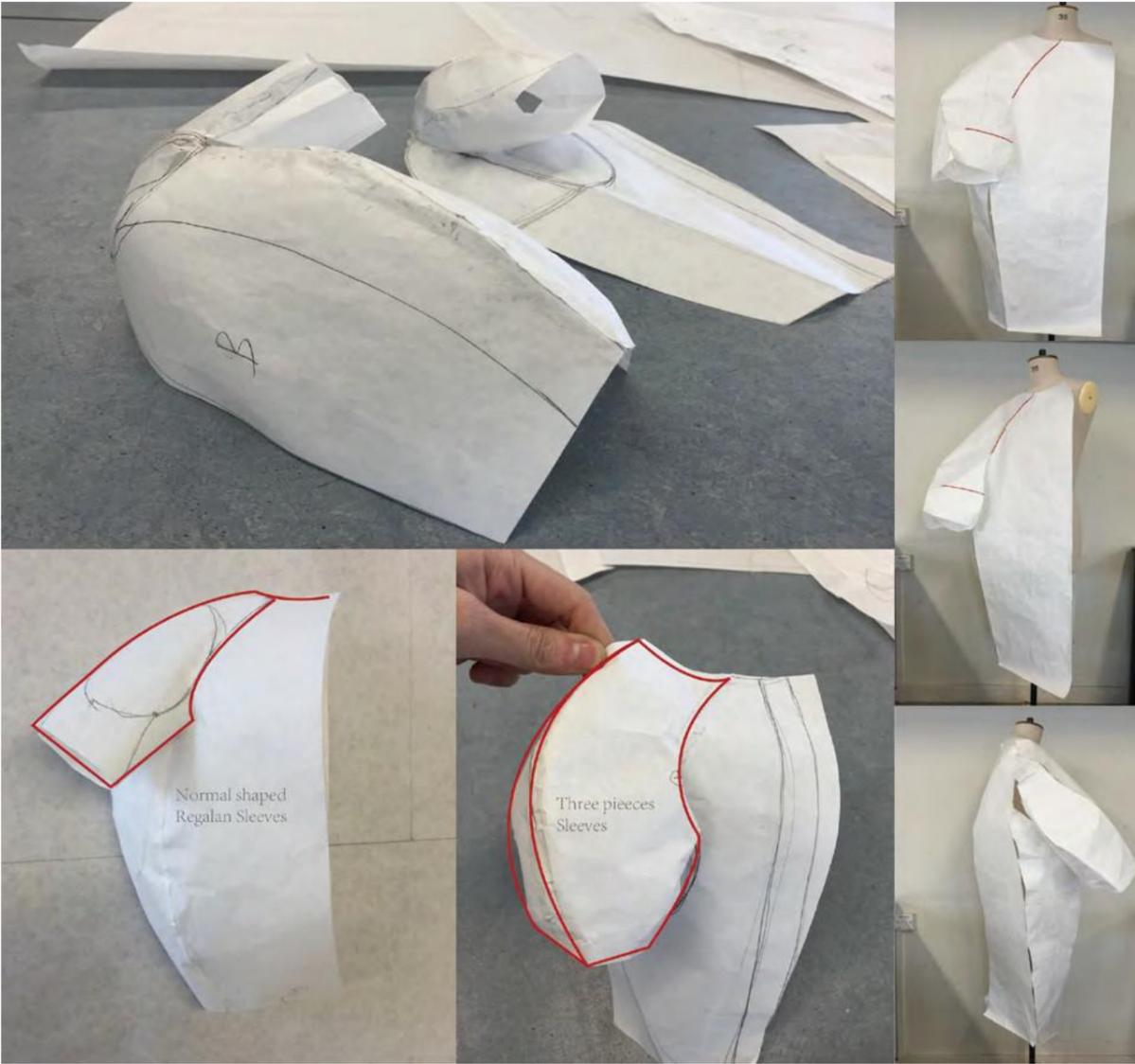
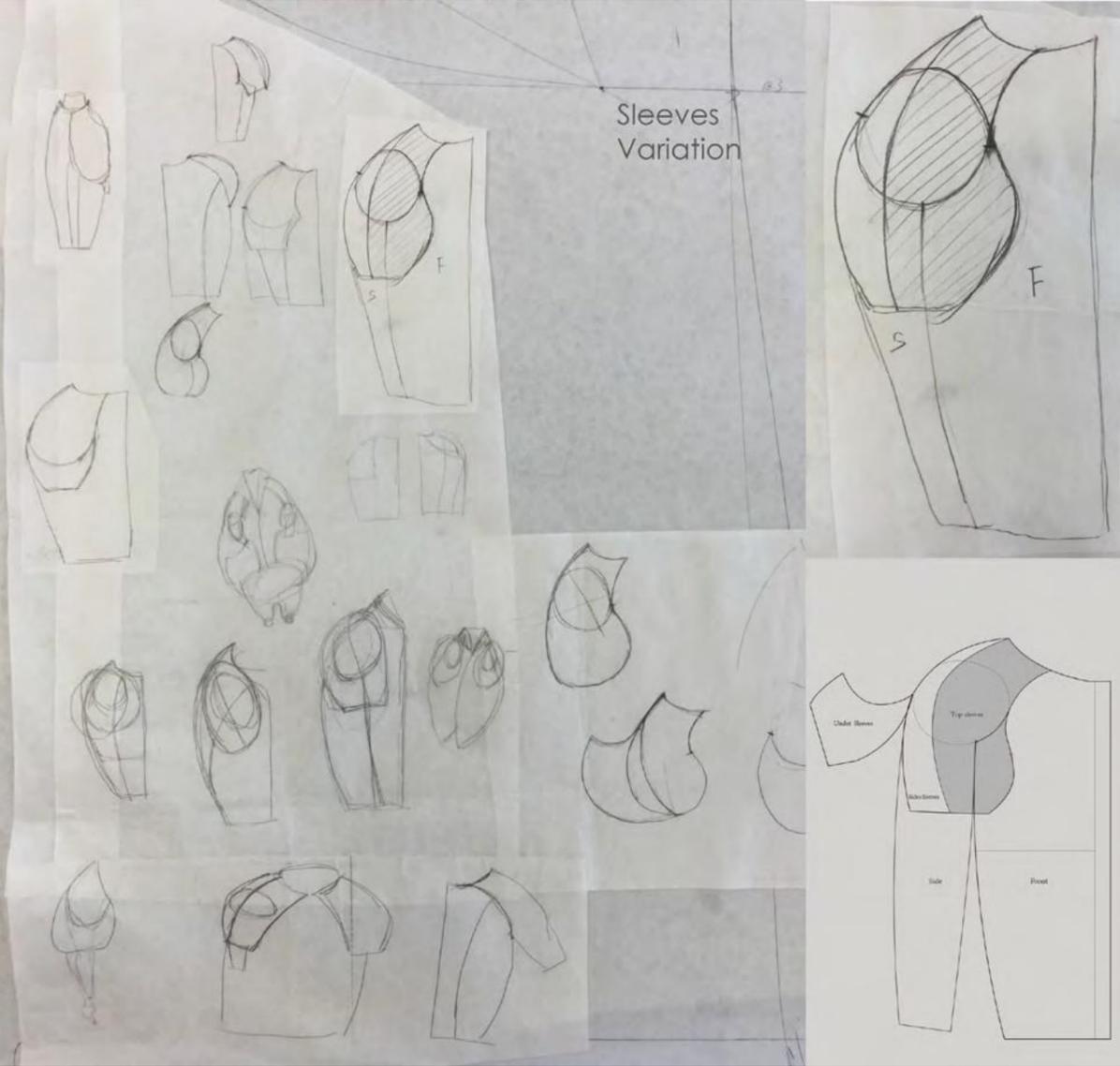


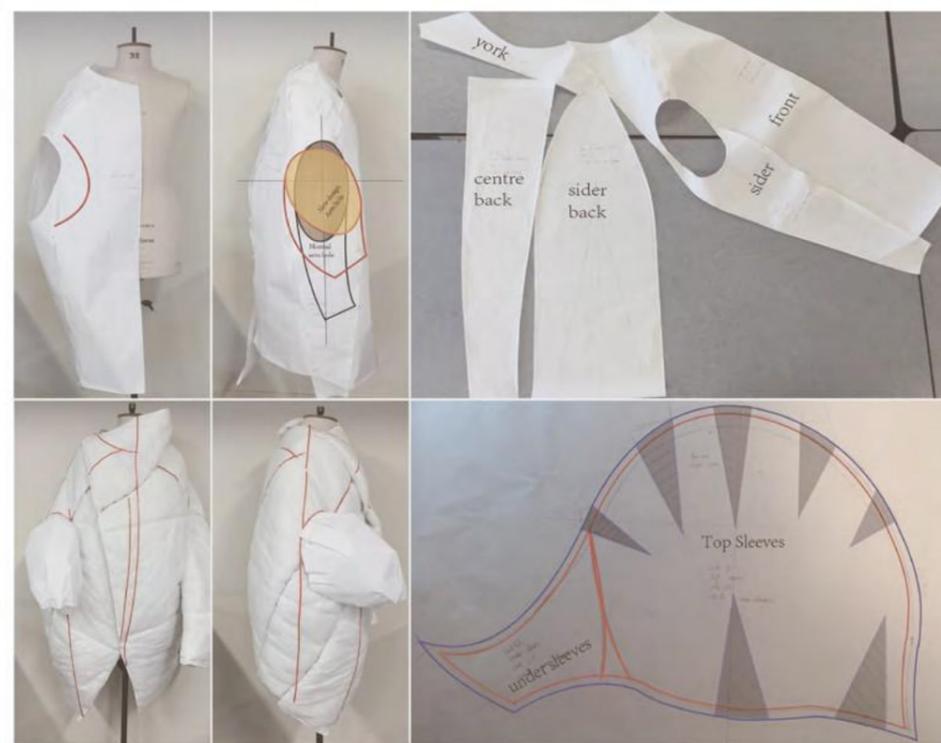
Figure 2: the large body outline



Applied wadding to build the round shape of sleeves. And also seven darts was used to establish the three dimensional silhouette. Once formed the shape,garthed fabric need to cover the top.



在研究观察了胖与瘦两类人群的体型，轮廓，肌肉脂肪，运动路径的异同之后，意在打造两类人都适合着的服装，因此通过立体裁剪和平打版两种方式的结合去诠释一种胖瘦皆宜的服装廓形，结合人体工学和肌肉形状，不断的进行实验修改，版型上使用多条分割线以及褶量转移，并拢，放量，而材质上填充了大量棉来创造出一种肌肉般但宽阔的新轮廓，带给人一种强壮但温暖的归属感，从而使得羽绒服变得既有时尚夸张的外观也保持了极佳的保暖性，兼具了美观与实用





MATERIALS

The goose down and quilt was used to support the internal structure fabric, to build a huge body profile. Goose down not only has good heat insulation performance, but is light, fluffy and has strong absorption with high value. The goose down passed the international standard of quality detection > 550 (in/oz.), the value is approximately 50kg. This menswear collection was constructed by the highest quality of goose down and its bulkiness about 900 in/oz.

Figure 9: Above, The test for different quality duck down and gose down.

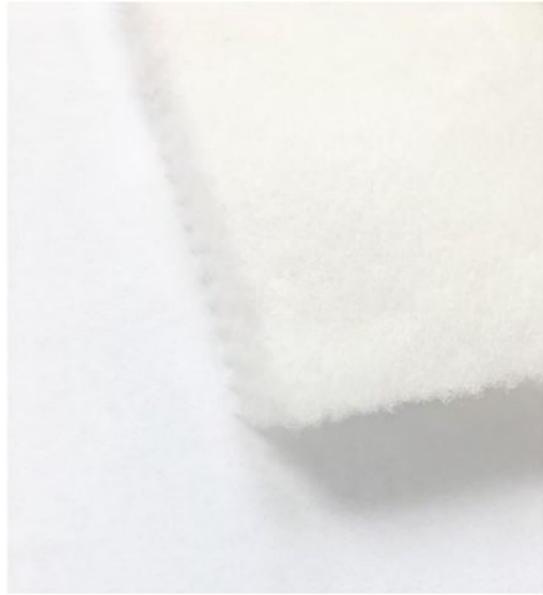
"Fill power is a measure of the loft or 'fluffiness' of a down product that is loosely related to the insulating value of the down. The higher the fill power the more air an ounce of the down can trap, and thus the more insulating ability an ounce of the down will have." Filling power Wikipedia, [online] available at [https://en.wikipedia.org/wiki/Fill power] (Accessed 5th April 2015)

FILL POWER CALCULATION FORMULA:

The use of the down-proof fabric could prevent feathers escaping from the skin fabric, however it will increase the clothing weight and reduce the fabric air permeability. Normally, 4 layers of fabric are stored in a space, (2 shell fabric, 2 fabric lining) in the production process. If the fabric itself has a high density more than 290T, then 3 layers of fabric are storing feathers (including 2 shell fabric, 1 fabric lining). Figure 14 shows that how to calculate the weight of goose and fabric.



Figure 14: Calculate the fill power per square centimetre



Thermolite核心升级版

在极端的天气条件下提供隔温层的的同时不增加额外的重量，Thermolite核心升级版是不含任何刺激物质，由纯聚酯纤维制成，易于打理，并且透气性强



复合蕾丝材料

将蕾丝这样的传统材料与tpu这种当代材料复合，从而去创造一种新型材料，既有tpu材料的防水性，又保持蕾丝材料的优雅美观



20 D 聚酯纤维

20旦纤度的聚酯纤维布料非常的轻薄，与较厚的同类型布料相比，充绒表现更好，同时也具有防水防风特性



40 D 聚酯纤维

40旦纤度的聚酯纤维布料纤维较粗，因此在极端天气条件下能够展现更强大的防水防风功能，这样的品质使其也很适合做户外服装



在CHENPENG羽绒服的制作流程中，所有的原材料被严格挑选及测试，保证所有的鹅绒和鸭绒都是纯天然，无污染，无细菌，我们的合作伙伴浙江柳桥集团拥有专业的羽绒测试中心去检测我们的在产品中所使用的羽绒成分



严选最好的鹅绒，手工检验，确保所有瑕疵绒都被剔除



化学测试实验室主要分析绒的成分；蓬松度；充绒率；以及油分含量



对于绒含氧量分析及潜在细菌检测



晨风集团制造



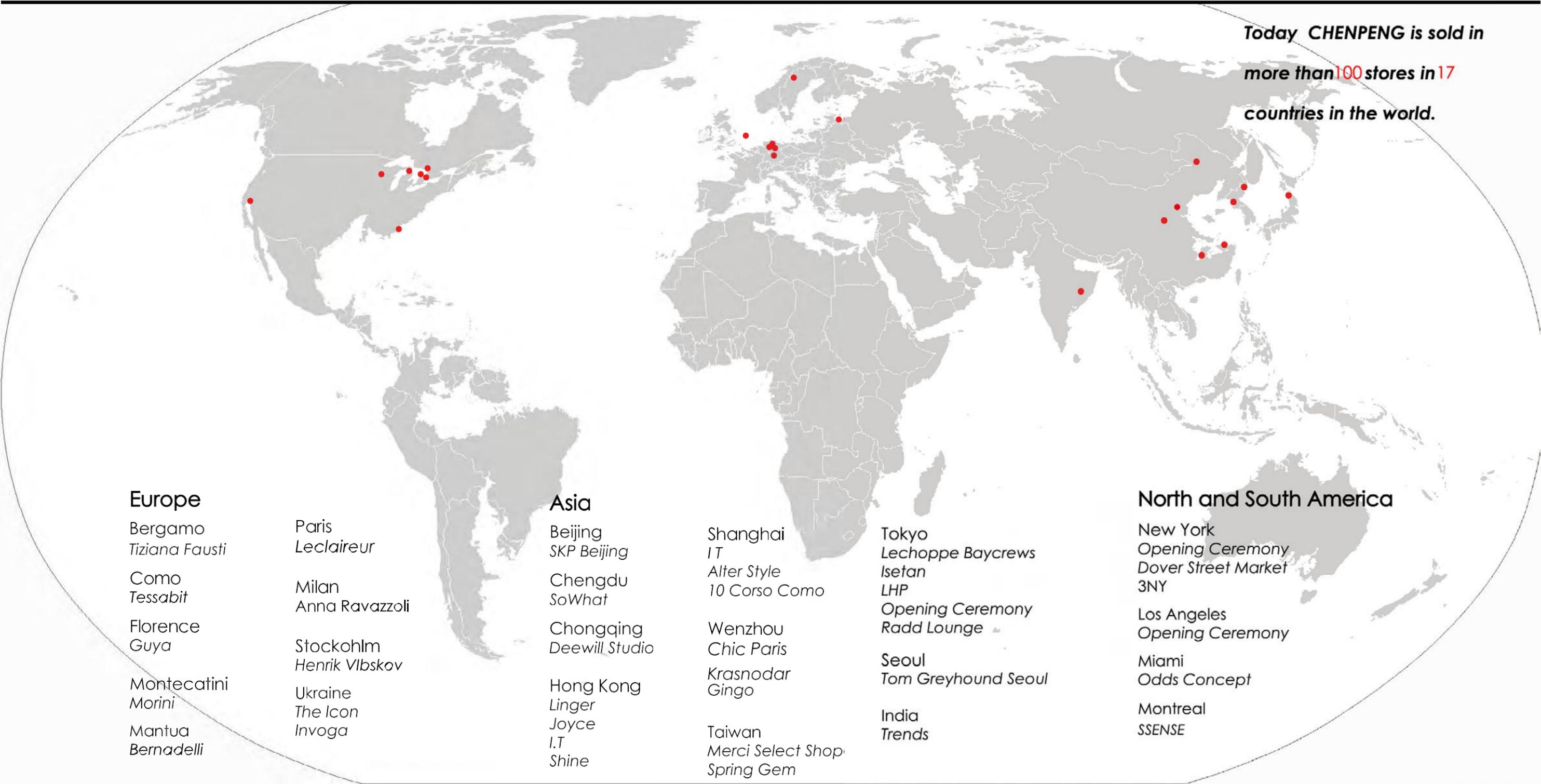
从2016年起，CHENPENG的纺织产品的生产流程就在开始晨风集团进行，并达成了长期的战略合作伙伴关系. 晨风集团是中国服装制造业中排名前五的顶尖企业，拥有超过长达五十的产业经验，它的主要客户有优衣库，STELLA McCATNEY和许多其他品牌，其产品加工流程配备了从德国，日本，美国进口而来的顶级设备

高效率的流水线，顶级的生产流程以及生产工艺确保了CHENPENG的产品品质

CHENEPENG羽绒服的每一裁片都需经过数十步的制作工序，设计，研发，分型，采购材料，裁剪，缝制，后处理，品质检测，包装，运输，每一裁片都至少需要20个小时的流程，并且每个产品流程严格遵守指示，来确保产品都是最佳品质



Today CHENPENG is sold in more than 100 stores in 17 countries in the world.







品牌全球媒体资源案例

《Vogue UK》 | 《Vogue Japan》 | 《Vogue Brazil》 | 《GQ UK》 |
《GQ China》 | 《i-D》 | 《Love》 | 《Dazed》 | 《Pop Magazine》
| 《TIME》 | 《Another Man》 | 《Fucking Young》 | 《Hero》
| 《T-Magazine》 | 《ANTIDOTE》 | 《SAUNA》 | 《Vogue Me
》 | 《Yoho Girl》 | 《ELLE Men》 | 《ELLE》 | 《WWD》 | 《时尚
芭莎》 | 《Bof》 | 《Forbes》 | 《10 Magazine》 | 《YOH0》 |
《Pansy》 | 《Super Elle》 | 《King Kong Magazine》 | 《Teen
Vogue》 | 《Nylon Japan》 | 《L' OFFICIEL》 | 《New Star》 |
《Vice》 | 《时尚志》 | 《男人装》 | 《男人风尚》 | 《NYLON》 |
《Wallpaper卷宗》 | 《搜狐时尚》 | 《新浪微博》 | 《腾讯时尚》
| 《华丽志》 | 《Not Just a Label》 | 《YOKA》 | 《嘉人Marie
Claire》 | 《时尚COSMOPOLITAN》 | 《优家画报》 | 《O!what装
偶像》等

邮发代号: 4-525 定价: 人民币20元 港币30元 本刊由上海译文出版社与美国赫斯特出版公司版权合作

SUPERELLE

世界时装之苑

FALL ISSUE
2017

BELLA HADID
迪丽热巴
刘昊然
吴世勋

谭松韵
姜思达
张大奕
赵天宇
马伯骞
孟子坤

SEBASTIEN MEYER
ARNAUD VAILLANT
CLAIRE LAFFUT
PEYTON KNIGHT

THE AGE OF INFLUENCE

#SuperELLE风格由我#

人民币20元 港币30元

ISSN 1006-1169
9 771006 116170



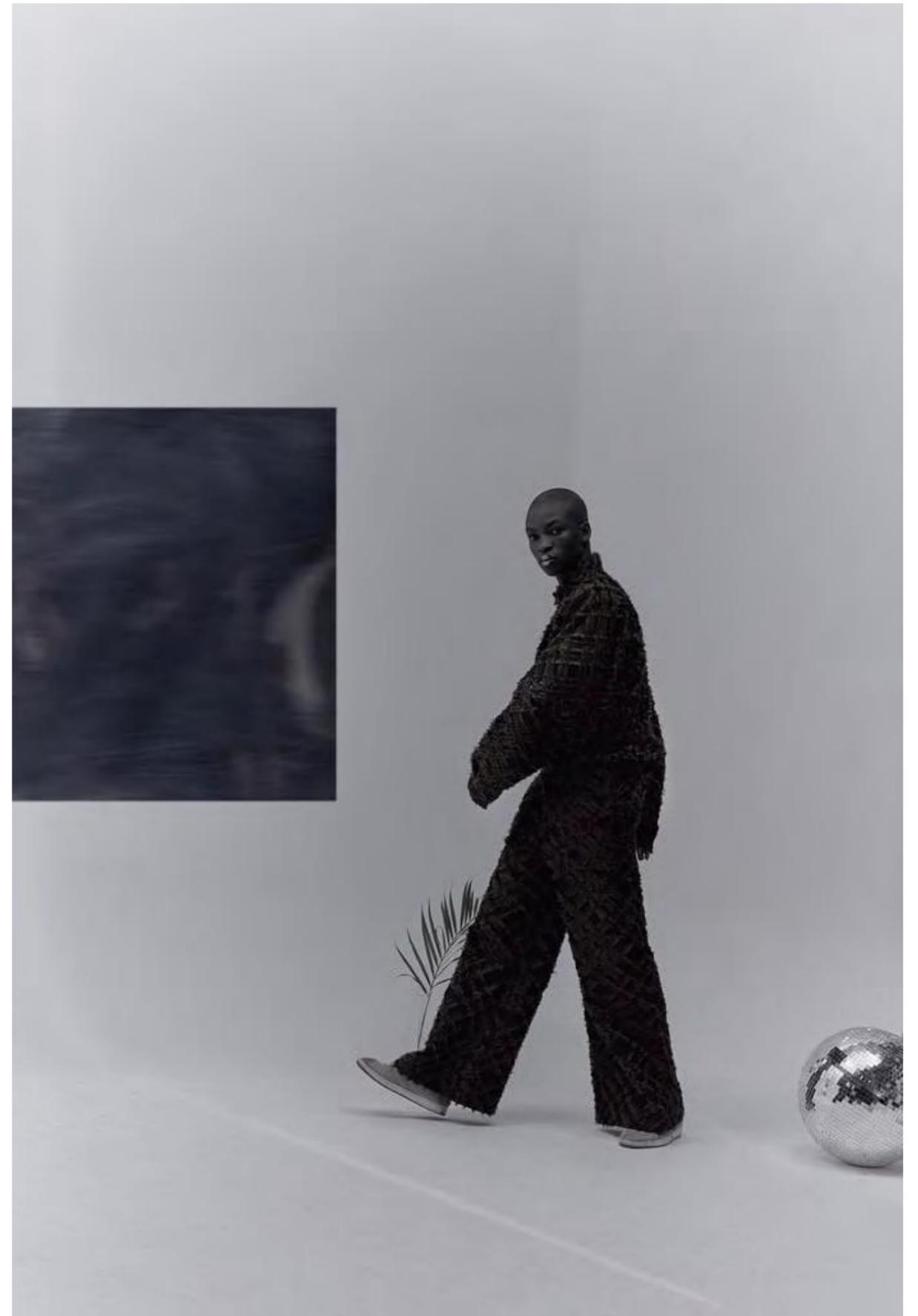
Scan Me
使用最新智能手机，点击右上方“扫一扫”，选择“QQ-AR”，扫描封面图片，体验AR。

Scan Me
快使用ELLEplus App，点击右上方AR按钮，扫描这一页，体验AR。

@晓雪



CHENPENG





时尚芭莎 2-8

#2019纽约秋冬时装周##芭莎带你来看时装周# 中国设计师CHENPENG 2019秋冬系列以梵语“HIMALAYA”为主题，从雪的故乡提取灵感，通过复合TPU、羊毛针织、人造毛皮等不同面料的混合运用，展示更具实用功能性的户外服装系列。本季还包括与李宁的电商“溯”系列联名产品，选取星空宇宙的元素，结合中国古代“... 全文

DAZED Dazed 100 News Video Fashion Music

Meet this year's standout LCF MA Menswear graduates
From outer, adjustable garments to recycled textiles, we spotlight four designers from the London College of Fashion's second annual MA show

新浪时尚 2-8 来自iPhone 8 Plus

#2019秋冬时装周#@李宁线上粉丝基地 #COUNTERFLOW# By Li-Ning 绽现纽约，以#李宁溯系列#联名CHENPENG，同台演绎。“曜变天目”的主题，在设计中增加了类似星空宇宙的耀斑元素，与CHENPENG的未来感中国风相契合。为你种草2019首个爆款系列! ... 全文

YOHO潮流志
昨天 09:15 来自微博 weibo.com 已编辑

#COUNTERFLOW# By Ling-Ning 携 #李宁溯系列#，联合 CHENPENG，以中国传统文化“曜变天目”为主题，于 CHENPENG*“HIMALAYA” 纽约时装周秀场呈现采用星空宇宙、中国古代“天圆地方”哲学等元素，提炼出中国传统文化的精髓，并外化成梦幻斑斓的配色，展现出了有别于以往的设计。设计师陈鹏与 COUN ... 全文



“ CHENPENG* 2019秋冬系列，以梵语“HIMALAYA”为主题，意为雪域，雪的故乡。整个系列中出现的...”



Highlights included the work of Peng Chen, whose intricately tailored, oversized parka jackets showcased richly textured textures and vibrant hues, based on soft, quilted, hooded form. "It's really heavy, so I want to show myself as stronger, more powerful like a king!" Peng told GQ backstage, adding, "The dark down that fills up my garments is like muscle and the horns are like little animals."

CHENPENG* 2019秋冬系列... 设计师陈鹏... 灵感源自雪域... 整个系列中出现的... 设计师陈鹏... 灵感源自雪域... 整个系列中出现的...



Models wearing Peng Chen's garments came out in giant quilted coats, which were removed to reveal patterned nightwear.

He also created a range of large hats in collaboration with a milliner, some of which featured protruding horns. "For my hats, I got the inspiration from animal horns, like deer, because only male animals have horns," he said.

The designer mimicked 3D body scans to generate the desired silhouettes, which were removed to reveal patterned nightwear.

"My collection was based on comparing a large-size male and a small-size male," Chen told Dezeen. "Right now, the fashion trend is for the thinner man but in my design I wanted to celebrate the fat man."



CHENPENG



品牌国际明星合作案例

Lady Gaga



2,965
posts

31.1 M
followers

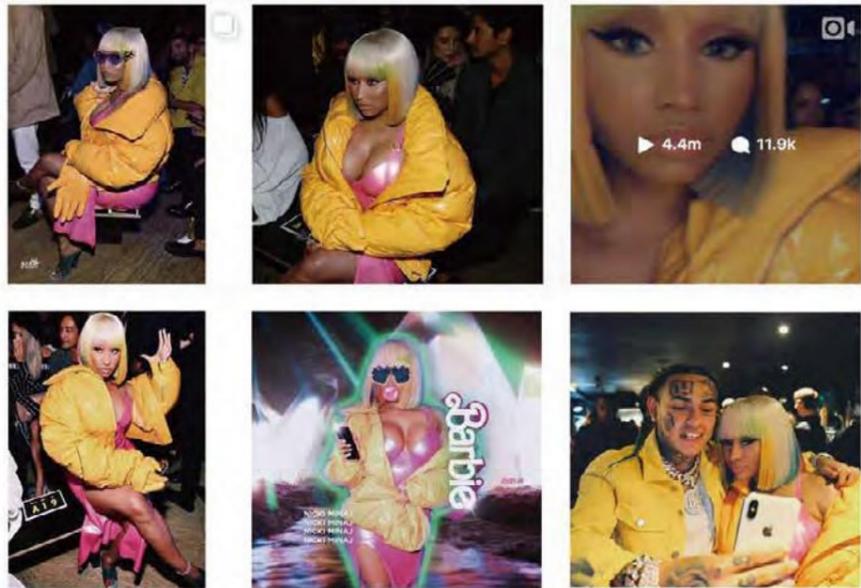
37
following

Follow

Lady Gaga

[starisbornmovie.com/](https://www.starisbornmovie.com/)

Lady Gaga 1986年出生于美国纽约曼哈顿，美国女歌手、词曲作者、演员。2008年，发行首张录音室专辑正式出道。2009年，个人单曲先后取得美国公告牌百强单曲榜冠军。2010年，被《时代周刊》评为“全球最具影响力百人榜”艺术家组第1名，凭借作品获奖无数。2017年，在第五十一届NFL超级碗中场秀带来表演，同年获得第45届全美音乐奖最受欢迎流行摇滚女艺人奖。2018年，主演音乐爱情片《一个明星的诞生》。因其个性与主张而汇集全球粉丝，更是为LGBT人群发声获得一致好评。



Nicki Minaj



5,710 posts

94.5 M followers

1,215 following

Follow

Barbie®
#DipVIDEO
www.youtube.com/watch?v

妮琪·米娜是一位创作型饶舌歌手，在音乐上妮琪·米娜拥有着天赋，她以各式各样的假发和极富个人特色的说唱以及作风豪放的嘻哈音乐风格引人注意，米娜从籍籍无名到被人熟知，吸引了众多乐迷的目光。

妮琪·米娜是一位超级巨星，她用自己的诚实和热情展现新的高度，而且她带来了许多积极的因素。麻辣鸡身材火辣，风格独特着实吸睛，是流行音乐领域中的出色女性，她拥有独特的魅力。



P!nk



855 posts 5.1 M followers 497 following

Follow

P!NK 

Sticks and stones they may, break these bones but then.... I'll be ready... 🍷

P!nk, 1979年9月8日出生于宾夕法尼亚州，美国歌手、创作人、舞者。

2000年，发行首张录音室专辑。2001年9月7日，P!nk和克里斯蒂娜·阿奎莱拉等凭借《Lady Marmalade》获得第18届美国MTV音乐录像带大奖授予的年度最佳录像带、最佳电影录像带两项奖项及两项提名。P!nk多次获得由格莱美奖授予的奖项。因其呼吁独立自主以及女性平权运动加以优秀的音乐作品与表演风格深受全球粉丝热爱。



Rihanna



4,412 posts 65.8 M followers 1,341 following

Follow

badgalriri 

The new @FentyBeauty #CHILLOWT holiday collection is out now!
ri-hanna.io/fentybeauty

蕾哈娜 (Robyn Rihanna Fenty)，1988年出生于巴巴多斯圣迈克尔区，在美国发展的巴巴多斯籍女歌手、演员、模特。截至2016年，蕾哈娜在美国公告牌榜上拥有14首冠军单曲，被评选2010年最佳艺人奖，也是蝉联多座格莱美、全英音乐和MTV音乐大奖，并二次获得MTV年度录影带大奖的女歌手。2018年入选《时代周刊》2018年全球最具影响力人物榜单。拥有自己的时尚品牌与彩妆品牌，她的穿着打扮也受到全球粉丝追捧。



章子怡



谢娜



唐艺昕



张慧妹



陈伟霆



阚清子



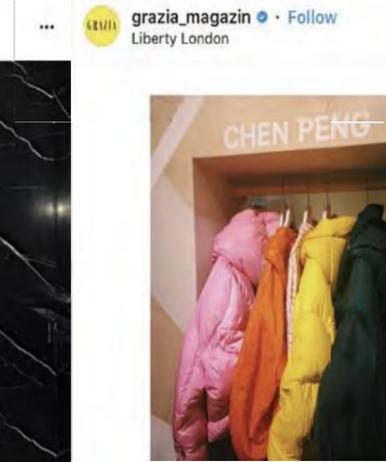
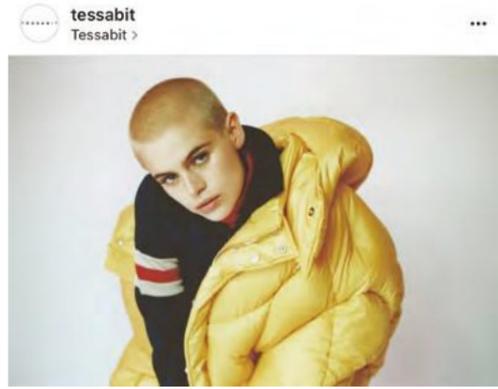
经超



张嘉倪

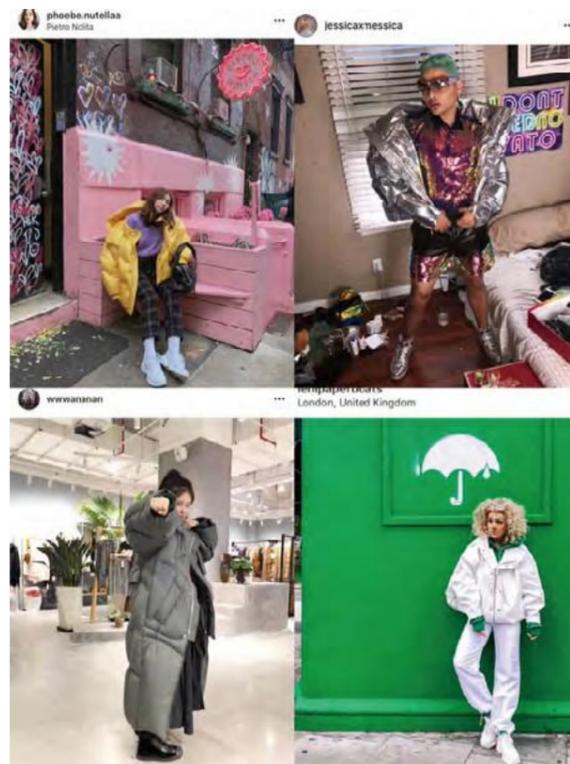


朱星杰



CHENPENG

品牌全球粉丝案例



CHENPENG



产品
概览



[View Details](#)
Taxes and duties included.
Free shipping on orders over \$350 to Hong Kong SAR China.
[View Size Chart](#)

[View Details](#)
Taxes and duties included.
Free shipping on orders over \$350 to Hong Kong SAR China.
[View Size Chart](#)