

Liang · SheChiPin

极品的靓丽奢华透视品质与感觉

靓 · 奢侈品

全球顶级亮点奢侈品 QUANQIUDINGJILIANGDIANSHECHIPIN

养成一生好习惯全书

云舒 · 编著



人头马REMY MARTIN
马爹利MARTELL
绝对伏特加ABSOLUTVODKA



大卫杜夫DAVIDOFF
科伊巴COHIBA



宝马BMW
奔驰Mercedes-Benz
兰博基尼Lamborghini
法拉利Ferrari
保时捷Porsche
劳力士 ROLEX
宝珀 BLANCPAIN
豪爵 ROGER DUBUIS

巴黎世家CRISTOBA BALENCIAGA



伊丽莎白·雅顿ELIZABETH ARDEN
香奈儿CHANEL
雅诗兰黛Estée Lauder
爱马仕HERMÈS
纪梵希GIVENCHY



江西出版集团
百花洲文艺出版社

Liang · ChiPin

顶级品的靓丽奢华透视品质与感觉

宝马BMW
 法拉利Ferrari
 保时捷Porsche
 奔驰Mercedes-Benz
 兰博基尼Lamborghini
 劳力士 ROLEX
 宝珀 BLANCPAIN
 豪爵 ROGER DUBUIS
 人头马REMY MARTIN
 马爹利MARTELL
 绝对伏特加ABSOLUTVODKA

靓 · 奢侈品

云舒 · 编著

全球顶级亮点奢侈品
QUANQIUDINGJILIANGDIANSHECHIPIN

大卫杜夫DAVIDOFF
 科伊巴COHIBA
 伊丽莎白·雅顿ELIZABETH ARDEN
 香奈尔CHANEL
 雅诗兰黛Est e er Lauder
 爱马仕HERMÈS
 纪梵希GIVENCHY



人头马REMY MARTIN
 马爹利MARTELL
 绝对伏特加ABSOLUTVODKA
 巴黎世家CRISTOBA BALENCIAGA



养成一生好习惯全书

江西出版集团
百花洲文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

养成一生好习惯/云舒 编著

—南昌：百花洲文艺出版社 2004

ISBN 978-7-80647-667-3

I. 养... II. 云... III. 散文-作品集-中国-当代 IV. I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 044685 号

出版者 江西出版集团 百花洲文艺出版社

社 址 南昌市阳明路 310 号江西出版大厦 邮 编：330008

书 名 养成一生好习惯

作 者 云舒 编著

经 销 全国新华书店

印 刷 北京交通印务实业公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 19.875

字 数 60 万

版 次 2004 年 11 月 第 1 版

印 次 2008 年 8 月 第 2 次印刷

定 价 69.8 元

ISBN 978-7-80647-667-3

目录

世界顶级名车

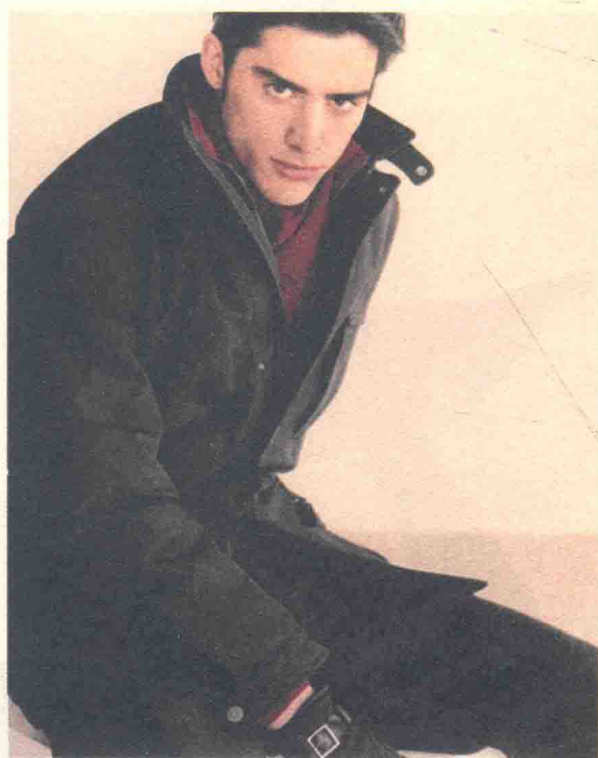
- 奥 迪 < 2 >
- 宝 马 < 11 >
- 保时捷 < 18 >
- 法拉利 < 24 >
- 凯迪拉克 < 30 >
- 梅塞德斯·奔驰 < 36 >
- 劳斯莱斯 < 42 >
- 兰博基尼 < 49 >

世界名品服装

- 巴黎世家 < 57 >
- 杰尼亚 < 63 >
- 拉尔夫·劳伦 < 69 >
- 范思哲 < 73 >
- 朗万 < 78 >

顶级奢华皮具

- 百利 < 82 >
- 普拉达 < 86 >
- 芬迪 < 91 >
- 路易·威登 < 96 >





目录

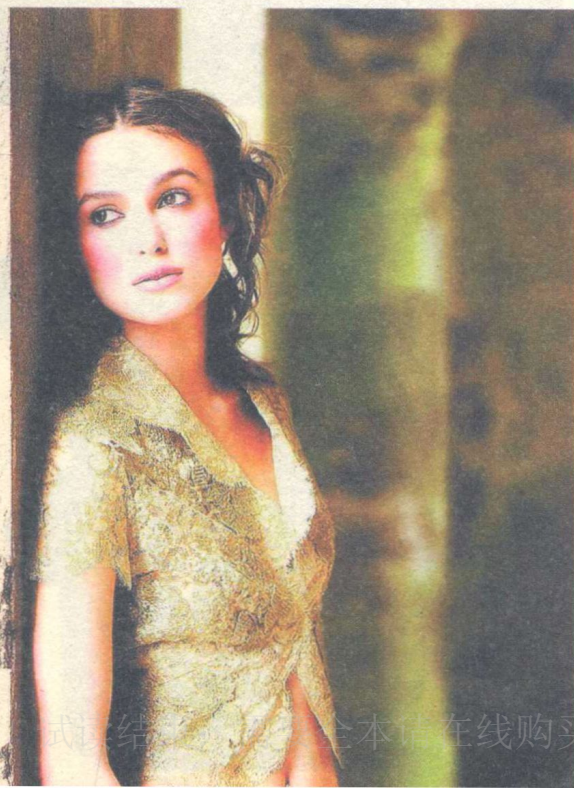
时尚丽镜

- | | |
|-----------|---------|
| 萨尔瓦托·菲拉格慕 | < 100 > |
| 珍妮 | < 101 > |
| 乔治·阿玛尼 | < 103 > |
| 伊堡罗·阿玛尼 | < 104 > |
| 莫斯奇诺 | < 106 > |
| 贝博洛斯 | < 107 > |
| 时尚 | < 109 > |
| 奇乐 | < 110 > |



奢华香水、化妆品

- | | |
|---------|---------|
| 香奈尔 | < 112 > |
| 娇兰 | < 123 > |
| 雅诗兰黛 | < 130 > |
| 爱马仕 | < 138 > |
| 纪梵希 | < 145 > |
| 古驰 | < 150 > |
| 资生堂 | < 157 > |
| 伊丽莎白·雅顿 | < 162 > |



目录

名表荟萃

- 劳力士 < 168 >
- 宝珀 < 173 >
- 百达翡丽 < 177 >
- 真利时 < 184 >
- 豪爵 < 188 >
- 万国 < 193 >
- 芝柏 < 200 >
- 欧米茄 < 206 >

顶级靓笔

- 万宝龙 < 212 >
- 威迪文 < 215 >
- 派克 < 218 >
- 犀飞利 < 221 >

尊华珠宝

- 卡地亚 < 223 >
- 蒂芬尼 < 229 >
- 麦兰瑞 < 233 >
- 宝诗龙 < 238 >
- 绰美 < 243 >
- 杰拉德 < 248 >
- 施华洛世奇 < 252 >
- 哈利·温斯顿 < 257 >
- 御木本 < 262 >





目录



顶级名酒、名烟、名茶

气氛与感官的享受——名酒

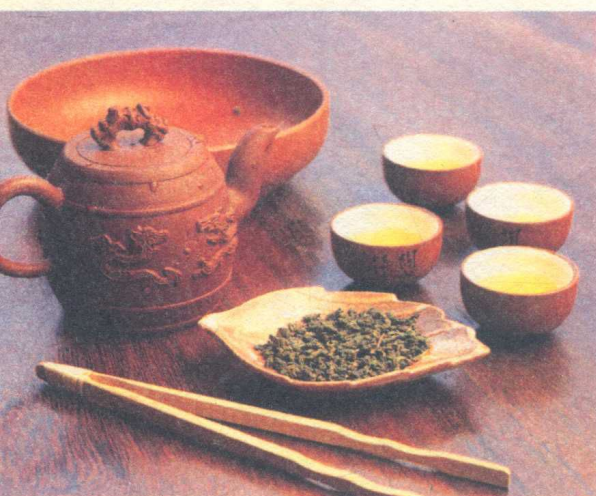
- 人头马 < 266 >
- 马爹利 < 270 >
- 芝华士 < 274 >
- 绝对伏特加 < 278 >
- 酩悦香槟 < 282 >

指缝间游走的艺术——雪茄

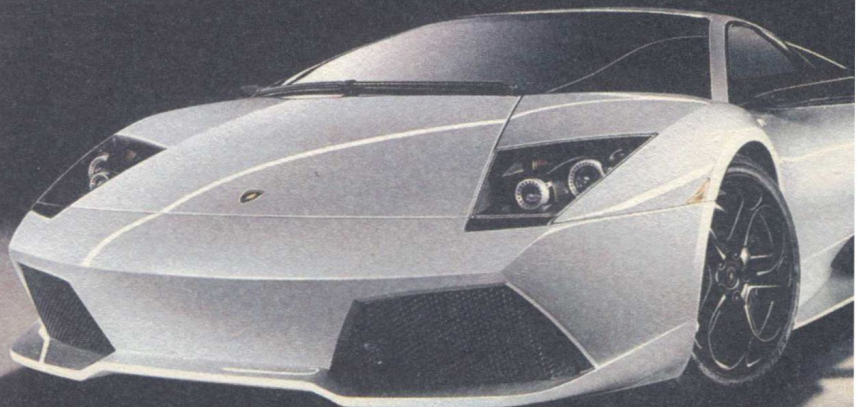
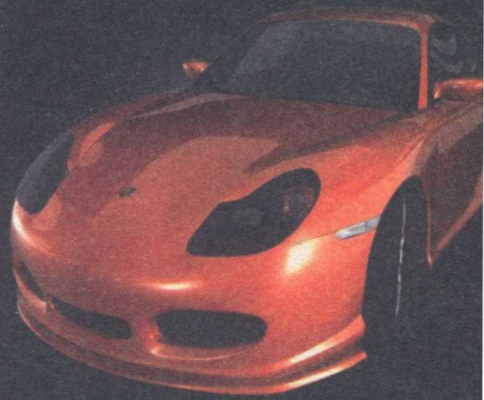
- 大卫杜夫 < 285 >
- 科伊巴 < 289 >

茶雾飘香沁心脾——名茶

- 铁观音 < 297 >
- 洞庭碧螺春 < 300 >
- 西湖龙井 < 303 >
- 冻顶乌龙茶 < 307 >
- 祁门红茶 < 309 >



世界顶级名车





奥迪

创始人 奥古斯特·霍希 创始时间 1910年 创始地 德国 英戈尔施塔特

穿越世纪的豪华之王

奥迪，一个最古老的高档豪华汽车品牌，它尊贵、动感、技术领先的血脉源远流长、生生不息；它是一个历经辉煌、劫难和复兴的企业，奥迪在其波澜壮阔的百年历史中积淀出了一种独特的企业文化，具有一种顽强进取而又不失内敛含蓄的非凡气质；它是当今全球豪华车市场上一个强有力的竞争者，奥迪充满自信地进入了一个新时代。在这个世界上，没有什么力量能够阻止它迈向更加辉煌的未来。



品牌精神

PINPAIJINGSHEN

奥迪轿车的标志为四个圆环，代表着合并前的四家公司：奥迪、霍希、漫游者和小奇迹（DKW）。这些公司曾是自行车、摩托车及小客车的生产厂家，因此每一环都是其中一个公司的象征。四个环同样大小、并列相扣，代表四家公司地位平等，紧密团结，联盟牢不可破。



奥迪——一个拥有百年历史的著名高档豪华轿车品牌。作为一个成功的汽车品牌，设计师们为奥迪增添了特有的威慑力。无论奥迪多么的含蓄内敛，骨子里的优越感总是存在着——流畅的线条，平直的雕刻线，洋溢着洒脱和力量感，奥迪的文化和内涵被奥迪的艺术大师们淋漓尽致地塑造了出来。

在奥迪的生产中，它的开发商

和制造商们，一向奉行以技术领先为宗旨。同时奥迪公司一直以其远见卓识的设计和技术创新精神影响着世界车坛。奥迪秉承德国式的严谨周密和充满哲理的设计理念，无论技术、品质还是服务，对每一个细节都精雕细琢，持之以恒的塑造着进取、创新和远见卓识。

产品的高品质和高档次是奥迪永远不变的追求。作为拥有百年历



汽车的标准，继承着百年奥迪延续下来的豪华传统。秉承“突破科技，启迪未来”的设计理念，奥迪凭借诸多领先科技在世界高档豪华车市场独领风骚。

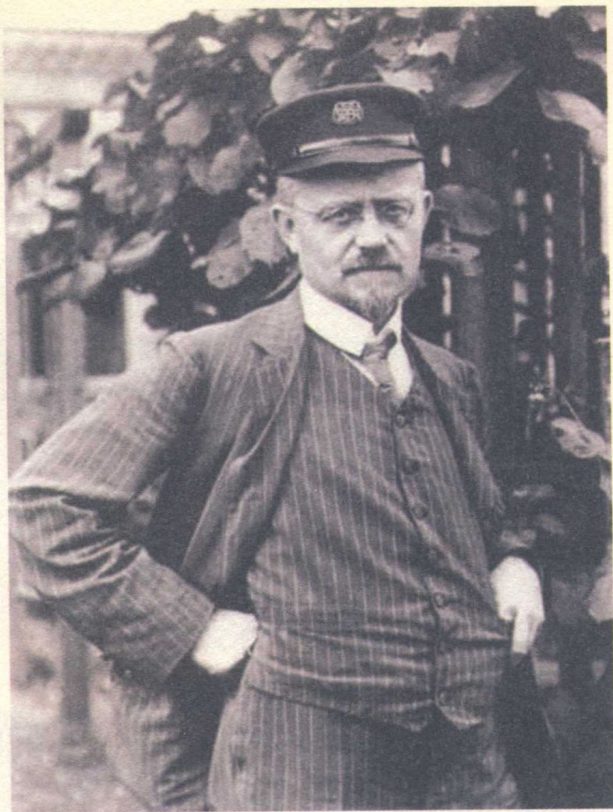


史的全球高档汽车品牌，奥迪一直将制造顶级豪华汽车产品作为基本理念，强调尖端科技与未来元素相融合的设计风格。遵循这一宗旨，奥迪尊贵、动感、时尚、个性的品牌内涵和生活方式通过其产品及其他诸多方式得到了广泛传播和认同，也成就了奥迪百年豪华品牌之路。

当今风靡全球的奥迪 A8、A6、A4、TT 等车型，无不凭借其超凡领先的技术、顶级豪华的配置与尊贵雅致的工艺，不断刷新着高档豪华

“技术领先”是奥迪产品百年不变的传统基因，并逐步发展成为奥迪品牌的核心精髓之一。奥迪公司通过对不断创新和技术领先的执著追求，使奥迪产品成为高品质的





奥古斯特·霍希

代名词，百年来始终保持领先地位的辉煌历史。

品牌故事

PINPAIGUSHI

Audi

奥迪汽车创立于1910年，拥有百年的历史，百年多来它一直保持着特有的高贵与略带含蓄的风格。在广袤的时空中，奥迪正以精湛的技术、最新的理念，反映着蓬勃向上的气势和日新月异的新面貌。它已经成为一种生活方式的向导，奥迪的拥有者也在世人的心中打上了正直诚恳、聪明果敢、自信富有创造力的特殊标签。

奥迪汽车公司现为大众汽车公

司的子公司，总部设在德国的英戈尔斯塔特，年产轿车45万辆左右。主要产品有A3系列、A4系列、A6系列、A8系列和敞篷车及运动车系列等。

奥迪品牌一切的创造都源于一个铁匠的天才和执著，他名叫奥古斯特·霍希。19世纪末的汽车，就像20世纪末的网络一样如日中天。在德国，沿着奥托·戴姆勒、本茨、狄塞尔等先驱者开创的道路，无数年轻人满怀信心地投入到一个全新的属于发动机和汽车的新纪元中，霍希就是其中的一员。

奥古斯特·霍希是德国汽车工业的先驱者之一，也是奥迪公司的创始人。霍希毕业于萨克森州来特韦达镇的一个技术学院，开始他在曼海姆的卡尔·奔驰公司的发动机制造部门工作，后来成为汽车制造部的总经理。霍希从很年轻的时候就显示出他在汽车开发方面的潜力。在德国，霍希是将铸铝技术用于汽车发动机和变速箱壳制造，以及制作电力传输元件的万向轴及高强度钢齿四化建设的第一人。1899年，31岁的霍希决定成立自己的公司，他辞去了在卡尔·本茨开设奔驰公司担任生产负责人之职，迈出了实现梦想的第一步，在莱茵河畔的科隆建立了自己的汽车制造公司——奥古斯特·霍希公司。就在这一年，1899年，成了奥迪元年。虽然霍希把公司设在了科隆，但他始终希望能回到他曾求学过的萨克森，因为



那里才是当时德国工商业最活跃的地方。1902年，他终于把霍希公司迁到了萨克森。1904年落脚茨维考市。很快霍希就用产品和发明展现出他的天才，树立了霍希作为汽车品牌知名度。1903年，公司开始生产两缸发动机汽车，随后又开始生产四缸发动机汽车。没想到的一次发动机试验的失败，导致了霍希与公司其他投资者的激烈争吵，1909年6月，生性刚烈的霍希一怒之下离开了这家以他名字命名的公司，另立门户，成立了一家新的霍希公司。新公司因在名称侵权官司中败给了霍希公司，使新公司的名称成了令人烦心的问题。正当霍希与合伙人菲肯彻尔为此绞尽脑汁之际，旁边传来了一声童声“Audi”，令他们为之一振，这是正在一旁做拉丁文作业的非肯彻尔的小儿子念出的。

“Horch”为德文“听”的命令式“听吧！”的意思，而“听”的拉丁文则念作“Audi”（奥迪）。这个名字使新生的奥迪公司与霍希公司既有区别，又有联系。于是，1910年4月25日，一个伟大的汽车品牌就在不经意的童声中诞生了，它用一种西方最古老的国际语言发出了“听吧”“Audi”的声音，这声音已经回响了近一个世纪。就在当年7月，第一台以“奥迪”命名的汽车诞生了。

20世纪20年代，霍希移居柏林，并在1932年被任命为汽车联盟监事会成员，并继续参考公司的技术开发工作。他在1951年逝世，他去世时是83岁。

历经沧桑后的今天，作为霍希事业唯一的继承者，奥迪(Audi：德文Horch词义的拉丁文读音)公司依然坚定不移地实践着100多年前霍





息；作为一个当今全球豪华车市场上一个强有力的竞争者，奥迪充满自信地进入了一个新世纪。在这个世界上，恐怕没有什么力量能够阻止它，除了它自己。

Audi

希“无论在任何情况下都只制造高档豪华轿车”的理念，不同的是，奥迪品牌已形成了一个从小型高档车到顶级高档豪华轿车共5个级别的

完整产品系列，并在4个级别上拥有S以及RS系列的高性能运动型轿车，此外还有跑车和顶级高性能SUV，无论在产品线上，还是在销量及市场范围上，都成为了世界高档豪华车市场上屈指可数的领先品牌。

作为一个最古老的豪华汽车品牌，奥迪的血脉源远流长、生生不

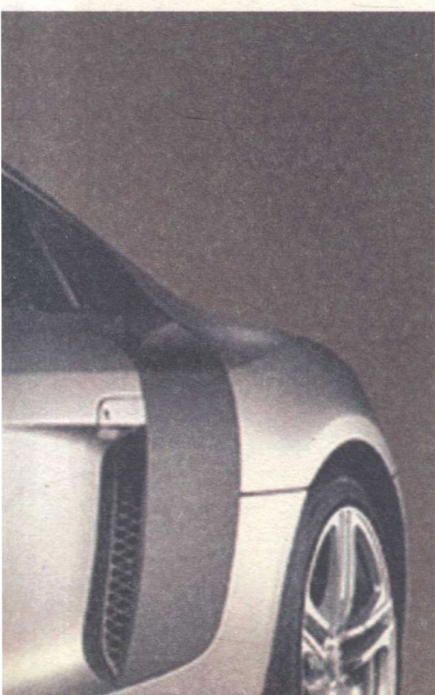
奥迪是一个国际高品质汽车开发商和制造商，至今仍然在不断地发展着其品牌与技术。也许就在明天，它将给我们带来新的惊喜。

1910年，由霍希创办的新公司——奥迪公司生产的第一辆奥迪牌汽车出现在市场上，由此拉开了这个汽车公司近百年的发展序幕。在1912年至1914年之间，在世界上公认的最艰难的长距离汽车拉力赛国际奥地利阿尔卑斯汽车拉力赛中，奥迪汽车连连夺冠，赢得特别赞赏。二战以后，奥迪首创汽车方向盘左置技术，并将排挡杆移至汽车中部，使得驾驶更为方便。从此，奥迪在众



多汽车品牌中脱颖而出。1923年，第一辆六缸奥迪汽车问世。该车有一个空气过滤器，这在当时是开先河之举。几年后，空气过滤器成为汽车的必备设施。同时，奥迪在德国汽车制造厂家中率先应用了奥迪独家设计制造的液压四轮制动系统。1927年，奥迪首席设计师HeinrichSchuh将第一辆被称为“Imperator”的奥迪八缸汽车推向市场。不巧的是，这款豪华车推出时正遭遇豪华车市场迅速下滑。

1938年，内饰十分现代、发动机性能优越的奥迪920汽车投放市场。其装配的最新开发的OHC发动机功率达75马力，车速最高达140公里/小时。这种动力大、体积小的汽车深受那些充满动感活力的人士青睐。后来，这种前轮驱动的汽车被改为后轮驱动，侧置底盘代替了中央方形底盘，并有六窗型和双门4窗型两种。市场对奥迪920的需求非常大，投放不久就销售了计划中的一年的销量。



在新汽车联盟创业之时，人们的生活普遍困难，只能使用经济实用的交通工具。在刚开始的几年中，在英戈尔施塔特生产的产品只有两冲程发动机的汽车。实际上，新汽车联盟在1949年的正式建立已是老汽车联盟战后复兴的第二步，而第一步是在1945年12月19日“零点”事件发生之后，在英戈尔施塔特成立了“汽车联盟零部件供应中心”，负责向在过去六年战乱中幸存下来的所有战前由老汽车联盟生产的车辆供应备件，在西部被占地区，这类汽车共有6000多辆。

新公司奥迪汽车股份公司从一开始就采用了一套发展与扩张的方针，奥迪和NSU汽车的产量稳步增长，直到1973年的石油危机初露端倪。1974年，全球经济的衰退对汽车市场也产生了负面冲击，公司不得不将汽车产量从头一年的40万辆削减至33万辆。

1993年秋天东京汽车展上，奥迪展示了世界第一辆采用全铝车身框架结构的汽车，宣布了一个全新汽车时代的开始。1994年3月，作为奥迪V8型轿车的改进车型，全铝车身的奥迪A8首次公开亮相。随着奥迪A8的问世，奥迪对车型系列的命名开始改变。同年夏天，奥迪A6投放市场，而新款奥迪A4也于当年11月投放市场，并取得了巨大的成功，仅在德国就售出120000辆。

1995年秋天，奥迪亮出了另一张王牌——TT跑车，该车型成功地





品牌鉴赏

在广阔的时空中，奥迪正以精湛的技术、最新的观念，反映着蓬勃向上的气势和日新月异的新面貌，它的时尚、激情与运动性必将为更多的人所喜爱。

将独特设计与现代时尚特征和成熟的技术结合在了一起。一年以后，两门紧凑车型的奥迪 A3 投放市场，吸引了更多的客户。1997 年，奥迪展示了一款新奥迪 A6 和 A12，后者是根据第二代 ASF 技术制造的一款全铝车身车型。1998 年，奥迪还成功地收购了意大利著名的跑车制造公司兰博基尼和英国赛车发动机公司科斯沃斯。当奥迪公司于 1999 年迎

来百岁大寿时，同时也“赢”来了历史上销量和利润的最高记录。身世沉浮、英雄辈出的奥迪，达到了它前所未有的高峰。它有足够的理由让世界相信，面对未来，奥迪这个百年的汽车王国会用激情和活力再次书写 21 世纪的不朽神话。奥迪，永远是豪华之王。

