



LUXURY & TRENDY JEWLERY

Milatu

SINCE 1998
FROM USA

MILATU

Table of Content 目录

.....

O1.

Brand Introduction

品牌简介

O2.

Brand Orientation

品牌定位

O3.

Design idea

设计理念

O4.

Product Introduction

产品展示

O5.

Channel layout

渠道策略

O6.

Collaboration Case

合作案例



BRAND INTRODUCTION

MiLaTu

Jewelry • Pearl

品牌简介

MiLaTu

since 1998



About Us 品牌溯源

源于柏拉图的理想世界，造就一场关乎「真我」的珠宝叙事。

— Inspired by Plato's World of Ideals —

美拉图相信，真正的美来自灵魂深处的秩序与平衡。哲思的理性线条，与柔性光泽间的张力，塑造了我们关于“未来美学”的原初印象。

为当代女性设计，不取悦，不妥协，只为忠于内在的光芒。

— Her Jewelry, Her World. —

融合意大利精工与美式先锋思维，美拉图于经典中探寻未来，在克制中保留张扬，
每一件作品皆为女性而生，为她的独立、温柔、果敢、自由，赋予形状。

珠宝不仅是一件佩戴之物，而是一种生活方式的选择。

— More Than Jewelry, A Way of Being. —

你可以在晨光中戴上它面对世界，也可以在夜晚，褪下它，聆听内心。

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —



MiLaTu
since 1998

Brand Value 品牌文化

Individuality 自我表达



MiLaTu
since 1998



Origin story 品牌故事

自1998年创立以来，Milatu始终专注于珍珠与金属材质的艺术表达。

最初，Milatu以工作室的形式存在，专为热爱独立设计的女性定制个性化配饰。品牌名源自意大利语“Mi la tu”（意为“我的旋律”），代表着每一位佩戴者都能演绎属于自己的风格篇章。品牌早期便坚持采用高品质淡水珍珠与925纯银金属，辅以建筑美学灵感进行结构设计，打破传统珠宝的对称与拘束，塑造一种“优雅而不柔弱”的女性形象。

Milatu尤为重视系列化表达，主推产品从“几何金属”延展至“色彩珐琅”等风格线，强调自我表达与内在赋能，成为新世代独立女性的日常情绪出口与风格象征。

如今，Milatu不再仅是一家珠宝品牌，它是一个鼓励每位女性活出自我的、敢于表达、忠于内心的文化载体。每一颗珍珠不再只是装饰，而是一种生活态度；每一件作品，都是自我力量的延伸。

From Milan's ateliers to the lofts of SoHo, our pieces carry the soul of collaboration, the rigor of form, and the poetry of a woman's journey.



不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Brand Orientation 品牌定位

美拉图精准把握25-45岁独立女性的审美需求与生活方式心理，在轻奢珠宝市场中重新定义“自我表达”的价值。通过融合意大利工艺精神与美国先锋设计理念，打造具有高度可识别度的设计语言与佩戴体验。

金属的坚韧与珍珠的温润形成独特张力，象征当代女性的柔韧与力量并存。每件设计都具有高度识别度与佩戴可塑性，鼓励女性用珠宝传递自己的态度与审美，不盲从流行，而定义属于自己的“优雅叛逆”。

Empowering modern women through expressive, future-forward jewelry that blends Italian craftsmanship with American design boldness.



Brand Orientation

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Customer Profile

品牌定位-目标客户画像

不是为了奢华的赞美，
而是为了一种更纯粹的生活态度。
不是为谁而设计，
而是为「她」自己——为每一位在生活中自我实现的女性，
提供一种无声却有力的陪伴。

25~45

98%为女性

生活态度：追求质感生活、强调独立意识、重视个人风格表达

消费习惯：倾向理性消费，重视设计与材质，愿为价值买单

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —



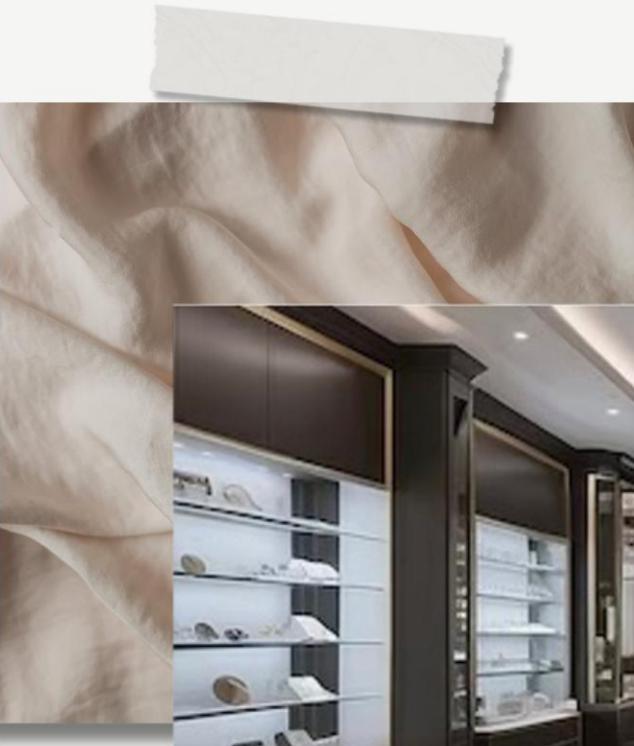
MiLaTu
1998



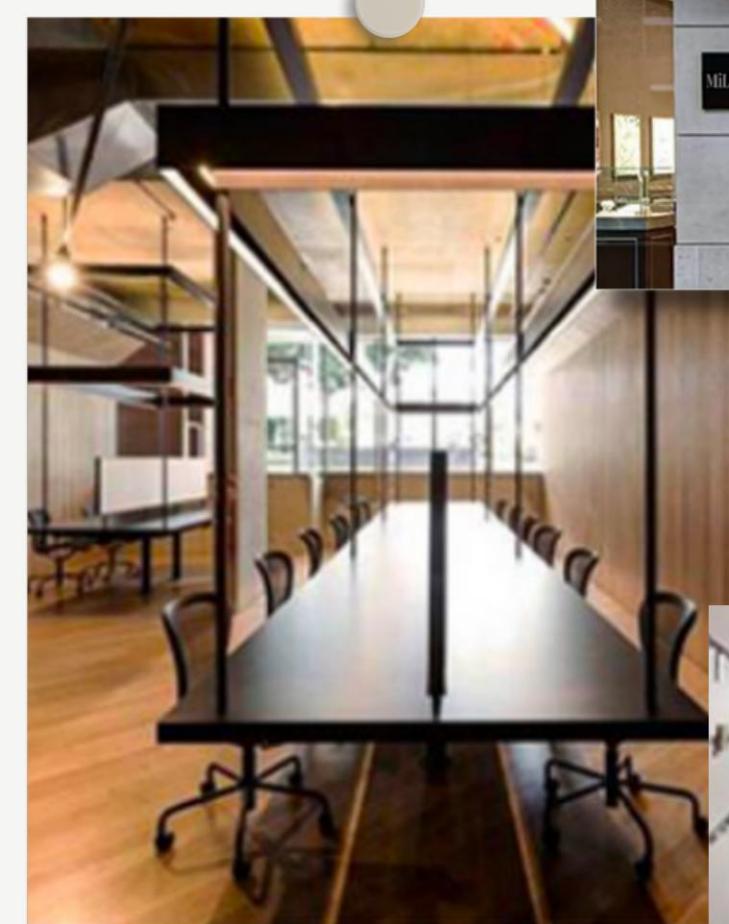
MIaTu
since 1998

Global Offline Store Design

全球线下门店设计



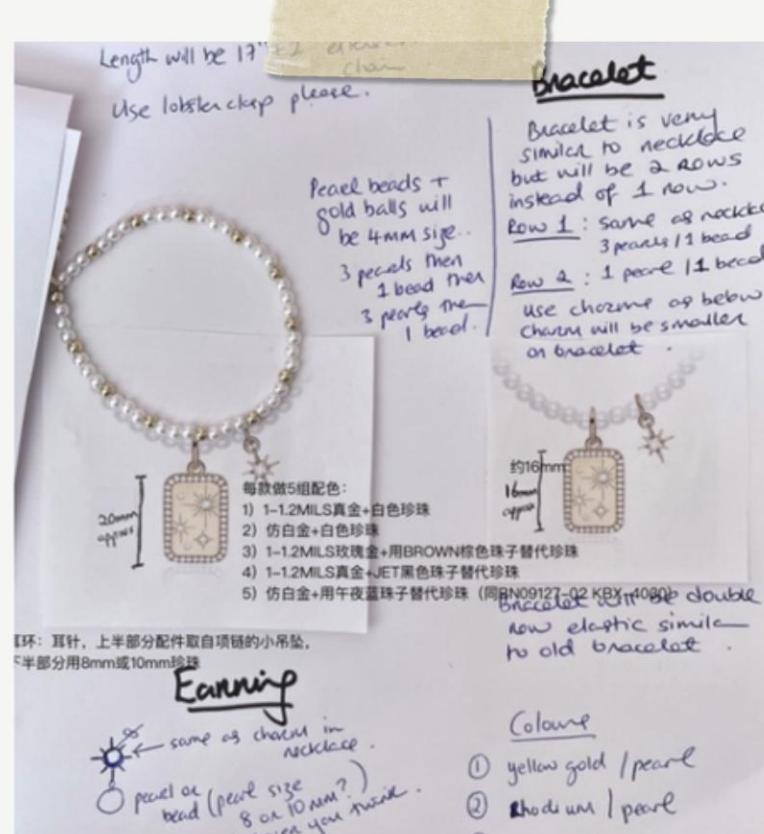
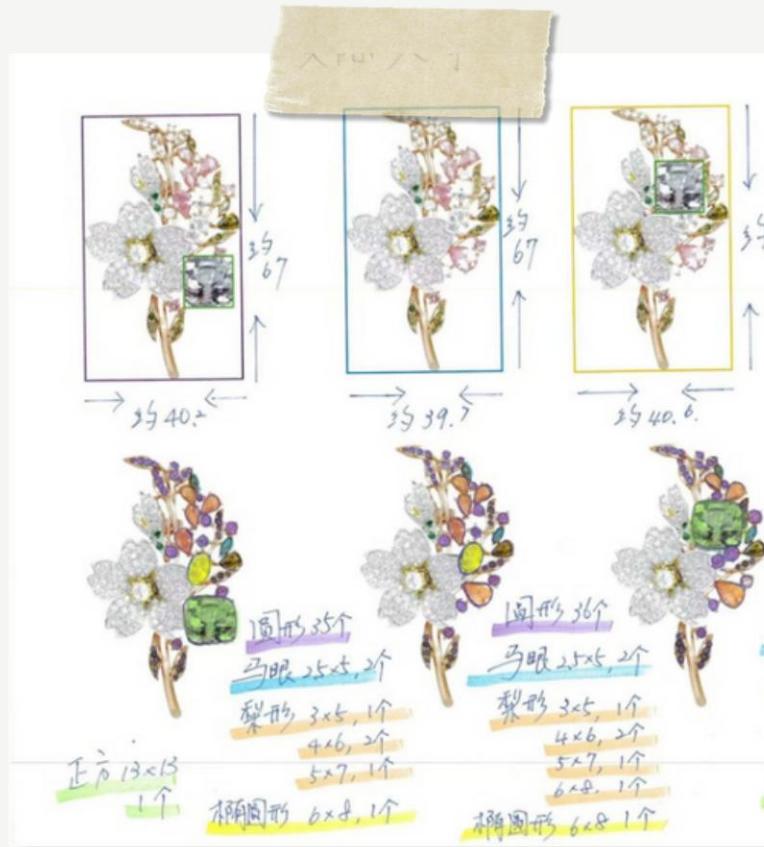
📍 美国, 意大利



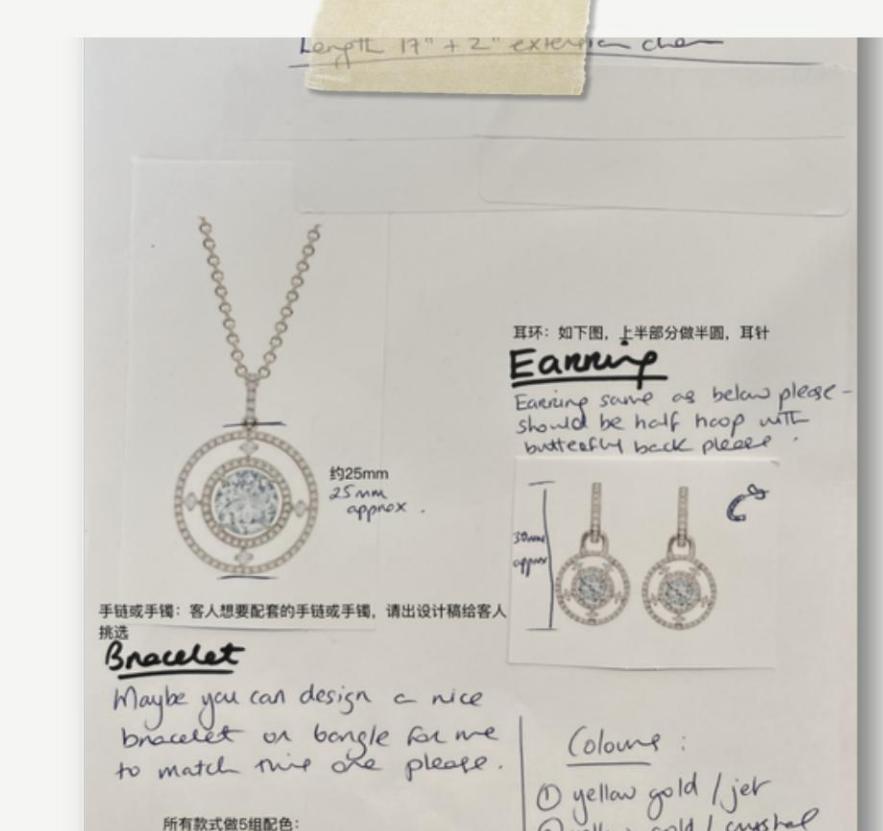
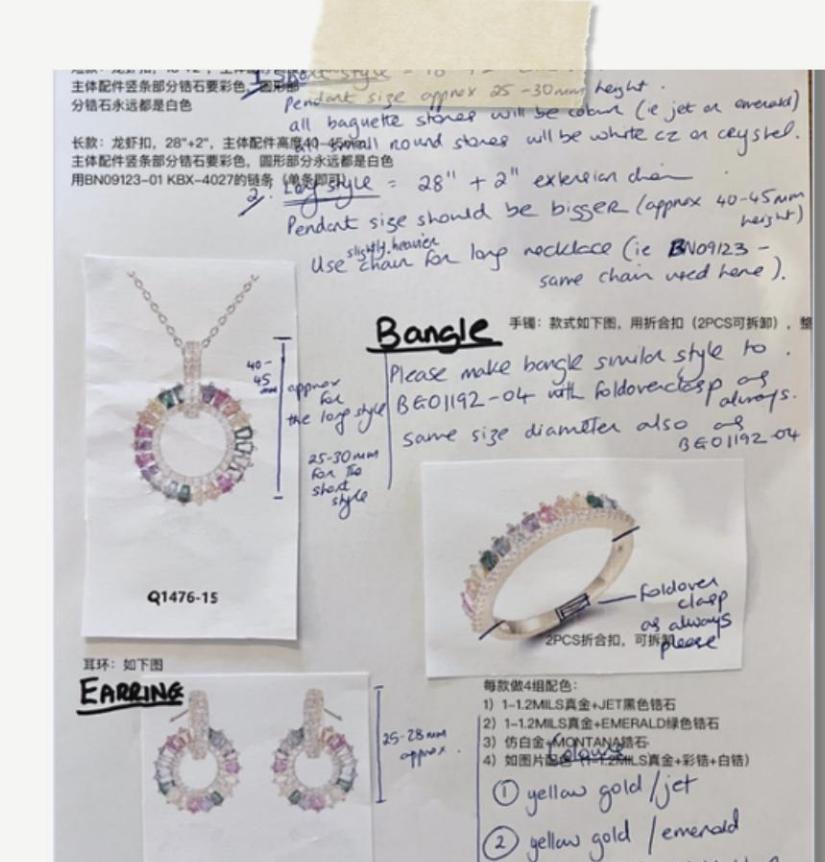
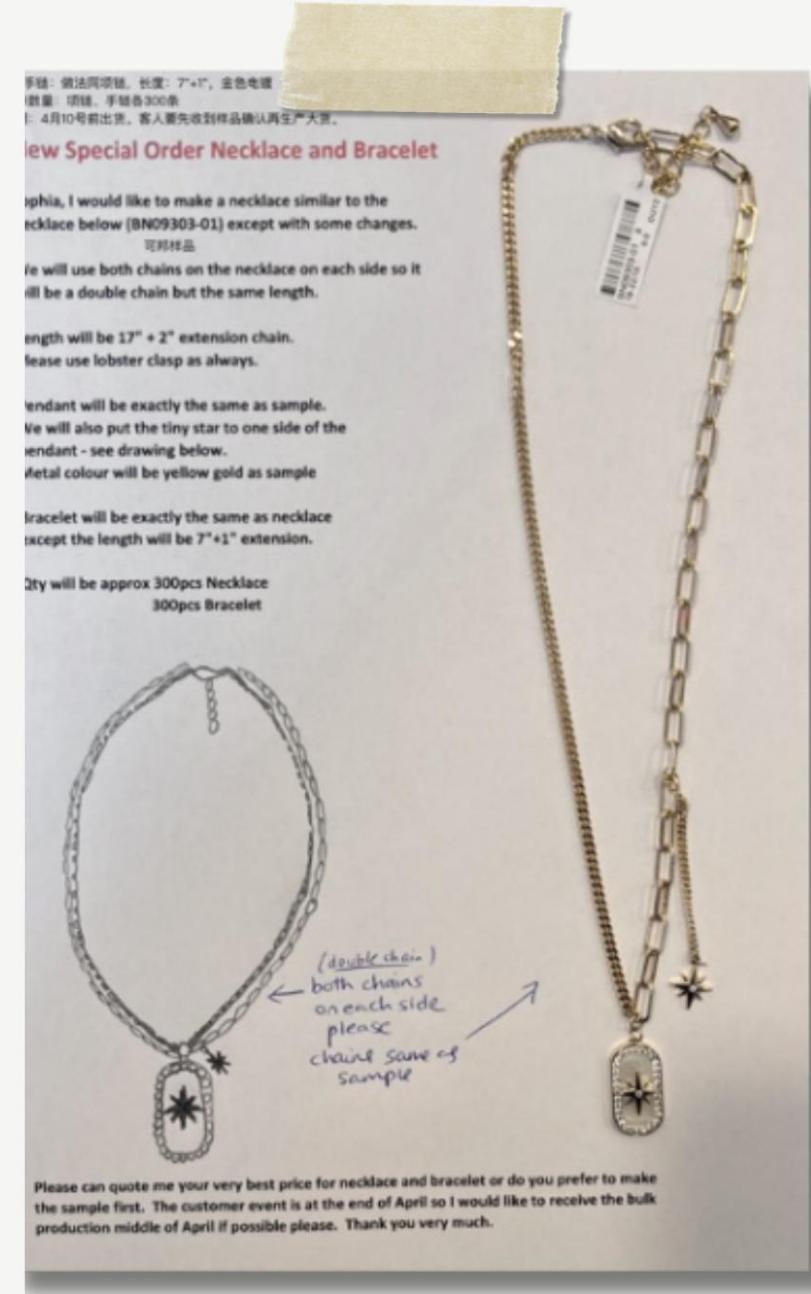
Brand Establish

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998



部分设计师手稿



不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

【品牌主系列】

01. 自我光芒 · 珍珠系列

以错位珍珠与异形珍珠为核心，保留自然形态，展现每位女性不被定义的独特美。每一颗珍珠都承载着温柔与坚定的力量，帮助佩戴者在柔光中坚定表达自我。



02. 构型表达 · 几何金属系列

由925纯银、18K包金、不锈钢等金属材质构建，融合建筑与雕塑感设计，强调结构张力与未来感。打破圆润珠宝的常规印象，激发“我就是我”的坚定表达。



03. 色彩宣言 · 琥珀系列

利用高温烧制琥珀工艺，将丰富色彩注入金属骨架中，展现情绪波动与个性张扬。每一件作品都是一场内在情绪的可视化宣言，是“用颜色说话”的方式。

不止是轻奢，亦是光的哲学。

— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

自我光芒 · 珍珠系列

Radiant Self · Pearl Series

珍珠，象征温柔的力量与真实的自己。

Milatu 珍珠系列甄选天然淡水珍珠与海水异形珠，遵循“不完美即独特”的美学标准，致力于呈现每一颗珍珠的独一无二。强调佩戴者与自然形态之间的情绪共鸣，让珠宝成为情感的延伸。



KBX-0102



KBX-0103



KBR-0104



KBR-0106



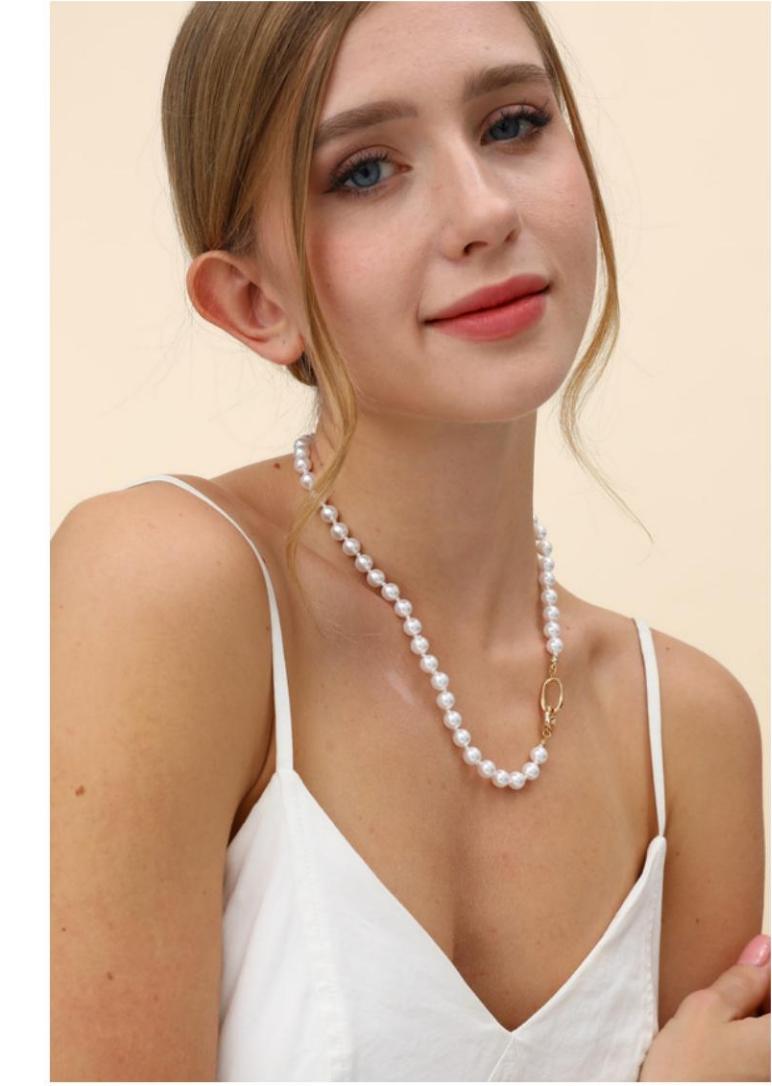
KBX-0108



KBJ-0192

匠心工艺标准：

- 精选A级及以上光泽珍珠，表面净度 $\geqslant 95\%$
- 严格控制每一颗珍珠的光泽、色温与形状匹配度
- 以纯银或18K包金材质手工镶嵌，稳定性强不易脱落
- 手工穿珠、打结工艺，避免珍珠摩擦损耗
- 提供专属养护建议与质保承诺



构型表达 · 几何金属系列

Edge Form · Geometric Metal Series

金属，构成世界的骨架，也是现代女性力量的外在映射。

Milatu金属系列采用国际标准925纯银、不锈钢及18K包金材质，通过雕塑式构型设计，呈现先锋与优雅并存的视觉张力。



KBR-0001



KBR-0002



KBR-0003



KBR-0004



KBR-0009



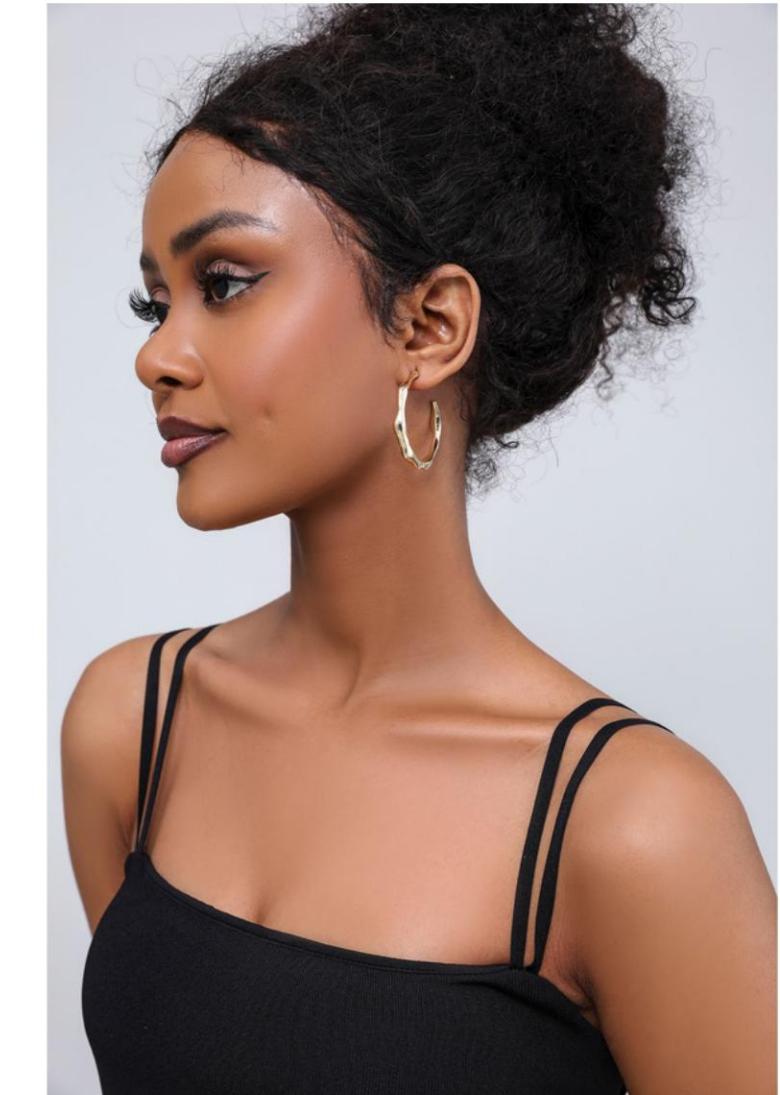
KBR-0005



KBR-0006

专业工艺标准：

- 国际标准S925银或高密度医用级不锈钢
- 表面三重镜面抛光处理，手工打磨无毛边
- 采用真空纳米电镀，提升抗氧化与耐磨性
- 结构式设计一体成型，避免焊接弱点
- 所有材质通过ROHS无铅认证，亲肤不过敏



色彩宣言·珐琅系列

Color Manifesto · Enamel Series

珐琅，是色彩的艺术，是内心情绪的可视语言。

Milatu 珐琅系列延续欧洲高温烧制传统工艺，融合现代图形设计，将多变情绪浓缩进一抹抹跳跃色彩中。



粉



红



紫



绿



蛋白粉



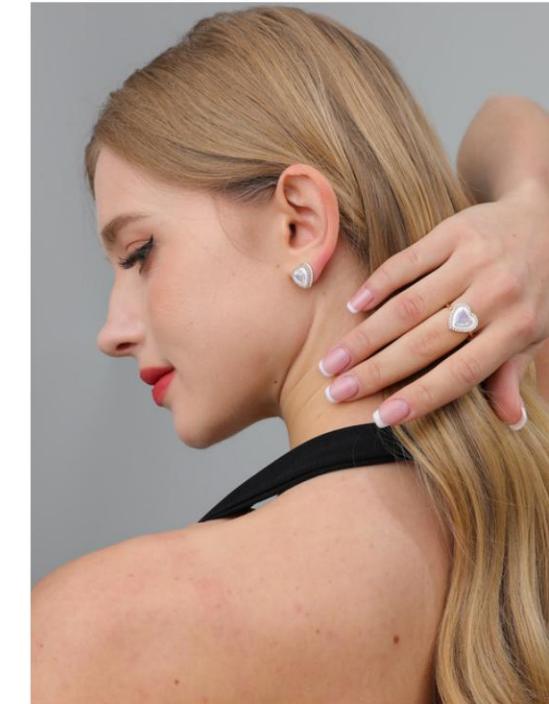
香槟金



KBT-9921



KBX-9228

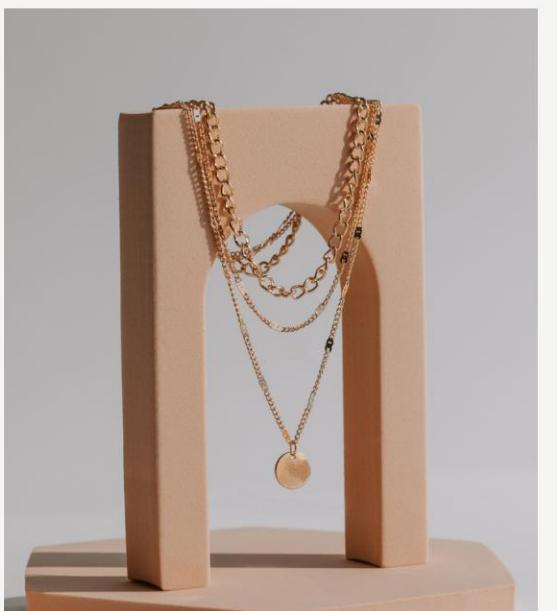


精工技艺呈现：

- 高温珐琅烧制（800-1000°C）打造色彩深度与层次
- 每一道图案由工匠手工涂釉、反复焙烧固定
- 色彩饱和度高，不易褪色、剥落
- 珐琅面与金属底座严丝合缝，确保牢固佩戴体验
- 每件作品需经 3 道人工质检方可入库

Channel layout

渠道布局规划



合作媒体规划

通过电视广告、户外广告、网络广告、社交媒体等多种渠道投放明星达人推广内容，提升品牌知名度和市场影响力

合作平台规划

通过线下实体店与线上店铺如天猫、京东、抖音、得物、视频号等平台开设旗舰店，最大化品牌曝光度

Collaborating Media Outlets 合作媒体规划

BAZAAR
时尚芭莎

sina 新浪网

YOKA.com
态度创造时尚

NEEU

網易 NETEASE
www.163.com

搜 狐
SOHU.com

Onlylady.com
女人志

PCLADY.COM.CN
太平洋女性网

鳳凰網
ifeng.com

VOGUE
时尚

时尚网
TRENDS.COM.CN

ELLE

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Collaborating Media Outlets 合作平台规划

FARFETCH
THE WORLD'S GREATEST SELECTION OF LUXURY

JD.com 京东

Lazada

open
sky

TMAIL GLOBAL
天猫国际

苏宁易购
suning.com

aikucun.com
爱库存

Shopee

TMALL
理想生活上天猫

唯品会
全球精选 正品特卖

w

Outlets
CHINA

京东国际

亚马逊
amazon.cn

XIU 走秀网
COM 全球品牌网络旗舰店

珍品
zhen.com

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Celebrity Collaborations

明星合作规划

KOL直播合作规划

直播形式让明星与观众直接交流，增加了互动性和真实感，明星现场试戴并分享珠宝的细节和佩戴感受。

社交媒体种草规划

与达人进行合作，共同开展推广活动，扩大产品的曝光度和影响力



章若楠



辛芷蕾



周也



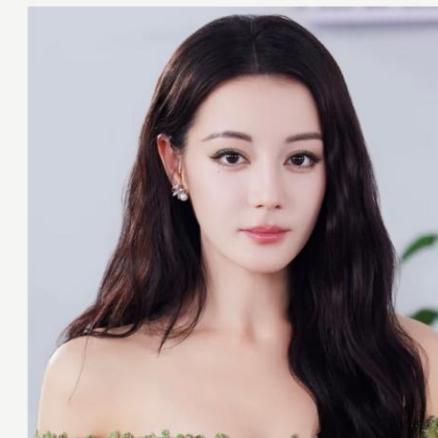
赵露思



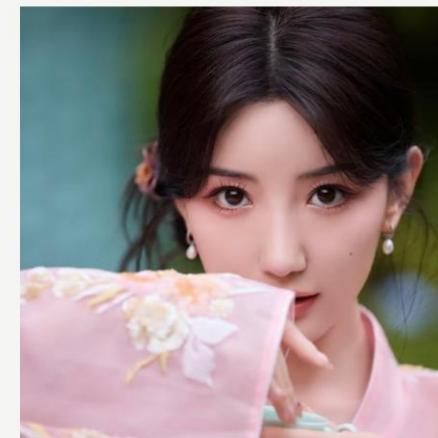
杨紫



赵昭仪



迪丽热巴



毛晓彤



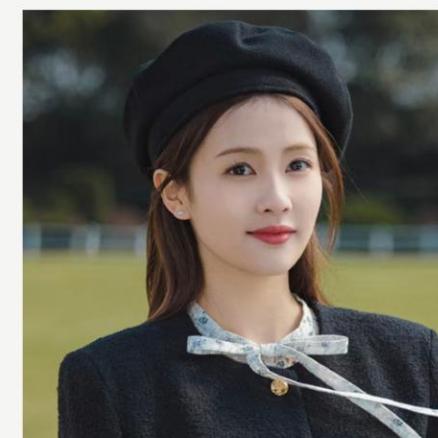
曾梦雪



古力娜扎



杨幂



白鹿

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

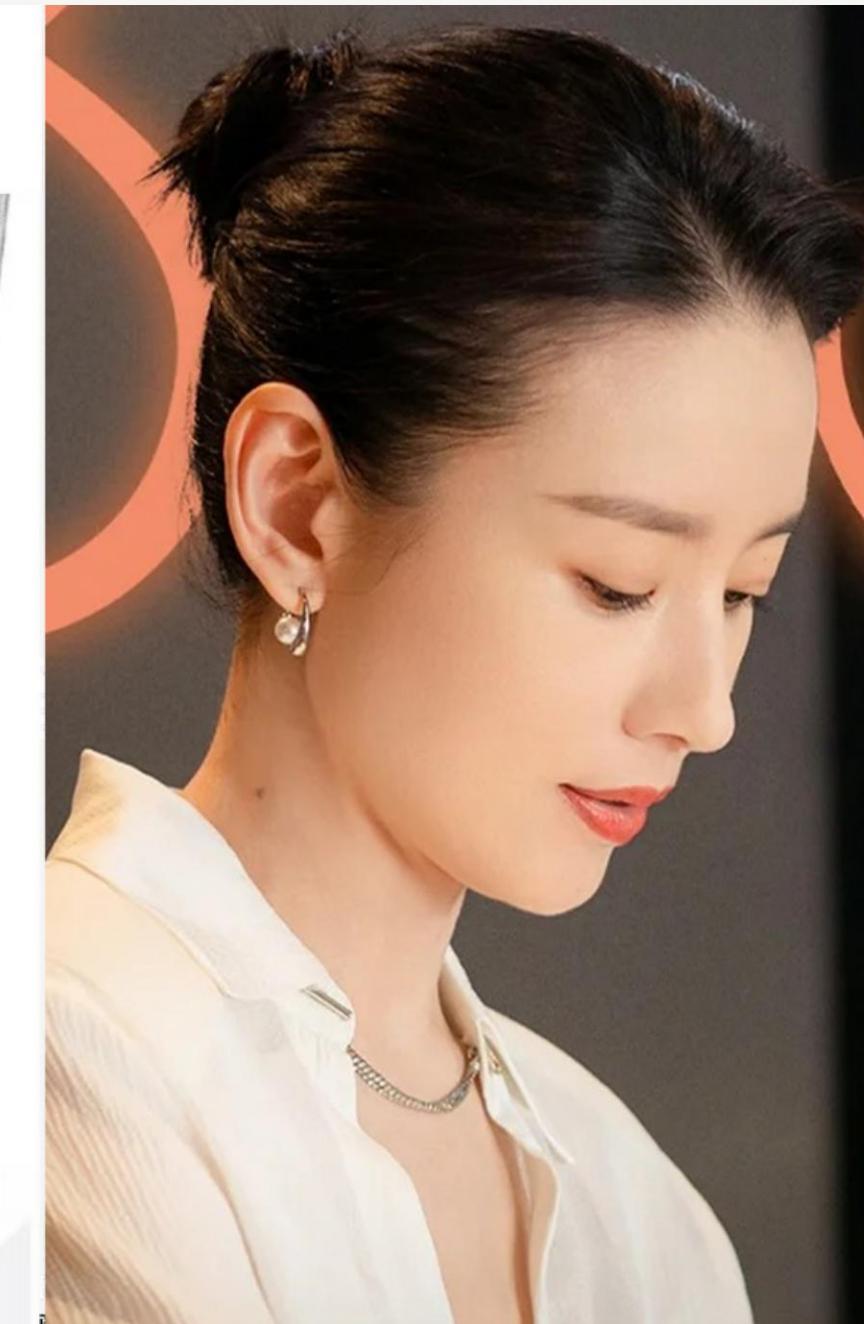


《好团圆》白百何 珍珠项链

该系列线上线下联动时尚生活秀节目《好团圆》，
明星同款，强调品牌的时尚地位和明星认可度，进
一步扩大品牌影响力



MiLaTu
since 1998



董洁珍珠耳环

强势亮相《半熟男女》，明星董洁同款，不仅提升了角色的时尚感，同时也为品牌带来了显著的曝光和潜在的市场效应。

MiLaTu
since 1998

KOL Livestream Collaboration

KOL直播合作规划



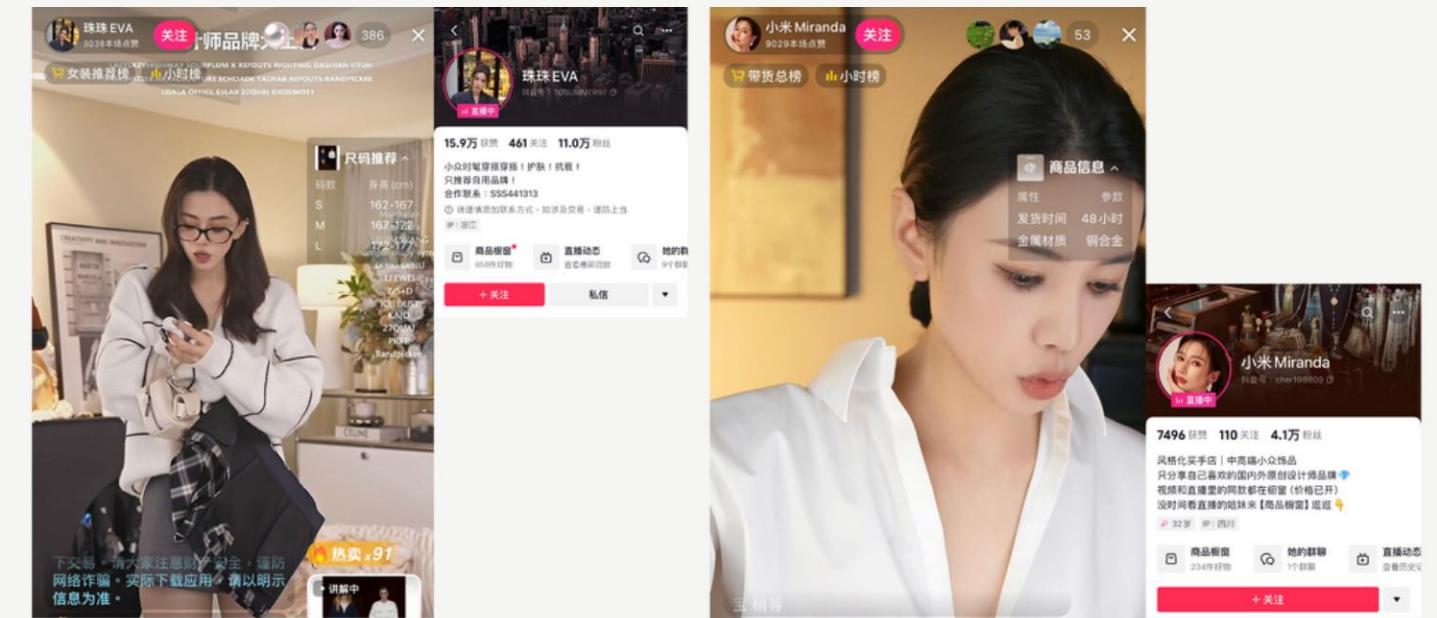
通过明星直播和KOL直播合作，增加品牌曝光度，有效传达了品牌所倡导的时尚理念和珠宝的美学价值。

明星直播合作

直播形式让明星与观众直接交流，增加了互动性和真实感，明星现场试戴并分享珠宝的细节和佩戴感受。

KOL直播合作

与达人进行合作，共同开展推广活动，扩大产品的曝光度和影响力



@珠珠EVA

@小米Miranda



@妃鱼时尚

2021年11月，抖音双11好物节中荣获“实时热卖榜TOP品牌奖”
2022年抖音好物年货节收官之际妃鱼上榜“巅峰品牌榜”NO.1



@香菇姐姐

爱家、爱自己是30+姐姐们的购物准则。高消费力度的姐姐们也助力不少，高客单价商品在直播间里爆发。同比2019年7月2020年7月淘宝直播美容仪器类目增幅约110%，手表类目增幅近330%，保健食品类目增幅超过610%。

不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Social Media Seeding

社交媒体种草规划



通过穿搭/好物分享/氛围感美图等内容，对消费者产生情感连接，进行种草。

图文推广

明星，达人，博主；开箱/穿搭/好物分享

达人种草

与达人进行合作，共同开展推广活动，扩大产品的曝光度和影响力



不止是轻奢，亦是光的哲学。
— A fine balance between light, soul, and story —

MiLaTu
since 1998

Collaboration Case 合作案例



MiLaTu × 大湾区政府

受邀与万事联合出品嘉宾礼品——蓝花楹胸针，
用来赠予中央与粤港澳区领导如教育部部长，中国
科学院院长，中国工程院院长，深圳市市长，香港
特别行政区特首等



BY AVERY DAVIS

MiLaTu × 香港中文大学（深圳）十周年官方

与旗袍品牌锦玺唐一起，为香港中文大学（深圳）集体婚礼特邀，共同设计新人信物

MiLaTu
since 1998

产品受社会各界人士喜爱

MiLaTu与社会政府合作，设计产品为各界人士喜爱
右图为花旗集团港澳区行政总裁辛葆琏女士合影



Global Sales Channels

全球线上独立站销售渠道规划

