

| 世界高端文化珍藏图鉴大系 |

奢华之巅

世界高端奢侈品图鉴

铭记着财富的传承，见证着历史的延续
为真正的生活鉴赏家所呈现的华贵艺术

全新视角鉴赏奢侈品王国里的顶级品牌

Shenhua Zhidian
Shijie Gaoduan Shechipin Tujian

■ 世界高端文化珍藏图鉴大系 ■



奢华 之巅

世界 高端奢侈品

图
鉴

WORLD

LUXURY

作者 / 邹 斌



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

奢华之巅：世界高端奢侈品图鉴 / 邹斌编著. —北京：新世界出版社，2012.7
ISBN 978-7-5104-3094-7

I. ①奢… II. ①邹… III. ①消费品—品牌—介绍—世界—图集 IV. ①F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 142064 号

奢华之巅：世界高端奢侈品图鉴

作 者：邹 斌

责任编辑：张建平 李晨曦

封面设计：胡 艺

责任印制：李一鸣 黄厚清

出版发行：新世界出版社

社 址：北京市西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发 行 部：(010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总 编 室：(010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版 权 部：+86 10 6899 6306

版权部电子信箱：frank@nwp.com.cn

印 刷：山东淄博汇文商务印刷有限公司

经 销：新华书店

开 本：787×1092 1/16

字 数：180 千 印张：15

版 次：2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5104-3094-7

定 价：98.00 元



版权所有，侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页等印装错误，可随时退换。

客服电话：(010) 6899 8638



奢侈品意味着什么？时尚和财富？身份与地位？还是一种梦幻般的生活方式？

在这个淡化了等级观念的社会里，当衣食住行成为另一种语言，用来彰显个人的生活格调时，“品位”这个词在人与人之间划出一道界限。尽管在日常生活中物美价廉的生活用品无处不在，然而，当人们需要优雅、尊贵以及一切能够与其时尚及富有的身份相符合的东西时，奢侈品会让所有其他选择黯然失色。

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。这些世界高端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。

对于任何一位生活鉴赏家以及那些希望不断提高自身品位的人来说，《奢华之巅——世界高端奢侈品图鉴》这本书绝对不容错过。本书参考 2012 年世界奢侈品品牌榜中榜，精选出最具特色的品牌，通过对顶级服装、时尚箱包、奢华名表以及豪华名车等的解读与介绍，帮助读者了解奢侈品，提高读者时尚审美情趣，让追求时尚的人士在最短的时间内变身时尚达人！打开此书的每一页，你将在书香的气息中领略无尽的奢华，也将在时尚的潮流中感受到永恒的经典。

时尚是一种生活态度，认识奢侈品比拥有奢侈品更具内涵！

● 总 策 划

王丙杰 贾振明

● 责任编辑

张建平 李晨曦

● 策 划

腾飞文化

● 文图编辑 (排序不分先后)

邹斌 徐玲 张伟峰 贾辉

王辉 黄少伟 李新纯 青影

李晓洲 吕春兰 李紫晨 李春江

● 责任校对

郑永安

● 版式设计

马艳明

● 图片提供

史明新 高建新 李伟

《东方人物图片库》

<http://www.huitu.com>

<http://www.nipic.com>



完美时尚的顶级服装 /001

衣服的第一功能既不是御寒也不是体面，而是装饰。那些原始的土著人第一个精神需要就是装饰。因为，他们在没有衣服之前就有了纹身与绘画，这些足以证明衣服自古以来就是人类表达自己的一种需要。

002

时尚界的经典——香奈尔 /002

惊世骇俗的性感与华丽——范思哲 /006

自由自在的奢华——普拉达 /010

中性风格的典范——卡文克莱 /014

永恒的优雅——瓦伦蒂诺 /019

富丽精致的代表——纪梵希 /024

优雅的意大利雄鹰——阿玛尼 /029

华丽与高雅的代名词——迪奥 /034

性感浪漫的时尚精品——克洛伊 /038

浓郁的民族风——高田贤三 /042

重塑肌肤的化妆品牌 /047

玫瑰城里的唯美之花——兰蔻 /048

让美丽超越梦想——雅诗兰黛 /051

女人自信的完美诠释——伊丽莎白·雅顿 /054

全天然护理的健康沙龙——娇韵诗 /057

散发古典浪漫的香味之家——娇兰 /060

东西方文化的经典——资生堂 /063

来自欧洲的精灵——蓓莉 /065

皮肤的生命之水——碧欧泉 /067

超越极致的美丽——倩碧 /069

爱美是女人的天性，尤其是一张绝美极致的面孔可以让女人为之奋斗终生。作为一种时尚生活的组成元素，顶级化妆品品牌牢牢地占据了全世界唯美女性的芳心，是女人永远津津乐道的话题。



享誉全球的时尚箱包 /071

包包一直是大众心目中不曾忘却的消费目标之一，一方面它有很强的实用性，另一方面它充满了有灵性的遐想，隐藏着人们的梦境与秘密。一些成功的包袋设计其关键就在于完全破解了包中奥秘，甚至也因此取得了某种文化地位。

奢侈品中的奢侈品——路易·威登 /072

女性永恒的朋友——爱马仕 /077

华丽与自在共存——瑟琳 /080

时髦的第一创造者——巴黎世家 /083

皮革世家的奢华传奇——芬迪 /086

不可抗拒的经典诱惑——古琦 /089

俊逸的英伦之风——登喜路 /094

巧夺天工的尊贵珠宝 /097



珠宝是有魔力的，它们散发着撩人的光芒，让人只要看上一眼，就再也无法移开痴迷的目光。几千年来，珠宝一直象征着金钱、权势、爱和魔力，它们是人类最宝贵的财富之一。曾经，只有王公贵族才有权佩戴珠宝，直到今天，珠宝仍代表着绝对的奢华——它们价值连城、美轮美奂……

珠宝商的皇帝——卡地亚 /098

爱情纯洁坚贞的象征——施华洛世奇 /102

钻石之王——蒂芙尼 /106

标准的奢侈品——梵克雅宝 /109

凌驾奢华的珠宝王朝——宝诗龙 /112

尊贵古典——宝格丽 /115

永不落伍的奢华名表 /119

如果说时间是无形的奢侈品，那么手表则是有形的奢侈品。虽然从每一只表上都可以读到时间，但是当我们面对售价高达150万元的江诗丹顿、镶嵌了492颗美钻的价值800余万元的伯爵表时，我们看时间的心情和态度也许会完全不同。

名品至尊典范——百达翡丽 /120

尊贵的“珠宝计时器”——伯爵 /123

高贵的精准象征——劳力士 /126

无可替代的腕上精品——江诗丹顿 /130

经典和高贵的代名词——欧米茄 /133

“精确”及“创新”的象征——积家 /136

钟表中的璀璨珠宝——宝玑 /138



风驰电掣的世界名车 /143

也许这些极品名车对于普通百姓而言，永远都是可望而不可及的，因为它实在是太过昂贵了。但至少我们可以选择通过阅读的方式，去俯视这些豪华的汽车。

004

主宰 F1 赛道的红鬃烈马——法拉利/144

纯粹的奢华——保时捷/148

无可替代的至尊豪华——劳斯莱斯/154

百年贵族——迈巴赫/160

最后的黄金贵族——宾利/166

跑车中的狂野王者——兰博基尼/173

007 的超级座驾——阿斯顿·马丁/178

豪华与性能的极致——玛莎拉蒂/184

香溢四海的经典名酒 /191

酒，是一种艺术。它以其水的外形，火的性格，渗透在人类生活的每一个角落、人类文化的每一个方面。繁华世界里的名酒，象征着富贵，也预示着吉祥，是味觉的盛宴，也是心灵的涤荡。

优雅的绅士——尊尼获加/192

可以饮用的经典艺术品——轩尼诗/198

完美与经典——芝华士/204

来自上帝的恩赐——酩悦香槟/210

将高贵演绎到极致——人头马/216

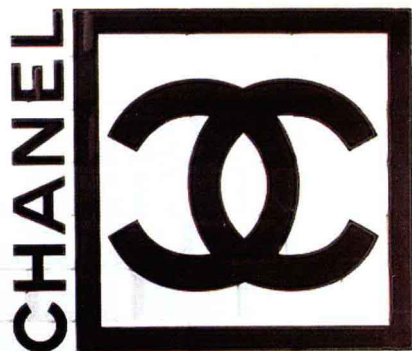
干邑中的贵族佳酿——马爹利/222

世界之醉——贵州茅台/229



完美时尚的顶级服装

衣服的第一功能既不是御寒也不是体面，而是装饰。那些原始的土著人第一个精神需要就是装饰。因为，他们在没有衣服之前就有了纹身与绘画，这些足以证明衣服自古以来就是人类表达自己的一种需要。



有人说：拥有香奈尔（Chanel），一直是这个世纪女人的美丽梦想。有人说：在新世纪的今天，还有哪个品牌能得到一家三代：祖母、母亲、孙女的同时钟爱，那首先是“香奈尔”……

品牌档案

中文名：香奈尔

英文名：CHANEL

创始人：加布里埃·香奈尔

注册地点：法国巴黎

注册时间：1910年

设计师：（1）1913~1971年，加布里埃·香奈尔

（2）1983年起，卡尔·拉格斐尔德

产品系列：

高级定制服、高级女装成衣、香水、彩妆、护肤品、鞋履、手袋、眼镜、腕表、珠宝配饰。



品牌标识：

(1) 双C：在香奈尔服装的扣子或皮件的扣环上，可以很容易地发现将Coco Chanel的双C交叠而设计出来的标志，这更是让香奈尔迷们为之疯狂的“精神象征”。

(2) 菱形格纹：从第一代香奈尔皮件越来越受到喜爱之后，其立体的菱形格纹也逐渐成为香奈尔的标志之一，不断被运用在香奈尔新款的服装和皮件上。后来甚至被运用到手表的设计上，尤其是“MATELASSEE”系列，K金与不锈钢的金属表带，甚至都塑形成立体的菱形格纹。

(3) 山茶花：香奈尔对山茶花情有独钟，“山茶花”已经等于是香奈尔王国的国花，她除了被设计成各种材质的山茶花饰品之外，更经常被运用在服装的布料图案上。

设计风格:

香奈尔 (Chanel) 是一个有近百年经历的著名品牌, 香奈尔时装永远有着高雅、简洁、精美的风格, 她善于突破传统, 早在 20 世纪 40 年代就成功地将“五花大绑”的女装推向简单、舒适, 这也许就是最早的现代休闲服。流行不断推陈出新, 但是风格永远不会被淘汰。她深信“简单”是让美好质感呈现的最佳方式。





品牌故事：

香奈尔已经成为一种时尚界的骄傲，也是这个地球上女人最想拥有的品牌！双 C 的经典 LOGO 将永远席卷时尚流行、永不缺席。

加布里埃·香奈尔生于 1883 年 8 月 5 日，孤儿院中的生活环境促使她渴望摆脱卑微的出身和现实的境遇。1910 年她与实业家贾柏相爱，贾柏资助她在巴黎的坎朋街 21 号开设了“Chanel Mode”女帽店，凭着非凡的针线技巧，缝制出一顶又一顶款式简洁耐看的帽子。短短一年内，生意节节上升，做帽子绝不能满足加布里埃·香奈尔对时装事业的雄心，所以她进军高级订制服装的领域。

1914 年，加布里埃·香奈尔开设了两家时装店，影响后世深远的时装品牌宣告正式诞生。她鲜明的个性和创造力都具有强烈的爆炸性，她本人也成为“时髦”的象征。

1939 年 9 月，因为二次世界大战爆发香奈尔关闭了她的时装店，隐居在她的寓所。战争结束后，她悄悄地离开巴黎，默默无闻地在瑞士度过了八年自我放逐的生活。

1953 年她回到巴黎，重操旧业，开始了她第二时期的设计生涯，1954 年 2 月 5 日，在没有多少喝彩声中，她郑重发布了香奈尔战后复出的第一个时装系列，但是却惨遭失败，发布会后她立即着手下一个系列。这时美国市场向她敞开大门，她的设计虽然是直线造型的继续，但依然获得了妇女们的青睐。香奈尔又一次在法国获得成功。她的创新、天赋、魅力、意志都给这个时代以巨大影响，这种影响一直延续到今天的时装界。



CHANEL

来自意大利知名的奢侈品牌范思哲 (Versace) 创造了一个时尚的帝国，代表着一个品牌家族，范思哲的时尚产品渗透了生活的每个领域，范思哲品牌鲜明的设计风格，独特的美感，极强的先锋艺术表征，让它风靡全球。

惊世骇俗的性感与华丽——

VERSACE
范思哲



VERSACE



品牌档案

中文名：范思哲

英文名：VERSACE

创始人：詹尼·范思哲

注册地：意大利米兰

注册时间：1978 年

设计师：（1）1978~1997 年，詹尼·范思哲

（2）1997 年至今，多娜泰拉·范思哲

产品系列：

女装系列、男装系列、男士手表、女士手表、香水、眼镜、丝巾、领带、内衣、包袋、皮件、床单、台布、瓷器、玻璃器皿、羽绒制品、家具产品。



VERSACE

范田心哲

008

品牌标识：

(1) Gianni Versace 实在是一个多产的设计师，他以品项分类的品牌就有男装女装的 GIANNI VERSACE MEN 和 LADY'S COUTURE，饰品是 VERSACE ACCESSORY，珠宝是 VERSACE JEWELS，家饰品是 VERSACE HOMESINGATURE，眼镜是 VERSACE OCCHIALE，内衣是 VERSACE INTENSIVE，牛仔装、运动装是 JEANS COUTURE。

(2) 如果是以不同对象定位的副牌，更分有成熟女性的 ISTANCE、年轻男女的 VERSUS、男装的 V2、VERRY、小朋友的 YOUNG VERSACE。

(3) 在所有产品分项与副牌的设计中，都可以很容易地在图案或吊牌上看到“Mdusa 蛇发魔女”头像——象征 Gianni Versace 带着神话色彩的设计精神。



设计风格:

范思哲 (Versace) 的设计风格灵感来源于女性的性感, 他对于女性的美有着不倦的好奇和追求, 他不受任何羁绊, 没有禁忌, 所以设计风格非常鲜明, 以夸张、性感、艳丽为主要风格, 流露了对梦想的追求和写意, 强调了快乐及性感。



品牌故事:

著名意大利服装品牌范思哲代表着一个品牌家族, 一个时尚帝国。1946年, 范思哲生于意大利南部一个贫穷的小城中。1972年, 他独自来到意大利“时装之都”米兰, 凭着自己的热情、机灵和无所畏惧渐渐站住了脚。

成功之后, 范思哲便把全家接到米兰, 以传统的家族联合方式创基立业。哥哥圣多完成商业学习后曾为两家连锁家电商店管理过财务, 他的加入使家族的产业很快运作起来。1978年, 他们推出了第一套范思哲女式成衣, 不久又开设了第一家专卖店。这期间, 兄弟俩还把在佛罗伦萨大学专攻语言学的妹妹多纳泰拉拉到旗下, 他们相互利用彼此的天赋, 迅速从米兰时装界脱颖而出。

自1978年推出第一个女装以来, 范思哲的服装以其独特的风格迅速成为国际名牌。范思哲设计的顶峰标志, 是1989年在巴黎推出的“*Atelier*”系列。这是他不满足于仅仅称霸意大利, 决心打入法国高级女装界而进军巴黎时所推出的一个服装专门系列。

1997年, 范思哲在美国迈阿密的住所前被枪杀, 其妹多纳泰拉开始出任范思哲品牌主设计师之职。她对范思哲品牌进行了重新定义: 以高档的男装面料制作富于装饰感的女装, 突出一种精致高雅的感觉, 细节上更显匠心, 在服装中大量运用流苏毛边、金属线、单肩设计、褶皱作为装饰, 表现得更具创意, 领型上不经意地流露出一缕东方情调, 感觉清新纯净, 集合了当今所有流行因素——运动感、年轻化、民族风。