

世界顶级名品 & 完全时尚手册

Collection of Famous Brands



行游娱乐的审美指南

打造极致的品牌盛宴

专家独有的精彩解读

或许已经拥有,但是未必懂得……

名品 盛宴

行游娱乐版

关澜 时涛 编著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

Collection Of Famous Brands
世界顶级名品 完全时尚手册

休闲服饰

行游娱乐版



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

名品盛宴·行游娱乐版 / 关澜 时涛编著 .

—北京 : 中央编译出版社, 2008.6

ISBN 978 - 7 - 80211 - 699 - 3

I. 名…

II. ①关…②时…

III. 商品 - 简介 - 世界

IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 087037 号

名品盛宴·行游娱乐版

出版人 和 龔

责任编辑 郑 锦

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西单西斜街36号 (100032)

电 话 (010) 66509360 (总编室) (010) 66509353 (编辑室)
(010) 66509364 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)

网 址 <http://www.cctpbook.com>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京嘉彩印刷有限公司

开 本 730×990毫米 1/16

字 数 197千字

印 张 11

版 次 2008年7月第1版第1次印刷

定 价 195.00元 (全五册)

本社常年法律顾问: 北京建元律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: (010) 66509618

(本书尚有部分图片的作者未能取得联系, 恳请尽快来电来函)

在娱乐的路上寻求信仰

凯鲁亚克的《在路上》堪称 20 世纪 60 年代嬉皮士运动的经典，“垮掉的一代”颓废地流浪着，他们真正的旅途却在精神层面。如果说他们似乎逾越了大部分法律和道德的界限，他们的出发点也仅仅是希望在另一侧找到信仰。

如今，我们已生活在一个移动世界，私人飞机、游艇、跑车等交通工具的极速发展，让人们自由地奔驰在城市的每一条街道，地球的每一个角落。你可以尽情将音乐和弥香关锁在窗内，沉浸在天马行空的思绪里，享受世界浓缩的快感，享受娱乐至上的真义。悦耳的马达声，轮胎与地面的摩擦声以及特有的风噪声交织在一起，汇成一曲无与伦比的时尚生活乐章。“在路上”也已经成为芸芸背包客的座右铭和时尚人士行游天下的生活方式，演化成现代人极度渴望自由、蔑视传统、颠覆经典、享受生活的独特准则。

全球化的视角告诉我们：世界是平的。的确，在现代技术的强大支持下，人与人的距离大大缩短，国家与国家的文化迅速链接，工业文明的成果更快地转化为物质性的享受。我们可以无拘无束地享受这一切的美妙。

你可以在清晨雨燕啾啾的南非果岭打完一场高尔夫，黄昏夕照时又出现在加勒比海岸品尝正宗的哈瓦那雪茄，透过特色酒店海景房的落地窗，用康泰克斯相机拍摄下浓郁的热带风情，夜色降临时聆听一场由斯特拉迪瓦里小提琴奏出的天籁之音，或者可

享受乐林 Hi-Fi 音响发出的滚滚雷鸣，讨好发烧友的耳朵，再或者去灯红酒绿的赌场碰碰运气。

将视线延展，将听觉开放，将思维扩宽，渐渐发现，世界，总是充满惊喜。

我们将各种娱乐的方式组合在一起，完全符合后现代的混搭理念。我们借助各种快速豪华的移动工具将距离拉近，完全符合后工业时代的发展步伐。我们将精神的享受与物质的体验完美结合，真正成为一个有灵魂有主宰力的个体。生活，让每个人心怀感激。

至于这些顶级的交通工具并非没有生命的钢铁机器，而是工业高度发达的艺术品，是个人品位与财富地位的识别标签。这些被公认的奢侈品无一不历经历史的酝酿和时代的洗礼，不因时间的流逝蒙尘，也不随时尚的轮回而多变，更不需要刻意宣扬，已然迷倒众生。

娱乐到了今天的现代生活，已经不再是一个遥不可及的梦想。它已经不再颐指气使，盛气凌人，而更加像一部历史日记，记录了每个时代奋斗者的成长史。娱乐的级别，就像编年史一样精确地记录着我们生活的轨迹。

罗丹说：“生活并不缺少美，而是缺少发现美的眼睛。”生活也并非缺少乐趣，只是需要改变我们观照的方式。娱乐与行游，是一种极品的生活调剂，是一种生活方式。

与长路、清风、时尚为伍，畅游在高雅与奢华的怀抱之中。

CONTENT 目录

引言

在娱乐的路上寻求信仰

汽车：驰游天下

物语——纯粹的机械艺术

- (德) 迈巴赫 Maybach
——百年贵族 /3
- (英) 劳斯莱斯 Rolls Royce
——高贵的符号 /5
- (英) 宾利 Bentley
——英国皇室新宠 /7
- (英) 美洲豹 Jaguar
——荣耀、速度、地位 /9
- (英) 阿斯顿·马丁 Aston Martin
——极品之冠 /11
- (意) 布加迪 Bugatti
——王者之风 /13
- (意) 兰博基尼 Lamborghini
——挑战极限 /15
- (意) 法拉利 Ferrari
——速度与力量的代名词 /17
- (意) 玛莎拉蒂 Maserati
——人性的追求 /19
- (意) 阿尔法·罗密欧 Alfa Romeo
——意大利情人 /21
- (美) 蝰蛇 Viper
——北美的道路王者 /23
- (英) 莲花 Lotus
——急速传说 /25
- (德) 保时捷 Porsche
——纯种跑车 /27
- (荷) 世爵 Spyker
——爱车人心中永远的梦 /29
- (德) 奔驰 Benz
——雄霸天下 /31
- (德) 宝马 BMW
——大众情人 /34
- (德) 奥迪 Audi
——奢华追求 /37

(美) 凯迪拉克 Cadillac

——世界标准 /39

(美) 悍马 Hummer

——越野之王 /41

(英) 路虎 Land Rover

——破茧成蝶 /43

游艇：水上行宫

物语——水之灵

- (意) 阿兹慕 Azimut
——独特品位 /47
- (意) 丽娃 Riva
——正在续写的神话 /48
- (意) 法拉帝 Ferretti
——乘风破浪 /51
- (意) 沃力 Wally
——“蓝血”贵族 /52
- (意) 博星 Pershing
——游艇黑马 /54
- (英) 圣斯克 Sunseeker
——尊者风范 /56
- (英) 公主 Princess
——顶级英伦气质 /57



C

摩托：诠释自由

物语——叛逆的艺术

(美) 哈雷·戴维森 Harley Davidson

——自由驰骋 / 61

(意) 杜卡迪 Ducati

——恒久动力 / 62

E

D

酒店：建筑艺术

物语——享受帝王行宫

(法) 丽兹酒店 Ritz

——世界最佳酒店 / 67

(法) 马丁内斯酒店 Hotel Meurice

——经典伦敦城 / 69

(阿联酋) 伯瓷 Burj Al-Arab

——绝世仅有 / 70

(新加坡) 香格里拉酒店 Shangri-La

——地平线上的绮丽 / 73

(阿联酋) 宫殿酒店 Emirates Palace

——酒店之最 / 74

(马尔代夫) 索尼沃·吉尔酒店

Soneva Gili 酒店

——世界风情 / 76

(南非) 辛吉塔私人动物保护区饭店

Singita Private Game Reserve

——丛林中的好莱坞 / 77

度假胜地：心灵的净土

物语——神来之笔

(毛里求斯) Mauritius

——天上人间 / 81

(突尼斯) Tunis

——最美的优雅 / 83

(马尔代夫) Maldives

——印度洋中的翠玉 / 84

(泰国) 普吉岛 Phuket

——世外桃源 / 87

(希腊) 克里特 Crete

——海上花园 / 88

(意) 佛罗伦萨 Florence

——西方雅典 / 89

(法) 普罗旺斯 Provence

——薰衣草的故乡 / 91

(瑞典) 斯德哥尔摩 Stockholm

——纵横时空 / 93

(希腊) 雅典 Athens

——古城遗迹 / 95

(法) 尼斯 Nice

——黄金海岸 / 97

CONTENT 目录

G

影音：奢华视听

I. 摄影

物语——珍藏的纪念

(德) 林好夫 Linhof

——决不妥协 / 113

(德) 徕卡 Leica

——相机中的劳斯莱斯 / 114

(德) 禄来 Rollei

——禄来精神 / 116

(德) 康泰克斯 Contax

——怀旧精品 / 118

(日) 美能达 Minolta

——技术领先 / 119

(日) 宾得 Pentax

——遗忘的贵族 / 121

(日) 奥林巴斯 Olympus

——光学巨人 / 122

(瑞典) 哈苏 Hasselblad

——经典典范 / 123

(瑞士) 阿尔帕 Alpa

——至极至简 / 125

F

赌场：极尽奢华

物语——挥金如土

(美) 拉斯维加斯 Las Vegas

——世界赌场 / 101

(美) 大西洋城 Atlantic City

——激情难褪 / 102

(南非) 太阳城 Sun City

——自然天成 / 104

(马来西亚) 云顶 Genting Hotel

——云中之城 / 105

(德) 巴登巴登 Baden Baden

——最美丽的赌城 / 106

(摩纳哥) 蒙特卡洛 Monte Carol

——传奇赌国 / 108



II. 音响

物语——悠扬的歌唱

(美) JBL

——一代传奇 / 128

(美) 乐林 Jeff Rowland

——天籁之音 / 129

(美) 麦景图 McIntosh

——音响界的奔驰 / 130

(美) 奇力 Krell

——极品创造者 / 132

(美) 博士 Bose

——全能音响 / 134

(美) 马兰士 Marantz

——雄风英姿 / 135

(德) MBL

——帝王之尊 / 137

(日) 金嗓子 Accuphase

——音响界翘楚 / 139

(英) 天朗 Tannoy

——皇家至尊 / 140

(英) B&W

——全面赞誉 / 141

(英) 乐富豪 Wharfedale

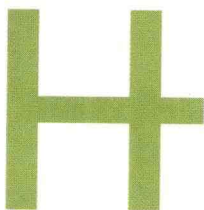
——单元钟情者 / 143

(丹) 皇冠 Avance

——音乐为本 / 144

(丹) 尊宝 Jamo

——卓越之声 / 146



乐器：天籁之源

I. 钢琴

物语——镇魂之歌

(美) 斯坦威 Steinway

——终极艺术 / 151

(德) 贝森朵夫 Bosendorfer

——皇家钢琴 / 152

(德) 塞尔乐 Seiler

——完美震撼 / 154

(德) 西米尔 Schimmel

——音色至尊 / 155

(意) 法吉奥里 Fazioli

——性感撩人 / 156

(捷克) 佩卓夫 Petrof

——清新脱俗 / 157

(法) 普里耶 Pleyel

——天才的钢琴 / 159

II. 小提琴

物语——柔美的旋律

(意) 阿玛蒂 Amati

——小提琴始祖 / 162

(意) 斯特拉迪瓦里 Stradivari

——完美巅峰 / 163

(意) 瓜奈里 Guarneri

——别具一格 / 165



汽车

驰游天下

汽车物语

——纯粹的机械艺术

如果你是个喜欢在风驰电掣中体会快感的速度狂热者，又是一个对于显示尊贵和荣耀的东西无法心灵免疫的人，并乐于看到一种产品将两样追求合二为一，那么，你无法不对世界顶级名车怦然心动。

一部名车是男人的钢铁名片，是品位和身份的象征，是激情与梦想的再现。再没有一样东西能让男人的追逐深入血脉，再没有一样东西能让男人的迷恋与生俱来，或显山露水或含蓄收敛，汽车拥有一贯的具有一种不是财富就能堆砌出来的高雅气质。动感俊朗的外形，完美流畅的曲线，澎湃汹涌的动力，咆哮生风的嘶吼，一切，为你而打造。

这是一种纯粹的机械艺术，一种以人为本的终极体现，一种速度与力量的酣畅淋漓的爆发，一种运动的野性回归。所有的玄妙与机关为你带来一场前所未有的驾驶乐趣，你会感到自然而亲切。宽敞的空间、朴素的核桃木饰、符合人体工程学中控台，点点滴滴无不体现着优雅的大家风范。它或许更像你童年的一个玩伴，一个形影不离的知心朋友，一种行动语言，一种生活元素，一个永不退潮的浪群。



(德) 迈巴赫 Maybach ——百年贵族

MAYBACH



>> 品牌精神

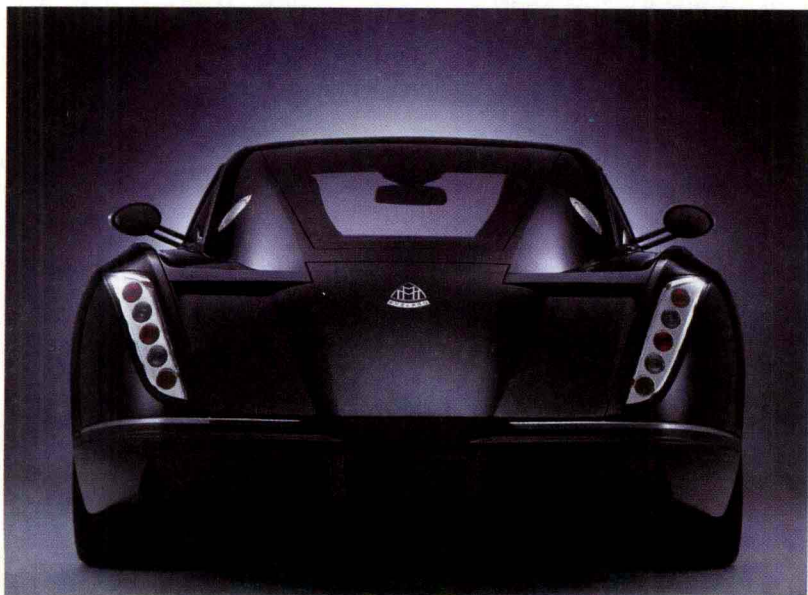
迈巴赫以其精湛的技术、至高的品质、独特的风格以及传奇的色彩，为尊贵人士提供了宽敞独立的空间，超一流的行驶舒适性，与众不同的内涵和无与伦比的乘驾感受。作为奔驰舰队的一员，迈巴赫历经 70 年的岁月洗礼，重新抖擞精神，以全新形象向世人宣布将重返超级豪华轿车的舞台，再次成为全世界瞩目的焦点。

>> 品牌故事

1901 的奔驰 35 PS，实际上是 DMG 公司维赫姆·迈巴赫的构思。这个型号为以后的轿车提供了参考的工程图。1909 年，迈巴赫为齐帕林(Zeppelin)飞船制造了高性能、更可靠的引擎；1920 年，第一部迈巴赫 W1 成功上市。到 1941 年，共计约有 1800 辆迈巴赫被纯手工打造。

大举投资以及超强的技术共同造就了迈巴赫强大的动力和扎实的品质。它曾连续在 20 世纪初期的几项重要赛事中获胜，从而奠定了今日的巅峰地位。

迈巴赫的内饰均采用一流材料，珍贵的木饰，复合纺织牛皮加最精致的缝线工艺，这些均比奔驰 S600 更高档。当然奔驰 S600 的价格也只有迈巴赫的三分之一。迈巴赫的后座可以调整倾斜角度，具延伸功能的腿部支撑脚

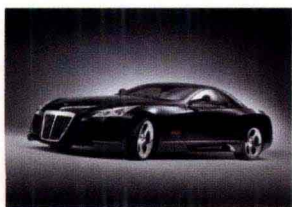


贵
族
百
年



>> 品牌鉴赏

迈巴赫的亮相令人惊艳，超过5米的车长，让车身看起来雍容高雅，一眼望去即知绝非凡品，漂亮，更有科技质感。



踏垫，看起来真可媲美飞机的头等舱座位；厚实的中肘枕分成前、后、中三段；小酒柜、影音DVD、电脑上网、可调整明暗度的液晶玻璃天窗样样俱全，俨然是当年概念车所标榜的各项豪华舒适功能。

迈巴赫的价格可以用昂贵来形容。在付出41.76万欧元高昂的代价后，车主当然获得一些独特的配置。巨大的后车门可以做90°开启，上下车变得相当宽裕，落座后，按一下车顶上的按钮，车门便能自行关好。两个独立沙发的前面各有1.5米长的腿部空间，即使身材高大的NBA球员坐上去也绝无问题。当沙发座下边的搁脚架伸出，沙发完全变成躺椅时，这块空间的实际用途才真正显现。乘客可以完全舒展身体躺在上面。在行驶过程中，车外风光是无声无息地从巨大的双层玻璃外闪过，甚至在旁边车道上驶过的40吨重的大货车也似乎相距很远。车顶上特意为后排乘客安装3只仪表以了解到行车速度、外界温度和目前时间。无论温度表显示的是+40℃还是-40℃，两部大功率空调都可以在极短时间内将车内调整到适合的温度。

迈巴赫的动力完全可以同最纯正的跑车较量，从驱动的方式看也是完全

有可能的。双涡轮增压 5.5 升 V12 发动机具备 550 马力的最大功率和 900 牛·米的最大扭矩，不仅领先于劳斯莱斯和奔驰 S600，而且居世界量产轿车之首。另外，5.9 秒的 0 ~ 100 千米/小时加速成绩虽然比厂家公布的 5.4 秒慢一些，但足已证明所拥有的功率潜能。除此之外，发动机的运转异常平稳、安静，没有任何抖动，动力源源不断。与之配合的 5 挡自动变速箱换挡顺畅而准确，根本感觉不到换挡过程。

标准型迈巴赫 57 的身长 5.73 米，长版的 62 型长度达到 6.17 米。在证明每辆车身份的“行驶证”上，更清清楚楚地注明了生产商为：戴姆勒—克萊斯勒。

(英) 劳斯莱斯 Rolls Royce ——高贵的符号

>> 品牌精神

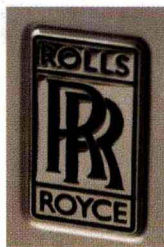
精心的设计、高雅独特的造型、强劲的动力、豪华的内饰、舒适周全的乘坐感和观感、灵巧新颖的操作性，这就是劳斯莱斯——身份、地位、权力和财富的象征。

>> 品牌故事

劳斯莱斯汽车公司由亨利·罗易斯 (F Henry Royce) 和贵族 C. 罗尔斯 (C Rolls) 合作，于 1904 年创建，两人的合作在当时被称为是“最高级材料提供者”与“最高技术应用者”的结合。亨利·罗易斯出身于贵族世家，毕业于英国剑桥大学，一直活跃于英国社交界，酷爱运动与冒险，痴迷赛车活动，一直梦想着拥有一辆能被称之为艺术、代表最高理想的汽车。他醉心于打造豪华和品味，为经典劳斯莱斯车体材料的选择立下了汗马功劳。

最初的劳斯莱斯具有两大特点：制造工艺简单、行驶时噪声极低。这两大优势很快就成为劳斯莱斯的经典。第一辆真正的传奇之作“银色幽灵”诞生于 1906 年，并首次露面于巴黎汽车博览会。它金色钟顶形的散热器备受关注，直到今天这一造型依然是劳斯莱斯不可替代的设计元素。除了其独特的外观，“银色幽灵”还拥有领先于时代的技术：强制润滑；7 升六缸发动机输出功率可达 48 马力；最高车速达 110 千米/小时，这在当时绝对是一项世界记录；更能让事实说话的是劳斯莱斯独特的发动机，同时具有动力输出均匀及杰出的耐久性这两大突出优势。

在 1907 年由伦敦汽车俱乐部的评委们主持的一场别开生面的测试中，劳斯莱斯不间断地行驶了 2.4 万千米，整个过程中汽车的维修费用只有 3 英





>> 品牌鉴赏

劳斯莱斯的贵族血统无法颠覆无法取代。时至今日，皇者的尊贵、典雅、内敛的霸气，一切都仍在延续。劳斯莱斯在名车界创造了不朽的神话。

磅。4年之后，一辆“银色幽灵”又创造了另一项纪录：从伦敦到爱丁堡往返，以4挡行驶，百千米平均油耗只有11.6升。

1925年的超长型魅影(Phantom)轿车几经改进，被英国女王选作专车，并作为英国接待外国元首的前行开道车。每当女王走访世界各地，总是携带并乘坐她那辆绝无仅有的劳斯莱斯专车。在这样耀眼的光芒下，英国及世界各地的贵族、达官贵人和富豪们开始以拥有一辆劳斯莱斯作为身份和财富的象征。

幻影是劳斯莱斯最新的代表作。正如其名，幻影全车上下几乎全是黑色。高亮度的金属钻石黑车身烤漆，搭配两条银色的腰线，21英寸大型铝质轮毂和低扁平比宽胎。散发出令人震撼的高贵感。另外，轮毂中央的RR标志经过特殊处理，不会跟随车轮转动，而是一直保持与地面垂直的状态。在车内，顶级的黑色真皮随处可见，边缘经过贝壳式收边，更显做工精细。白蜡木饰板同样被漆成了黑色，并且纹路相当漂亮，保持着整体的和谐性。车门内侧的门把手等处经过了镀铬处理，散发着银色的闪耀光泽，犹如一件顶级艺术品。

幻影的动力源于一台6.75升的V12发动机，机头上镶有劳斯莱斯的新标志。运转起来几乎悄无声息却拥有453马力/5350rpm(转速)的最大功率



以及 722Nm/3500rpm 的峰值扭矩，可以在 5.7 秒内将幻影由静止加速到 100 千米/小时，极速被电子系统限制在了 240 千米/小时。无处不展示着劳斯莱斯最顶级的设计和制造技术。

正如劳斯莱斯的创始人之一亨利·罗伊斯说过：“车的价格会被人忘记，而车的质量却长久存在。”劳斯莱斯创造的神话正是极尽苛刻的精益求精的结果。

劳斯莱斯汽车的标志图案是重叠在一起的两个“R”，象征着你中有我，我中有你，体现融洽及和谐的关系。

(英) 宾利 Bentley ——英国皇室新宠



>> 品牌精神

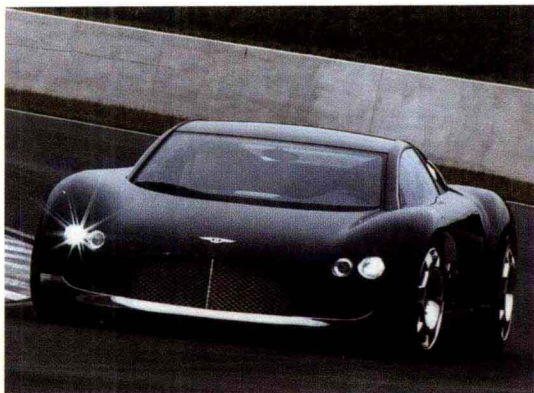
百年名车——宾利，以技术先进、性能卓越和造型优美在业界获得了高度评价。从 2002 年开始，宾利取代劳斯莱斯作为英国皇室唯一指定的汽车品牌，并且成为英女王登基 50 周年庆典座驾。其出类拔萃的性能表现、精练而雷霆万钧的引擎动力，缔造出真正无与伦比的英式豪华驾驶乐趣。

>> 品牌故事

沃尔特·欧文·宾利 (Bentley) 于 1920 年创建了自己的汽车公司，开始设计制造他多年来梦寐以求的运动车。宾利运动车在 1923 — 1929 年期间的勒芒 24 小时汽车赛中大获成功。但由于不善经营，1931 年由劳斯莱斯公司买下，但宾利作为劳斯莱斯的运动型轿车，现在已达到约 60% 的产品份额。

宾利轿车均由拥有超过 30 年丰富经验的工匠以手工装嵌而成，造车技术代代相传，工艺千锤百炼，其品质完美无暇，处处流露出英国传统造车艺术的精髓：精练、恒久及巨细无遗。在这个全世界著名品牌汽车的生产节拍都以秒计算的时代，宾利的生产线每分钟只移动 6 英寸，每辆汽车一般需要花上 16 ~ 20 个星期才能完成整个制造过程。例如宾利雅致 R，——一款四门五座的豪华轿车，配备源于英国





>> 品牌鉴赏

宾利除了具有巧夺天工的造车工艺及完美无瑕的品质外，最重要的是宾利代表着优良的赛车传统。无论如何，迎面驶来的宾利就是一件宛若帝王行宫般奢华的艺术品。

克鲁郡车厂人工制造的 6.75 升 V8 发动机，每分钟转动 4000 转的速度时能输出达 400 匹的最高马力，动力澎湃，是世界顶级豪华长途轿车。

宾利汽车的内饰均采用精挑细选的上等木材和高档皮革制作而成，车内地毯选用优质耐用的著名英国品牌威尔顿纯羊毛地毯。车身油漆都经过 15 次喷漆处理，光可鉴人。其品质严谨程度堪称世界汽车生产商之冠。此外，宾利汽车从车身颜色、车厢木饰、皮革以至地毯均可应不同的尊贵顾客所需要而度身订造，真正满足个性化需求，尽现个人风格与品味。宾利汽车以其独有的性能表现建立起自己的品牌，这种传统一直延续到现在，深深地渗透到汽车的手工艺设计当中。至今宾利的绝妙之处仍是大扭矩小转速以及豪华、奢侈、轻松、自如的感觉。

宾利已连续推出了包括 Arnage R、Arnage T 以及 Arnage RL 的全新的 Arnage 系列，同时在 2003 年推出 Continental GT。Continental GT 最大马力

