

<<奢侈品>>

图书基本信息

书名：<<奢侈品>>

13位ISBN编号：9787548401919

10位ISBN编号：7548401914

出版时间：2010-7

出版时间：哈尔滨出版社

作者：张玉斌,李鹏,叶轻舟

页数：451

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

## 内容概要

在这个物质相对丰盈的世界里，每一件奢侈品无一不是工艺精湛、品质卓越。

如有“机械表专家”之称的万国表，每只腕表都要经历28次独立测试；绝对伏特加要经过独一无二的“连续蒸馏”技术；爱马仕的镇牌之宝凯莉包需要一个技艺纯熟的匠师精心缝制18个小时；宾利车的内饰需要超过200个小时才能制作完成；每件香奈尔外套都由22块独立的面料镶拼而成，每块面料又由重磅丝线仔细缝合……如果你想彰显自己的独特风格和非凡品位，那么这些世界顶级品牌就是你必然的选择。

从汽车到游艇，从服饰到香水，从雪茄到腕表……奢侈品高居完美生活必需品的名单之首，多数人梦寐以求，却注定只有少数人才能拥有。

如被许多女人视为毕生追求的爱马仕铂金手袋，总是位于“热门求购”的榜首位置，假使你足够幸运至少也要在订购两年后才能拿到手，但是无论何时当你决定卖掉你的铂金手袋时，你会发现自己几乎能够收回几年前的全部“投资”。

一件经典款式的奢侈品几乎已经成为投资保值的同义词，这是那些毫无名气的商品所永远无法达到的。

什么是当今最具魅力的奢侈品品牌？

它们又因何在这个华贵的殿堂占据了一席之地？

很多媒体和权威机构对奢侈品品牌做过排行，但以美国《福布斯》杂志评出的“顶级奢侈品品牌排行榜”和世界品牌实验室（WBL）公布的“世界奢侈品前100名的排行榜单”最具影响。

随着奢侈品市场变化，该榜单每年都会重新排名，有鉴于此，应广大读者要求，世界品牌研究课题组经过三年的深入研究，重新出版本书。

修订版涵盖品牌范围更加广泛，增加了黑金信用卡、豪华酒店、高级订制服装、顶级咖啡等方面的内容，印制也更加精美。

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

## 书籍目录

- 001 路易威登穿越百年的奢华至尊&#8226;LOUIS VUITTON 历经了世纪的交替、时尚的革新、社会的进步，路易威登创造了一个奢华传奇。  
从这个品牌的产品中，我们可以感受到一种与皇室同享注目、与贵族共显魅力的殊荣。
- 002 爱马仕为所有热爱美好生活的人而诞生&#8226;HERMES170多年的时间可以诞生许多奇迹，但想一个奇迹永远地散发耀眼的光芒却不是那么容易做到的，不过爱马仕做到了。
- 003 百达翡丽腕表中的蓝血贵族&#8226;PATEK PHILIPPE尽管时下各种版本的名表排行榜取舍不同，但是百达翡丽总是稳居第一，堪称钟表界独一无二的“天皇巨星”。  
百达翡丽会让你明白，恒久的不是爱情和钻石，而是时间。
- 004 劳斯莱斯车中贵族，四轮皇者&#8226;ROLLS-ROYCE劳斯莱斯，从诞生之日起就注定拥有高人一等的血统。  
对于这一世界上最好的汽车品牌来说，平庸是不能接受的，落后是不可原谅的，瑕疵是不该出现的...  
...005 卡地亚奢华、高贵的代名词&#8226;Cartier卡地亚，一个名字即为一个世界。  
国王的王冠上凝聚着它的辉煌，名流的手腕颈间闪烁着它的光芒，贵族的手指间翻转着它的精巧，它是气宇轩昂的王者，是奢华、优雅与绝对权威的象征。
- 006 罗曼尼-康帝百万富翁之酒，亿万富翁专享&#8226;ROMANEE-CONTI在全世界热爱红葡萄酒的人们心中，罗曼尼-康帝宛如一个不朽的传说。  
尽管价格昂贵，但是一杯罗曼尼-康帝最好的年份酒在手，轻品一口，那种帝王般的感觉是永远无法用金钱来衡量的。
- 007 克莱夫基斯汀香水界的终极诱惑&#8226;Clive Christian高标准品质要求使得克莱夫基斯汀旗下的香水成为极品，带着非常鲜明的奢侈印记，无形、无色、无属性，却比声音和景象更能触动世人的心弦。
- 008 科伊巴古巴雪茄之王&#8226;COHIBA 当你的指间夹着一支燃烧的科伊巴，它不仅会成为贵族气质的象征，更会是你精神力量的源泉，它包容了男人对财富和权力的所有想象。
- 009 法拉利最具艺术气质的奢华跑车&#8226;Ferrari 法拉利的血脉中流淌着对速度的激情、对华贵的崇拜，以及对完美的追求。  
在世界众多顶级汽车品牌中，将奢华风范与艺术气质结合得最到位的首推法拉利。
- 010 古驰财富的身份标签&#8226;GUCCI 任何人在面对古驰时，那多年引以为傲的知性、自以为已经修炼得不错的从容，都斗不过它所引起的购买欲。  
这种效果是古驰数代大师几十年来辛011 人头马酒中之王，干邑之最&#8226;REMY MARTIN 作为白兰地家族中最为引人注目的一种新贵产品，人头马历史虽短，却把高贵演绎到了极致。
- 012 梵克雅宝被王公贵族青睐的珠宝&#8226;Van Cleef & Arpels 有了100年的历史，算不算经典？  
如果再加上它是欧洲王公贵族青睐的珠宝老字号，是不是更算是经典中的经典？  
梵克雅宝自其诞生之日起，便以匠心独具的设计创意向世人诠释了何谓绝对的完美。
- 013 爱彼与生俱来的卓越&#8226;AUDEMARS PIGUET 作为世界顶级钟表品牌，爱彼出售的是梦想及传统，对这一创立已有100多年的品牌来说，质量的定义是如此简单——好到可以世代相传。
- 014 香奈儿永不衰落的时尚帝国&#8226;CHANEL 有一个单词，可以穿，可以戴，可以炫耀，可以自恋，在人们心中，它既有智慧内涵又有美丽外表，更是一种自信、独立、现代的新女性标志，这个单词就是——香奈儿。
- 015 百夫长黑金卡首富阶层的特权信用卡&#8226;Centurion Card 百夫长黑金卡最大的魅力在于它是高贵身份的象征，它能够帮助持卡人轻松加入各种高档俱乐部。  
对于那些想进入上流社会的人来说，百夫长黑金卡就是一张通行证。
- 016 万宝龙勃朗巅峰，至尊无上&#8226;MONT BLANC 每一个传统都始于一种创新，重要的创新则开启了辉煌的历史篇章。  
当我们的生活方式飞速演变时，万宝龙这一品牌已经演化成了艺术品，让一代又一代的拥有者引以为豪。

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

- 017 维多利亚的秘密无法抗拒的性感诱惑&#8226;VICTORIA'S SECRET 自诞生那天起，维多利亚的秘密这个名字就成为女式高级内衣的代名词，其倡导的“穿出你的线条，穿出你的魅力，带着轻松舒适的享受，穿出属于你的那一道”
- 018 芝柏当之无愧的钟表之王&#8226;GIRARD-PERREGAUX 如果手上有3000万元，你会拿来买栋房子还是买一只1893年生产的芝柏三金桥玫瑰金怀表？从1791年始创，奢华尊贵的光辉就一直跟随着芝柏的脚步……
- 019 保时捷为速度而诞生的跑车之王&#8226;PORSCHE 如果你想购买当今世界上知名度最高的跑车，请你选择保时捷；如果你想要世界上最经典的跑车，请你选择保时捷；如果你想要世界上最舒适、最豪华、跑得最快的跑车，请你选择保时捷。
- 020 伯爵表坛珠宝大师&#8226;PIAGET 在伯爵的世界里，珠宝与时间就像一对优雅的舞者，永远在缤纷中旋转着彼此的舞步，辉映出一片华彩的光影。
- 021 娇兰永不衰落的娇艳之花&#8226;GUERLAIN 穿梭于时空隧道，法兰西两百年的辉煌如同一场奢华的贵族派对，一一演绎于眼前。法国娇兰，华贵、惊艳，傲然地盛开在每一个繁华时代。
- 022 哈雷戴维森穿越时空的自由之剑&#8226;HARLEY-DAVIDSON 如青松般遗世而子立，似灵鹫般翱翔而自由，像猎豹般迅捷而冷峻，这就是哈雷戴维森摩托。这一摩托车领域中的至尊品牌从来不为所有人而共享，只为能够驾驭它的人存在。
- 023 乔治&#8226;阿玛尼最优雅的裁缝&#8226;GIORGIO ARMANI 光阴流转，形形色色的品牌在时尚舞台上渐次登场，喧嚣之后又归于平静，不知所终，而阿玛尼则超越了时间、超越了流行，甚至超越了性别，从而成为经久不衰的传奇。
- 024 轩尼诗滴水之重，传承百年&#8226;Hennessy 轩尼诗本身就如同一个无可比拟的传奇。懂得欣赏轩尼诗的人，也必是懂得享受生活、享受人生的人。
- 025 迪奥上帝恩赐的时尚帝国&#8226;Dior “Dior”在法语中是“上帝”和“金子”的组合，正如这个名字所蕴含的意义一样，迪奥这一品牌在时尚殿堂像金子一般高贵，又宛如上帝一般俯视众生。
- 026 宾利全球富人的终极之选&#8226;BENTLEY 在所有热爱宾利的人眼中，它是一个为客户度身定制的舒适豪华的移动空间，它是速度与豪华的梦想极致，它是绝大多数人无缘接近的豪华巅峰，它是全球富人彰显身份地位的终极之选。
- 027 酩悦香槟上帝留下的欢愉之水&#8226;MOET & CHANDON 欧洲皇室贵族宴会，全球影艺界盛会，名牌时尚精品秀，体育比赛的光辉时刻都有酩悦香槟的热情参与，它伴随着那些杰出人物的成功，与他们一同分享喜悦与快乐。
- 028 雅诗兰黛奢华护肤风格的最佳代表&#8226;ESTEE LAUDER 雅诗兰黛开创了“奢侈护肤品”的新纪元。它引领的化妆风格及护肤方式成为了女性美容的典范，更树立了一种截然不同的品位风格——极致的奢华。
- 029 芬迪雍容与奢华并存&#8226;FENDI 尽管芬迪也具有近百年的家族传承，尽管芬迪也经历了跨世纪的品牌积累，但它更喜欢创新，将不断推陈出新视为品牌的生命力，从而成为一个越老越青春的奢侈品老字号。
- 030 蒂芙尼见证你生命中每个重要时刻&#8226;TIFFANY & CO. 当《蒂芙尼的早餐》中为情所困的奥黛丽&#8226;赫本在蒂芙尼橱窗前徘徊；当《西雅图夜未眠》里梅格&#8226;瑞恩将心系于一枚婚戒之上；当《恋爱世纪》中松隆子凝视着那颗代表爱情不确定性的水晶苹果……我们知道蒂芙尼的每一件作品都有永恒的魅力，可以世代相传。
- 031 江诗丹顿时间的艺术家&#8226;VACHERON CONSTANTIN 如果人类还需要用时间来计算自己生命的话，那么，江诗丹顿就有生存的意义。虽然每一只表都可以看时间，可是当我们拥有江诗丹顿的时候，我们看时间的心情以及看时间的态度也许迥然有异。
- 032 MOOLLONA传世水晶，演绎极致奢华的贵族之家&#8226;MOOLLONA 作为古老欧洲宫廷世代沿袭的御用灯饰，MOOLLONA不仅记载着古老欧洲王朝世世代代的兴衰历史，更将那份传承百年的高雅与奢华静静地传
- 033 梅赛德斯-奔驰王者气度，纵横天下&#8226;Mercedes-Benz 在高度竞争的世界，

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

百分之一秒或者百分之一米的差距，就能分辨高下。

作为世界上最早的汽车制造者，梅赛德斯 - 奔驰永远难以接受任何标准的限制，总是试图向前更进一步，引领世界一路前行。

034 普拉达上流社会的心爱之物&#8226;PRADA 在简单与复杂之间自如地拿捏分寸，不论在任何场合都不会有不合时宜或过时的问题，拥有普拉达这个享誉世界的传奇品牌，一直被各界名流显035 伊甘堡贵腐葡萄酒之王&#8226;Chateau d'Yquem 一瓶上好年份的伊甘堡酒可以珍藏百年，许多人在购买新年份的伊甘堡酒时，心里想着的常常是还未出世的儿孙，因为只有他们才能有幸享有那全然成熟的黄金酒液。

036 大卫杜夫绅士们的奢华享受&#8226;Davidoff 大卫杜夫倡导一种全新的生活理念，向世人表明高贵的生活并不只是住英国的房子、开德国的汽车、戴瑞士的手表、穿意大利的衣服、吃法国的大餐，而存在于生活中的诸多细节之中。

037 佛罗瑞斯流芳百年的王室御用香水&#8226;FLORIS 作为英国老牌香水中的翘楚之一，佛罗瑞斯意味着历史悠久和品质无可挑剔。

这一百年老店的名号绝非浪得虚名，其香水以严谨内敛的风格著称，是品位高雅的最好证明。

038 兰博基尼用速度征服世界&#8226;Lamborghini 当世人想要拥有一辆“既能在赛场和高速公路上飞驰，又能在城市中轻松驾驶的跑车”时，兰博基尼应世而生。

曼妙的身姿再加上完美的速度，兰博基尼就这样征服着世界。

039 芝华士骑士英雄的终生伴侣&#8226;CHIVAS 芝华士是大地、空气、水和时间酿造的艺术品，它是来自苏格兰的传奇。

它散发着太阳的光芒，洋溢着生活的乐趣。

因为芝华士所追寻的，正是追求奢侈生活，把握美好时光，乐于与朋友分享的人生态度。

040 宝珀世界上最古老的钟表品牌&#8226;BLANCPAIN 在我们所能拥有的一切中，什么最为珍贵、独一无二？

当你触摸着腕间手表，你一定希望：世上拥有它的，只有你一人。

这样的苛求也许只有宝珀才可以做到。

041 伯瓷世界上最奢华的七星级酒店&#8226;BURJ AL\_ARAB 伯瓷是阿拉伯人奢侈的象征，也是迪拜的标志性建筑，这家世界上最高级的酒店的豪华绝非笔墨可以形容，而其服务宗旨就是务必让房客有阿拉伯国王的感觉。

042 Riserva 赋予水晶灵魂的传世艺术&#8226;Riserva 自水晶灯诞生以来，Riserva 一直专注于光的魔法，它的每一款设计都充满精巧的智慧，在矜持中张扬着个性，在优雅中释放出高贵的气息，这也让它成为欧洲皇室贵族的御用灯饰。

Riserva 的魅力在于任何一个接触过它的人都会告诉你，一旦沐浴在它的梦幻灯光之下，你会感受到一种超凡脱俗的平静之美。

043 凯迪拉克奢侈生活标准的制定者&#8226;Cadillac 没有人会怀疑凯迪拉克的设计者们的能力，从一开始，凯迪拉克就像一个权力的阐述者，为后来的富人们制定着奢侈生活的标准。

044 登喜路炫示男人最优雅的格调&#8226;dunhill 每个男人都有征服欲，然而登喜路却可以征服世界上的任何男人。

从1893年打开奢华的魔法之门那刻开始，登喜路就给男人带来一种神秘的诱惑，仿佛是永远逃脱不了的魔咒。

045 尚美风华绝代的冠冕之王&#8226;CHAUMET 皇冠代表着至高无上的权威，而能够制作皇冠的品牌也必然是珠宝世界里的王者。

在长达两个多世纪的发展历程中，尚美多次见证了王者的无限风光，也成功地彰显了奢华到极致的皇家气派。

046 让巴度世间最奢华的芬芳&#8226;JEAN PATOU 对让巴度来说，设计时装是一门艺术，是在色彩的世界里进行剪裁，创造香水也是一门艺术，是在鲜花的世界里进行创作。

047 法拉帝游艇中的奔驰&#8226;FERRETTI 法拉帝游艇不仅仅是财富的标志，不仅仅是身份和地位的简单象征，还意味着对事业与生活游刃有余的把握，意味着一种领衔高端的生活方式。

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

048 积家钟表工艺至高无上的代表&#8226;JAEGER-LE COULTRE 从无限宽广的宇宙到无限细微的个体，时间以超然的姿态支配一切。

积家钟表始终怀着这样一种信念，真正高贵的人绝对不会仅仅满足于钟表的赏心悦目，他们同时也注重钟表的内在美。

049 尊尼获加苏格兰威士忌的典范&#8226;Johnnie Walker 男人与尊尼获加之间的关系，就像耶路撒冷之于朝拜者，因此真正的男人是无法拒绝尊尼获加的诱惑的，而这个世界则因为这种诱惑的存在，变得更加充实，更加美好。

050 巴宝莉格子中的百年传奇&#8226;BURBERRY 没有丝毫夸张，就能抵挡百年风雨，至今仍保持着一贯秉持的传统精神而屹立不倒，它就是让人喜爱，甚至令人尊敬的英伦风尚代表——巴宝莉。

051 雷神用蓝天谱曲，用舒适作词的飞翔乐章&#8226;Raytheon 雷神私人飞机是普通大众一个遥不可及的梦想，是超级富豪出行的代步工具，是所有喜欢自由的人们梦想飞上蓝天而渴望拥有的那双“翅膀”。

052 派克架在手指间的贵族气&#8226;PARKER 派克创造的不仅仅是一支支笔，更是一种精神和标志，因此，它所伴随的是目标远大，渴望成就未来，希望通过派克来表现其潜在能力的人群。

053 迈巴赫王者归来，君临天下&#8226;MAYBACH 迈巴赫是个神奇的品牌，没有哪个汽车品牌沉寂了60余年后，一复出就有如此强的号召力。

对迈巴赫而言，讨论科技含量有多高，用料有多足，已没有多大意义，当你身处迈巴赫车旁边时就可以体味到富豪们为何“趋之若鹜”。

054 泰勒梅德高尔夫球场上的创新先锋&#8226;TaylorMade 以“制造世界上最好的高尔夫用品”作为追求目标的泰勒梅德公司，在产品研发能力、推陈出新的速度以及产品线的多样上，在业界可以说是首屈

055 百加得来自加勒比的热辣传奇&#8226;BACARDI 生活中并不缺少激情，缺少的是诱发激情的钥匙。

这把钥匙可能是一段回忆，可能是一个眼神，也可能是一杯冰爽怡人的百加得朗姆酒。

056 劳力士手腕上的奢华&#8226;ROLEX 对于劳力士，有人喜爱其精确，有人钟情其坚固，有人欣赏其典雅……理由虽然不一而足，但有一点绝对可以肯定，就是每款劳力士手表都足以反映佩戴者的独特个性！

057 阿尔法&#8226;罗密欧热血青年的梦中情人&#8226;ALFA ROMEO 世界上很多顶级名牌车都是靠手工生产，用低产量、高品质、特殊设计来维持产品的昂贵身价，而阿尔法&#8226;罗密欧作为量产车却能与法拉利、兰博基尼等知名品牌齐名，这在汽车产业中是绝无仅有的。

058 拉菲堡国王垂青的佳酿&#8226;CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD 在拉菲庄园，时间仿若静止……从路易十五封拉菲堡酒为“国王之酒”的时代至今，王者们来来往往已不见踪影，唯有伟大的拉菲堡酒随历史一起来到今天。

059 范思哲墨杜萨的致命吸引力&#8226;VERSACE 范思哲帝国的标志是希腊神话中的蛇发女妖墨杜萨，她代表着致命的吸引力，她以美貌诱人，见到她的人即刻化为石头，这种震慑力正是范思哲的追求

060 毕扬无法仿造的液体钻石&#8226;bijan 昂贵的香水有“液体钻石”之称，而作为当今世界上最昂贵的香水之一的毕扬使那些真正的鉴赏家终于找到一款世间罕见的香氛。

061 宝马完美汽车的最佳代表&#8226;BMW 宝马营造了一种各项品质相得益彰的完美与和谐，通过对每一个功能得心应手的操控，使人们在体验完美感受的同时，领悟到一个意蕴深刻的哲理：科技是为人类服务的。

062 丹纳曼皇家雪茄制造商&#8226;DANNEMANN 对于那些渴求精神丰满的人来说，丹纳曼雪茄就像所有生活用品一样，是必不可少的。

自我的提升、精神的充实、灵魂的升华是这些人真正想要的，无论是过去还是现在，这些恰恰是丹纳曼雪茄所倡导的核心精神。

063 布加迪极致中的极致&#8226;BUGATTI 布加迪的香水要5000美元，布加迪的手表要20万美元，而布加迪的威龙跑车要170万美元，且限量生产，即使有钱，也未必都能拥有。

064 宝格丽出身名门的珠宝望族&#8226;BVLGARI 宝格丽源自希腊，生长于罗马，征服着世界。

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

也许没有几个珠宝品牌有宝格丽如此的好运，可以在艺术的土壤与幻想的天空之间自在驰骋，一路繁华。

065 布莱奥尼最佳定制西装的代表品牌&#8226;Brioni 通常定制一套布莱奥尼西装需要两个月时间，而两个月等待的结果是穿上它犹如穿上罗马帝国的战士盔甲，胸衬和垫肩把人的身体完全撑起来，加上剪裁讲究的做工，无不渗透着权威的力量。

066 酋长宫殿仅为国王而建的奢华酒店&#8226;Emirates Palace 你有没有幻想过，住进充满阿拉伯风情的皇宫，过着酋长生活？

你心目中豪华酒店的概念是什么？

阿布扎比的酋长宫殿就如同阿拉丁神灯一样，你想什么就会带给你什么。

067 伊丽莎白&#8226;雅顿通往美丽世界的红门&#8226;Elizabeth Arden 无论你是率真、充满活力的年轻女孩，还是自信、独立的成熟女子，又或者你是神秘高贵、令众人倾倒的人们眼中的魅力焦点，伊丽莎白&#8226;雅顿都能为你灵动的风采加分。

068 萨尔瓦托勒&#8226;菲拉格慕王孙贵族的仙履奇缘&#8226;Salvatore Ferragamo 作为全球举足轻重且最具知名度的高级奢华品牌，萨尔瓦托勒&#8226;菲拉格慕以“装饰男女，从头到脚”作为座右铭，为时尚界留下了无数美好回忆。

069 拉图堡上帝赐予人类的礼物&#8226;CHATEAU LATOUR 若说拉菲堡酒是男高音，那么拉图堡酒就是男低音；若说拉菲堡酒是一首抒情诗，那么拉图堡酒则是一篇史诗；若说拉菲堡酒是一曲委婉的轮转舞，那么拉图堡酒必是人声鼎沸的游行。

070 沃里贵族们的海上行宫&#8226;Wally 有人说，游艇是划分1000万和1亿身家的一个标准。

事实上豪华游艇代表着一种生活态度，懂得欣赏的人才知道每一条游艇都是一件艺术品，才能体味出沃里那充满拉丁味的浪漫华美.....071 沛纳海不为时尚而改变的军表风范&#8226;PANERAI 意大利让世界着迷的东西有很多，专为意大利海军制作潜水仪器的沛纳海就是其中之一。

虽然意大利海军在二次世界大战中表现平平，但是沛纳海却以其强悍的性格征服了世界。

072 海瑞温斯顿永世不变的名钻情结&#8226;HARRY WINSTON 在海瑞温斯顿用钻石铺就的“星光大道”上，无数高贵美丽的生命享受着君临天下般的荣耀。

从皇室、贵族、政要到影视明星，每个人都对海瑞温斯顿的珠宝心生向往。

073 悍马道路的尽头是悍马的起点&#8226;HUMMER 狂野？

不见得。

豪放？

也未必。

随着在城市中的悍马越来越多，这个车型代表的已经不再是它所标榜的“全能”，更多的时候，它只表达了车和车主的一种生存方式：嚣张。

074 安娜苏游走于复古与奢华之间的精灵&#8226;ANNA SUI 如果说阿拉丁神灯是给那些上帝认为值得信赖、需要帮助的人的，哈里&#8226;波特的魔法是赐给勇敢而又有梦想的少年的，那么安娜苏就是献给世间那些美丽如精灵般的女孩儿的。

075 马爹利三百年干邑传奇&#8226;MARTELL 每一款马爹利干邑都凝聚了浑然天成的酿造与调配艺术，法国独特的艺术气质和“生命之水”创造出的干邑文化，完美地融合在每一滴马爹利干邑之中。

076 世爵艺术的极致与技术的巅峰&#8226;SPYKER 在制造者看来，一辆世爵就是一件独一无二的艺术杰作，而在购买者心目中，拥有一辆世爵跑车，也就拥有了一座快速移动的城堡，一架在陆地上飞行的战斗机。

077 博思浩斯公路上的“航空母舰”&#8226;Boss Hoss 如果你觉得博思浩斯体态笨拙且体重超标，如果你不满意它巨大的“胃口”不断吞食你的金钱，如果你感到它有些怪癖让你无法适应，那不是说博思浩斯不够完美，只能说博思浩斯不适合你。

078 林德伯格眉宇之间，极简美学&#8226;LINDBERG 轻巧、无螺丝、钛金属、超强柔韧性是林德伯格所一直追求的品质，只要它与你真正相匹配，你们就会融为一体，让你忘记它的存在，让舒适陪伴你的人生。

079 萧邦闪耀着艺术之光的腕表典范&#8226;Chopard 萧邦，在音乐领域，这个名字代表着一位才华横

## &lt;&lt;奢侈品&gt;&gt;

溢的音乐家；在奢侈品领域，唯有亲眼目睹，才能了解萧邦荣登顶级珠宝表之称的地位，绝非仅仅是因为价格上的高不可攀。

080 玛歌堡回味悠长的玉露琼浆&#8226;CHATEAU MARGAUX 1787年，在美国第三任总统托马斯&#8226;杰斐逊评出的波尔多最好的葡萄酒庄园中，玛歌堡为首，此后的两个世纪中玛歌堡的葡萄酒一直是当之无愧的顶级陈酿。

081 牙买加蓝山咖啡咖啡之王&#8226;JAMAICA BLUE MOUNTAIN 牙买加蓝山咖啡的历史并没有太多的传奇色彩，但是它却创造了一个咖啡神话。

如果喝上一杯上品蓝山，你就会理解中世纪当咖啡初抵意大利时，教皇克雷门八世啜下一口咖啡后，情不自禁地感叹“让咖啡成为上帝的饮料”时的心情。

082 圣罗兰凌驾于时尚之上&#8226;YVES SAINT LAURENT YSL，香水界最有名的3个字母，仿佛神奇的魔法棒，让所有拥有它的人瞬间华丽得不可方物。

083 阿斯顿&#8226;马丁英国绅士的战车&#8226;ASTON MARTIN 如果说速度可以用时间丈量，艺术可以用价值丈量，历史可以用未来丈量，那么阿斯顿&#8226;马丁则一直用速度契合艺术，用艺术融合历史，向人们展示了它在时间上的隽永、在艺术上的完美以及在未来上的辉煌。

084 杰尼亚全世界男人看齐的权威&#8226;Ermenegildo Zegna 要了解国际最权威的男装趋势，意大利则是首选，而要选择做工精良使人身价倍增的男装，意大利的杰尼亚则是权威。

男人渴望杰尼亚就像女人渴望美貌，即使倾其所有，仍乐此不疲。

085 浪琴用优雅征服一切&#8226;LONGINES 对女性而言，优雅是一种气质，一种内心的修养；对于男人来说，优雅更侧重于内在，诸如丰富的阅历、智慧、谈吐等；对于浪琴来说，优雅是一种坚持。

086 卡尔文&#8226;克莱恩极简美学的一代宗师&#8226;Calvin Klein 和三宅一生的香水、村上春树的书、斯沃琪的手表、宜家的家具、哈根达斯的冰淇淋、芝宝打火机并称为“小资七件事”，对于卡尔文&#8226;克莱恩来说，并非矫情，它会熨帖每一个讲究精致雕琢者的毛孔.....087 绝对伏特加燃烧着的“生命之水”&#8226;ABSOLUT VODKA 它是世界上最受欢迎的高档烈酒品牌之一，它掀起了顶级艺术和时尚跨界合作的风潮，它经典的广告成为了全球设计界的创意典范，绝对伏特加，是餐饮世界中的一个绝对传奇。

088 帕格尼傲视群雄的“风之子”&#8226;PAGANI 你想做驭风之人，帕格尼就是风。

如果你对满街所谓的豪华车已经厌倦，又希望能给自己的个性添加一个极致的注解，那么毫无疑问帕格尼最能诠释你的野心。

089 纪梵希法式优雅，美式风华&#8226;GIVENCHY 纪梵希的世界没有夸张的线条，复杂的色彩，繁琐的累赘，而是用最简洁的方式呈现出一种优雅。

纪梵希的优雅不是红酒的浓郁浪漫，也不是香槟090 宝玑光荣历史的见证&#8226;Breguet 宝玑的创始人或许没有想到，两个多世纪以后，他亲手缔造的宝玑品牌将穿越几百年的时间，在世界各国的名流贵族的腕间生辉。

被时间阻隔的人，也终将被宝玑联系在一起。

091 道奇战斧地平线上的力量之王&#8226;Dodge Tomahawk 道奇战斧是霸王级别的车，是采用极限工程技术的流动艺术品，它粉碎了所有的传统意义上的对个人交通工具的惯常的思维模式。

092 玛莎拉蒂亚平宁半岛上的优雅传说&#8226;MASERATI 现代科技、运动风格、优雅线条与精湛技艺，提起玛莎拉蒂，人们往往会想到这些词语。

这个具有“世界最美车型”的速度精英，为世人慷慨奉献了正宗的意大利驱动艺术。

093 宝诗龙不为中产阶级而存在&#8226;BOUCHERON 翻开宝诗龙的客户名册，那一个个尊贵夺目的名字，谱写着它长达一个半世纪的奢侈神话。

19世纪中后期，宝诗龙和巴黎埃菲尔铁塔相继诞生，今天的埃菲尔铁塔已经锈迹斑斑，但是宝诗龙依然焕发着迷人的魅力。

094 捷豹英伦贵族风尚&#8226;JAGUAR 在身为英国皇家御用座驾的捷豹看来，奢华绝不是简单的豪华消费或是对资源的过度浪费，而是一种建立在对社会环境及自然资源保持充分尊重前提下的个性之选。

095 瓦伦蒂诺奢华、优雅的曼妙化身&#8226;VALENTINO 无论何时，瓦伦蒂诺始终是奢华、优雅的曼



<<奢侈品>>

妙化身，洋溢着梦幻般的视觉隐喻，一经融入平和的现实生活，便幻化为完美的代表，传播着成千上万人心中的梦想.....096 麝香猫咖啡咖啡杯中的黄金&#8226;KOPI LUWAK 对喜爱咖啡的人来说，喝上一杯牙买加的蓝山咖啡算是幸事，但倘若能喝到一杯麝香猫咖啡，那可真是此生无憾了。

097 奥迪以四环带动世界&#8226;Audi经典是在经久的沉淀和提炼之后瞬间迸发而成的。身世浮沉的奥迪，有足够的理由让世界相信，面对未来，这个百年汽车王国会用激情和活力再次书写21世纪的不朽神话。

098 格兰菲迪液体黄金&#8226;Glenfiddich 有品位的人都拒绝不了“液体黄金”格兰菲迪的诱惑，只要一开始从心底接受它，一辈子就会是苏格兰威士忌的信徒。

099 王薇薇美丽新娘的梦&#8226;VERA WANG 在美国有着这样一句流行语：“未婚的女人想要一套Vera Wang，离婚的女人想念那套Vera Wang，再婚的女人庆幸自己可以再拥有一套Vera Wang。”而很多梦想着结婚时能穿上一套最漂亮的婚纱的女孩则发出宣言：“没有Vera Wang，我就不嫁。”

100 欧米茄卓越人生的品位之选&#8226;OMEGA 在男人眼里，欧米茄是钢做的；在女人眼里，欧米茄是水做的。

他们都没有错，因为他们看到的是不一样的欧米茄。

## 章节摘录

插图：穿越百年的奢华至尊历经了世纪的交替、时尚的革新、社会的进步，路易威登创造了一个奢华传奇。

从这个品牌的产品中，我们可以感受到一种与皇室同享注目、与贵族共显魅力的殊荣。

路易威登的历史起源于19世纪。

那一年，出生于法国东部的路易·威登先生满怀希望地阔别家园，前往巴黎。

在那个陌生的地方，他受到幸运之神的眷顾，遇上一位装货箱的工匠，由此成为一名捆工学徒，专门替当时的贵族捆扎运送用于长途旅行的行李。

由于当时的交通工具以马车和轮船为主，一趟旅程需花费很长时间，而贵族们在度假期间往往要参加晚宴、野餐、运动等活动，因此需要携带的服饰配件众多，而捆工就是负责将这些行李安全送到目的地的人，他们通常具备非常专业的捆扎技术。

路易·威登天资聪颖，很快就掌握了这项技术。

他的工作看起来不起眼，然而那一件件在旅行中依然保持平整的衣服，却证明了他的不平凡之处。

由于他的手艺一流，受到拿破仑三世的妻子欧仁妮皇后的青睐，他从此成为皇室的专任捆工和御用皮革师。

1854年，在上流社会已经具有一定知名度的路易·威登先生在巴黎成立了一家皮具店，并以自己的名字命名(简称Lv)，一个时尚界的神话就此拉开了序幕。

1858年，路易·威登推出了首款附有铁制镶边和木板条的平面行李箱，采用灰色条子帆布做面层，内部设有精心安排的间隔。

这款行李箱轻巧耐用、结实防水，再加上出色的设计和精细的手工，很快便成为当时巴黎上流社会的贵族们出行时的首选装备。

## <<奢侈品>>

### 编辑推荐

穿梭于时空隧道，形形色色的奢侈品在历史舞台上渐次登场。

它们血脉纯净，华贵典雅，就像爵位、姓氏、徽章等曾经是贵族阶层的符号一样，它们是个人的品位和地位的识别标签，是用时间和智慧萃取的精品。

它们傲然征服了一个又一个繁华时代，每一个名字都萦绕着奢华的光环，耀眼到让人无法忽视，也不敢怠慢。

这些世界一流品牌无一不经历了历史的酝酿和岁月的洗礼，代表了一种态度：对优雅的锲而不舍，对精致的极致追求。

每一个品牌都有其独特的品牌文化。

《奢侈品》一书甄选了《福布斯》排名前100名的全球顶级奢侈品品牌，涵盖了名车、名表、名酒、豪华酒店、服饰、皮具、珠宝、香水、化妆品、雪茄、摩托车、私人飞机、游艇、电子产品、高尔夫用具、墨水笔、水晶灯、高端信用卡等领域，从历史、文化、品牌理念等多个角度，由专家学者逐一加以诠释、演绎，是一部最权威的全面推介奢侈品的专著。

它不仅是一本关于奢侈品的书，更是书中的奢侈品。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>