

# WHY LUXURY



014060935

F76  
25

WHY  
LUXU

每个时尚大牌都有很多传奇



奢侈的  
理由

陈星星 编著



北航

C1748700

F76  
25



北航

C1748700

图书在版编目(CIP)数据

奢侈的理由：每个时尚大牌都有很多传奇 / 陈星星  
编著. —北京：社会科学文献出版社，2014.9  
(3A时尚)  
ISBN 978-7-5097-6329-2

I. ①奢… II. ①陈… III. ①消费品—品牌—介绍—  
世界 IV. ①F76IV

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第178711号

## 奢侈的理由：每个时尚大牌都有很多传奇

编 著 / 陈星星

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 孙元明 杨 轩

责任编辑 / 杨 轩

出 版 / 社会科学文献出版社·电子音像出版社(010)59367069

地址：北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本：880mm×1230mm 1/32

印 张：9.5 字 数：200千字

版 次 / 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-6329-2

定 价 / 35.00元

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究



01

娇兰  
GUERLAIN

跨越三个世纪的香水世家

- 015 / 世代相传，风华尽显
- 018 / 既古典又浪漫的法兰西香味
- 023 / 欧洲皇室的娇兰情结
- 025 / 一笑嫣然，倾世娇兰



02

爱马仕  
HERMÈS

站在奢侈品顶端的低调贵族

- 031 / 拿破仑时代的马蹄声
- 035 / 手工，是最好的传承
- 039 / 王妃的“凯利包”
- 041 / 丝巾，独一无二的传说
- 044 / 商界艺术家



03

路易威登  
LOUIS VUITTON

最精致的旅行哲学

- 051 / 一次改变命运的出走
- 054 / 当箱包成为上流社会的象征
- 056 / 带着路易威登去旅行
- 060 / 浸入艺术的时尚
- 064 / 巴黎的纽约客



04

巴宝莉  
BURBERRY

英伦风尚百转千回

- 071 / 风衣成就的品牌
- 075 / 让世人趋之若鹜的格子
- 078 / 优雅的英伦味道
- 080 / 最纯正的英伦风范
- 084 / 从风雨飘摇到浴火重生



05

普拉达

PRADA

:

女王的气场

091 / 一个家族和一个女人的故事

096 / 珠联璧合的婚姻和普拉达的登峰之路

100 / 穿普拉达的女王



06

香奈儿

CHANEL

:

让全世界的女人都穿黑色

107 / 黑色，孤独之美的象征

110 / 迷茫时，就穿香奈儿

113 / 山茶花、四叶草和香奈儿“5号”

116 / 女人的特立独行

119 / 手持折扇的“老佛爷”

GUCCI



07

古驰

GUCCI

:

性感奢华的风向标

125 / 佛罗伦萨的奢华

128 / 摩登时代的性感宠儿

131 / 巅峰时期的辉煌

133 / 古驰家族的豪门惊梦

138 / 谁拯救了低迷王朝



08

芬迪

FENDI

:

皮草王国的传奇

143 / 发迹于罗马的皮具店

148 / 奢华皮草的代名词

152 / 法棍面包与芬迪手袋

09

Salvatore Ferragamo

菲拉格慕

FERRAGAMO

：

来自意大利的“仙履奇缘”

159 / 好莱坞巨星的御用制鞋师

163 / 手工定制的路上玲珑

166 / 把做鞋变成一门伟大工艺

169 / 青春时尚的意式香氛

10

LANCÔME



兰蔻

LANCÔME

：

优雅浪漫的法兰西玫瑰

175 / 玫瑰城堡的唯美之花

179 / 香水，女人内在的诠释

183 / 优雅自信，兰蔻精神

11

BB  
BALENCIAGA  
PARIS

巴黎世家

BALENCIAGA

：

优雅与前卫共舞

189 / 从沃斯到巴伦夏卡

191 / 来自西班牙的设计天才

196 / 时尚界的“毕加索”

199 / “机车包”与巴黎世家的复兴

12

Dior

迪奥

DIOR

：

穿越时光隧道的华美盛宴

205 / 惊艳巴黎的“新造型”

208 / 让女人穿得像花一样

212 / 女性之美，在于发现

215 / 香水，把风情发挥到极致

218 / 英伦天才与迪奥的忘年之约

222 / 极简主义新纪元



ESTÉE LAUDER

13

雅诗兰黛

ESTÉE LAUDER

:

护肤帝国的不老传说

227 / 贫民女孩的美国梦

230 / 让女人爱上护肤品

234 / 在富人堆里做生意

238 / 奢华护肤, 坚守高端

241 / 美丽是一种态度

243 / 将梦想推销给全世界



GIVENCHY

14

纪梵希

GIVENCHY

:

缔造了一个优雅的时代

249 / 他的名字就是传奇

253 / 纪梵希的“缪斯”和小黑裙

257 / 与奥黛丽·赫本的一世情缘

261 / 从低调到狂野



GIORGIO ARMANI

15

阿玛尼

ARMANI

:

在低调中怒放

267 / 奥斯卡红毯上最闪耀的明星

270 / 从一部电影到一个王国

274 / 极简至奢的哲学

277 / “阿玛尼”女人

280 / 优雅不是醒目, 而是过目难忘



VERSACE  
PRECIOUS ITEMS

16

范思哲

VERSACE

:

为青春和性感代言

285 / 魅惑的美杜莎之盾

287 / 戴安娜王妃与范思哲

290 / 热情奔放的意大利精神

293 / 被美丽蛊惑的灵魂

297 / 范思哲帝国的女神

# WHY LUXURY





014060935

F76  
25

WHY  
LUXU

每个时尚大牌都有很多传奇



奢侈的  
理由

陈星星 编著



北航

C1748700

F76  
25

014000037

## 倾听奢侈品背后的故事

法国奢侈品牌路易威登曾有过一则具有争议性的广告：苏联解体前的最后一任总统戈尔巴乔夫坐在车的后座上，神情凝重，身旁放着一个路易威登旅行袋，而车子正缓缓驶过柏林墙。据说广告中用柏林墙作背景是戈尔巴乔夫自己的主意，他认为自己政治生涯中最伟大的成就是拆毁了柏林墙，结束了东西方的长期对峙。

政治人物为奢侈品拍广告是极其罕见的，可见路易威登的魄力与勇气，也从某种程度上说明，戈尔巴乔夫的创举与路易威登引领“生命旅程”的品牌价值有共通之处。奢侈品，已经不仅仅是一件昂贵的商品，它超越了产品本身，具有了形而上的文化意义。表面看来它们是一种财富的象征，而细究它们的内涵，则各具气质。每个奢侈品牌都有各自的文化积淀，不同的人文和历史环境，赋予了品牌独特的风格与个性。

欧洲宫廷是奢侈品文化的摇篮，很多顶级奢侈品牌都是从欧洲的宫廷走向大众的。其中又以法国皇室为最，亨利八世、路易十四、蓬巴杜夫人、欧仁妮皇后，都是最具领导力的时尚人物，在他们的引领下，与皇室沾边的任何物品都能成为轰动一时的潮流。查理·沃斯为萨冈公主定制了孔雀服，灵动的羽毛加上逼真的头饰，让她在“动物舞会”上大放异彩，沃斯也一跃成为巴黎高级时装的创始人；路易·威登制

作的箱包解决了欧仁妮皇后旅行的烦恼，在她的带动下，路易威登箱包开始风靡整个上流社会，从而发展为法国最大的奢侈品集团；最具法兰西风情的品牌，如娇兰、爱马仕等，大多带有皇室的印记和高雅华丽的贵族风范。

13 世纪到 17 世纪，意大利有这样一批人：铁匠，木匠，裁缝，画家，手工艺者，他们的地位不高，很多人没有名字，人们用两个字代替他们的名字——“工匠”。文艺复兴时期的艺术大师们则被称为“巨匠”。几百年以来，“意大利工匠”是高水准手工制作的代名词，这个“匠”字正体现了意大利作为文明古国和艺术中心，历经文化变革和历史沧桑之后的恢宏与冷静。源自意大利的奢侈品牌，普拉达、菲拉格慕、古驰，等等，从来就不掩饰自己的“工匠”出身，反而以此为傲。

社会环境的变迁与文化的变迁总是相辅相成，比如战争与奢侈品牌就有着紧密的联系。英伦风尚的代表巴宝莉，崛起于为海军制造的风雨衣；第一次世界大战后女性社会作用的改变，使香奈儿简洁利落风格成为流行；而让迪奥名声大振的“新造型”，则致力于让战后女性从中性重新回归华美。

一个品牌在短时间内出名也许不难，但要让品牌精神历久弥新，屹立几十年、上百年，变成可以影响社会文化的强大基因，则需要艰难的持守。只有真正了解品牌的身世、背景与文化，才能把一掷千金的购买过程变成一个发自内心的愉悦体验，内心的愉悦，才是真正的奢侈。正如每天经过爱马仕专卖店的卖报女终于拥有了属于自己的爱

马仕丝巾，归隐田园的妇人穿起低调的香奈儿礼服，拥有奢侈品不再为了身份、流行和博人眼球，而是内心的朝圣。只要想到戈尔巴乔夫和柏林墙，就会为自己的旅行箱所承载的历史重量肃然起敬。

奢侈品并不总像皮草和钻石那样醒目，它们很多时候是含蓄的、低调的、私人化的。时间，成就了奢侈，在时间的流淌中，品牌背后发生了太多曲折隐秘的故事，或与皇室结缘，或是创始人的天赋与艰辛，或是跟明星的不解之缘，甚至家族纷争……这种种经历，让品牌具有了丰富的文化附加值和与众不同的气质。人们对品牌的钟爱首先是对品牌气质的迷恋或尊崇，期许着将这种气质附载于自身。

对于大多数中等收入人群而言，豪掷千金去拥有心仪的奢侈品，可能超出了能力范围。但探究奢侈品背后的故事，欣赏它们代表的生活方式和人生态度——它经得起时间的考验，经历过坚守与放弃的抉择，在创新中维系内涵，对工艺与品质一丝不苟，对美的追求永无止境——而令自己发生一些改变，仅此便足够了。



01

娇兰  
GUERLAIN

跨越三个世纪的香水世家

- 015 / 世代相传，风华尽显
- 018 / 既古典又浪漫的法兰西香味
- 023 / 欧洲皇室的娇兰情结
- 025 / 一笑嫣然，倾世娇兰



02

爱马仕  
HERMÈS

站在奢侈品顶端的低调贵族

- 031 / 拿破仑时代的马蹄声
- 035 / 手工，是最好的传承
- 039 / 王妃的“凯利包”
- 041 / 丝巾，独一无二的传说
- 044 / 商界艺术家



03

路易威登  
LOUIS VUITTON

最精致的旅行哲学

- 051 / 一次改变命运的出走
- 054 / 当箱包成为上流社会的象征
- 056 / 带着路易威登去旅行
- 060 / 浸入艺术的时尚
- 064 / 巴黎的纽约客



04

巴宝莉  
BURBERRY

英伦风尚百转千回

- 071 / 风衣成就的品牌
- 075 / 让世人趋之若鹜的格子
- 078 / 优雅的英伦味道
- 080 / 最纯正的英伦风范
- 084 / 从风雨飘摇到浴火重生



05

普拉达

PRADA

:

女王的气场

091 / 一个家族和一个女人的故事

096 / 珠联璧合的婚姻和普拉达的登峰之路

100 / 穿普拉达的女王



06

香奈儿

CHANEL

:

让全世界的女人都穿黑色

107 / 黑色，孤独之美的象征

110 / 迷茫时，就穿香奈儿

113 / 山茶花、四叶草和香奈儿“5号”

116 / 女人的特立独行

119 / 手持折扇的“老佛爷”

GUCCI



07

古驰

GUCCI

:

性感奢华的风向标

125 / 佛罗伦萨的奢华

128 / 摩登时代的性感宠儿

131 / 巅峰时期的辉煌

133 / 古驰家族的豪门惊梦

138 / 谁拯救了低迷王朝



08

芬迪

FENDI

:

皮草王国的传奇

143 / 发迹于罗马的皮具店

148 / 奢华皮革的代名词

152 / 法棍面包与芬迪手袋

Salvatore Ferragamo

09

菲拉格慕

FERRAGAMO

：

来自意大利的“仙履奇缘”

159 / 好莱坞巨星的御用制鞋师

163 / 手工定制的路上玲珑

166 / 把做鞋变成一门伟大工艺

169 / 青春时尚的意式香氛

LANCÔME



10

兰蔻

LANCÔME

：

优雅浪漫的法兰西玫瑰

175 / 玫瑰城堡的唯美之花

179 / 香水，女人内在的诠释

183 / 优雅自信，兰蔻精神

BB  
BALENCIAGA  
PARIS

11

巴黎世家

BALENCIAGA

：

优雅与前卫共舞

189 / 从沃斯到巴伦夏卡

191 / 来自西班牙的设计天才

196 / 时尚界的“毕加索”

199 / “机车包”与巴黎世家的复兴

Dior

12

迪奥

DIOR

：

穿越时光隧道的华美盛宴

205 / 惊艳巴黎的“新造型”

208 / 让女人穿得像花一样

212 / 女性之美，在于发现

215 / 香水，把风情发挥到极致

218 / 英伦天才与迪奥的忘年之约

222 / 极简主义新纪元