

从瑞士沙夫豪森到中国上海： 慕时而动，疾速光影

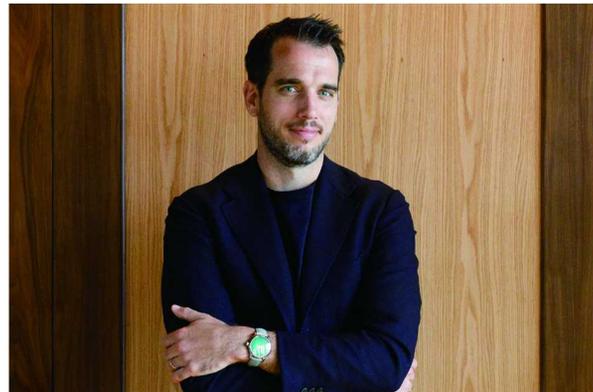
文 / 孙雯婕

天马行空的想象，精湛卓绝的工艺，当代艺术的独立表达……从瑞士小镇沙夫豪森到中国上海，瑞士高级独立制表品牌 H. Moser & Cie. 亨利慕时令腕间流转的漫漫岁月有了全新的意义。

近日，亨利慕时开设了中国大陆首家精品店——上海南京西路精品店，这也是其立足中国市场的重要里程碑。在这家全新的上海精品店中，亨利慕时 MELB Luxe 集团首席执行官 (CEO of MELB Luxe Group) Bertrand Meylan 与晨报记者进行一场对话，谈及了亨利慕时刻度上的“过去”与“未来”，以及究竟是什么令它堪称“Very rare” 珍罕难寻？除了稀有的产量，完全自制的工艺以及独立家族企业经营之外，当然还有亨利慕时对时间的理解。



H. MOSER & CIE. 亨利慕时中国大陆首家品牌精品店盛大揭幕



Bertrand Meylan

慕时而动，疾速光影

时光倒回到 1828 年，Heinrich Moser 亨利慕时先生在创立品牌之初或许不会想到，这个名字在往后一百多年的辗转起伏中，沉淀出了一种极为纯粹的精神内核，让天马行空的先锋有了坚实的依托，让腕表的定义变得意趣盎然：用大脑设计出的完美结构，用双手雕琢出的精细的零件，让人们“看见”时间流转的轨迹。

亨利慕时所有的机芯均出自自主设计开发，并通过纯手工完成制作，包括游丝和擒纵机构等在内的调节机构亦是如此，这份坚守在业内也极为罕见。细致入微的机械结构独创性，在亨利慕时诸多特

点中尤为耀眼，精密的万年历与静谧的数字视窗完美结合，一代代亨利慕时工匠千锤百炼，将手表工艺推向登峰造极的复杂精巧。慕时而动，让世界在方寸之间变得宽广无垠，甚至超乎想象。

出其不意，反道而行

亨利慕时似乎总以出其不意先锋设计挑战着行业的“墨守成规”，层出不穷的惊世创作为品牌 DNA 中的“珍罕”作出了诠释。

“我们是一个拥有传统工艺积淀的品牌，但一直在努力尝试带来耳目一新的惊喜，去突破固有思维的束

缚。” Bertrand Meylan 说，在品牌掌舵者 Meylan 家族经营的 MELB Luxe 集团运筹中，亨利慕时以深厚的传统积淀，不断颠覆着传统认知，去创造无限新可能，这一点在品牌四大系列 Streamliner 疾速者、Endeavour 勇创者、Pioneer 开拓者与 Heritage 传承者的命名与设计理念上体现得淋漓尽致，而这也正是品牌能吸引年轻收藏群体的原因。

实际上，亨利慕时的反叛颠覆让一切喧嚣回归于纯粹初始的本源，透明漆色 logo 隐藏标签反道而行，最黑的人造材质 Vantablack® 的运用，隐藏时间的秘密。“亨利慕时是一种艺术，情感充沛，激情难抑，” Bertrand Meylan 这样总结。

Q & A

Q: 晨报记者

A: Bertrand Meylan

亨利慕时 MELB Luxe 集团首席执行官 (CEO of MELB Luxe Group)

Q: 南京西路代表着中国钟表行业的标杆，中国大陆首家精品店开幕的意义是什么？

A: 2022 年，我们在中国大陆开设子公司 MELB China，并组建了一支专业团队，我们相信亨利慕时在未来的中国市场有着巨大的潜力。此次来上海，我感受到了大家正在期待更多的新品牌、新互动，这也让我们去触及新的消费代际，以创新的活力满足年轻消费群体。正如亨利慕时的 slogan “珍罕难寻”，我们有很多独特的传统技艺和理念想要带入中国市场。我也很高兴能见证中国大陆首家品牌精品店在上海南京西路的开幕，中国市场是亨利慕时未来 5 至 20 年战略的重要部分。

Q: 亨利慕时不拘一格创新精神令人印象深刻，今年将推出哪些重磅的新品？

A: 今年 10 月，我们会为中国市场推出非常特别和罕见的产品。它不是仅面向中国市场，更是通过与中国农历的融合与中国产生深度的内在连接，以精湛的

制表工艺来展现中国文化博大的精髓。

Q: 出身于行业世家，家族对您职业生涯最大的影响是什么？

A: 家族对我来说有着方方面面的影响，自我懂事起，家族所有的话题都围绕着腕表展开，它创造了一种家庭文化。我们从小耳濡目染学习大人们是如何做的，也会不由得思考可以为家族产业做些什么。我们会从过往中取其精华与当下的情况结合起来，不断激活刻在 DNA 中的传统，去开创亨利慕时的明天。

Q: 可否为我们描绘一下你心目中的消费者画像？

A: 在过去三年中，全球范围内大量的新生代消费者对于奢华腕表有着不同以往的认知与需求，他们希望以自己的视角与奢华品牌产生连接，以此来彰显与父辈、祖辈间的不同。亨利慕时这个历史悠久的品牌希望与年轻消费群体建立起共同的话语体系，成为一起成长的同代人。在过去的 4-5 年间，我们客户的平均年龄逐年下降，5 年前平均年龄在 50-60 岁，如今在 40 岁及以下。越来越年轻的群体青睐我们的产品，对亨利慕时展现出了极大的热情，这对于品牌来说相当重要，对于整个产业而言也很重要。

Q: 数字时代，我们为何还需要一块机械表？

A: 这个时代产品迭代的速度越老越快，我们生活中物品的“保质期”越来越短，不过相比起三五年就会更换的电子产品，代表时间艺术的高级腕表却能传承数代。

我看到很多在科技大厂工作的人，对于隽永之物表现出难以言喻的热爱，这部分人群是我们很大的藏家群体。正是因为日新月异的变化，让他们对于传统的、低速的生活有着更深的理解，更希望有一样陪伴自己走过人生岁月、穿越时间力量传给下一代的物件。

从这个角度说，手表早就超越了计时功能，而是一种饱含人类丰富情感的艺术。而且，精湛的技艺与非凡的创造力，是无论何时都不会被 AI 取代的，而这也是我们品牌非常重要的组成部分。

对于亨利慕时来说，我们也在积极拥抱数字化时代。2020 年开设了线上店铺，之后发布了酷似 Apple Watch 的 Swiss Alp Watch，今年又发行了第一款区块链手表 Endeavor 勇创者大三针 GENESIS……在 WEB3 的时代，亨利慕时将通过 NFT 更紧密地与产品产生多维链接。



(上、下) H. MOSER & CIE. 亨利慕时开拓者系列大三针北极蓝腕表