



奢侈男人

Luxury Men

孙 玥 著



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

奢侈男人 / 孙玥著. — 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2010.2

(奢侈男女系列)

ISBN 978-7-80753-959-9

I. 奢... II. 孙... III. 男性 - 消费资料 - 选购
IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 233089 号

书 名: 奢侈男人

作 者: 孙 玥 著

责任编辑: 范淑梅 魏英璐

责任审校: 陈大霞

封面设计: 遼流图文工作室 赵兴华

版式设计: 遼流图文工作室 杨利伟 吴 丹

出版发行: 哈尔滨出版社(Harbin Publishing House)

社 址: 哈尔滨市香坊区泰山路 82-9 号 邮编: 150090

经 销: 全国新华书店

印 刷: 沈阳美程在线印刷有限公司

网 址: www.hrbcs.com www.mifengniao.com

E-mail: hrbcs@yeah.net

编辑版权热线: (0451)87900272 87900273

邮购热线: (0451)87900345 87900299 87900220(传真) 或登录蜜蜂鸟网站购买

销售热线: (0451)87900201 87900202 87900203

开 本: 787×1092 1/16 印张: 25 字数: 350 千字

版 次: 2010 年 2 月第 1 版

印 次: 2010 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80753-959-9

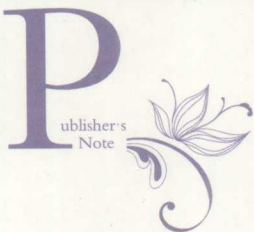
定 价: 98.00 元

凡购本社图书发现印装错误, 请与本社印制部联系调换。服务热线: (0451)87900278

本社法律顾问: 黑龙江佳鹏律师事务所



出版缘起



奢侈总是超现实的，真正的奢侈只为少数人定制，被更少人所拥有。奢侈是时间和历史酿就的生活艺术，最终的表现形式不仅是品牌，还是文化，是稀缺的生活方式。奢侈品以昂贵和精致为印记，超越时空，诉说着人类创造力的伟大。往往让拥有者动容的不是奢侈品昂贵的价格，而是隐藏在其中的追求完美的执著精神，是不计成本的制作过程，以及娓娓道来的穿越时空的关爱。奢侈品栩栩如生地代表着奢侈生活，表达着拥有者的品位和格调。

正如人有不同的气质一样，奢侈品也性格各异。虽然人和奢侈品有无数种搭配组合的方式，但是只有在人的气质和奢侈品的性格协调一致的情况下，此二者才能相得益彰、魅力倍增。具有领袖风范的男人喜欢劳斯莱斯，而为法拉利疯狂的男人总是充满冒险精神；喜欢登喜路的男人通常是彬彬有礼的绅士，而为人头马沉醉的男人则充满了英雄主义豪情；喜欢香奈儿的女人大多具

有革新精神，而有艺术气质的女人总是被爱马仕吸引；优雅女人欣赏纪梵希，而被愉悦香槟吸引的女人总是具有无可救药的浪漫情调……

奢侈品要为个人品位服务，你所选择的奢侈品其实就是你个人风格的代言人。奢侈生活所包括的当然不仅仅是拥有奢侈品，还要有能驾驭奢侈品的一小群人。演绎奢侈生活的主角是处在金字塔顶端的人群，他们信仰的奢华主义表达出一种鲜明的个人风格。然而，愈是高端的生活，就愈显得神秘，因为这种生活远离公众的视野。在本书中，我们将为您展开一幅华美画卷，将这一小群人的生活方式、生活品位，以及他们的消费取向一一呈现。

我们在本书中为您展示的诸多富豪的生活主张，并非为您提供一个个奢侈生活的范例。奢侈生活是一个灵活的命题，没有任何一个现成的范例可以套用或者模仿，但是您可以从这一个个奢华故事中提取自己感兴趣的部分，从而形成自己的风格和品位。

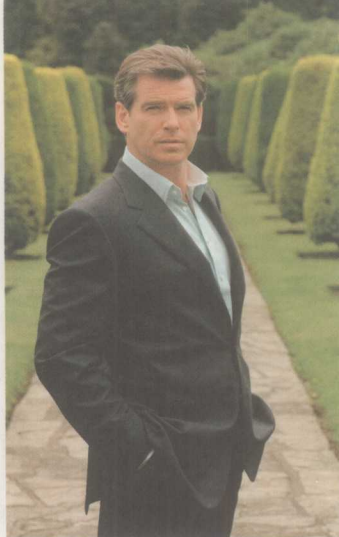
奢侈生活是一篇华丽的诗章，奢侈品是诗中的意象，人的品位暗暗操控着整首诗的意境。财富可以让你拥有舒适的生活，品位却能让你成为生活的领袖，甚至风尚坐标。而品位是需要不断学习的，正如索尼之父盛田昭夫所说：“所有美好的事物，没有一件是可以迅速做成的——因为它们都太难，太复杂”，品位的形成过程也是缓慢而美好的，这是一个需要时间去熏陶的过程。在本书所描绘的生活方式中，有些诱惑会令你心醉神迷，有些选择会令你眼花缭乱，然而源于你内心最真挚的选择，一定是你内心的挚爱，也是你的向往。

奢侈生活是一个永恒的故事，这个故事是如此华丽，如此繁杂。在本书中，我们将有关财富、品位、奢侈品的种种融合成一道道精美的甜点，可以悦目，可以赏心，可以品鉴，可以期待，或者，你可以把它当做一个绮丽的邀约，一场神奇的探索，一次可以期待的艳遇。不一定要置身于奢华之中，但若能在事物当中找到幸福感、美感、满足感，或者达到忘我的境界，这亦是一种奢华。



目录

Contents



002

百达翡丽男人

PATEK PHILIPPE & MEN

百达翡丽是可以世代相传的名品，它薄薄的身体承载着数不尽的爱和荣耀。

百达翡丽男人的高贵由时间和血脉造就，深邃的眼神，尊贵的姿态，优雅的举止，他们是最后的贵族。

他们的风采由时间造就，并赋予时间新的含义。

020

劳斯莱斯男人

ROLLS-ROYCE & MEN

劳斯莱斯是车中之王，无论时代如何变迁，劳斯莱斯始终是身份与地位的象征。

劳斯莱斯男人是人间领袖，是天生的领导者，他能镇定自如地依赖强大的自我权威操控大局。

“如果存在最好的，设法使它更好；如果不存在，就设法将它创造出来”是劳斯莱斯男人的共同使命。

036

卡地亚男人

CARTIER & MEN

卡地亚是奢华权威，是绚丽的传奇。它高傲地我行我素，而世间的名流都愿与之伍。

卡地亚男人野心勃勃，王者的霸气同绅士的内涵在他们身上结合为一个整体，卡地亚男人如此嚣张、冷静。外表形象张扬，精神内核低调。

他们是不朽的传奇。





052

登喜路男人

DUNHILL & MEN

登喜路来自绅士之都英国伦敦，它周身散发着优雅的气息，它崇尚传统但不失现代感，沉稳中饱含潇洒，杰出而不失圆滑。

登喜路男人是彬彬有礼的绅士，和保守的老派绅士不同，他看起来温文尔雅，而内心却激流澎湃，充满了冒险精神。

他们恒久且出类拔萃。

068

万宝龙男人

MONTBLANC & MEN

在飘逸的线条和书写的沙沙声中，万宝龙记录着历史，传承着文明。以手写心，万宝龙表达着丰富的情感，挥洒出泉涌的文思。

万宝龙男人是深情的男人，他的目光如秋水般深邃，气质如文竹般淡雅，所有的人情味道都沉淀在他心里，化作口中的坚定，笔下的执著。

他们相信，字由心生，认真写字的人，也会认真生活。



082

奔驰男人

MERCEDES-BENZ & MEN

梅赛德斯-奔驰的名字代表着权威、先锋和不容置疑。无论时光如何流转，也无论将来有什么新的传奇诞生，在人类汽车发展史上，奔驰所奠定的地位是任何其他汽车品牌都无法撼动的。

奔驰男人是稳重成熟男人的典范，他话不多，却字字珠玑；他行事低调，却牵动着最广泛的关注。无论身处何地，他都是众人目光的聚焦点。

他们不动声色地改写着我们的生活，我们的历史。

目录

Contents



096

劳力士男人

ROLEX & MEN

劳力士内敛、尊贵、精准无比，暗藏着摄人心魄的霸主气势，如时间一样恒久。

劳力士男人是懂得享受生命的成功者，他的幸福不是来源于财富，而是来源于豁达的心态。

他们相信，所有的一切，时间自会证明。

110

路易·威登男人

LOUIS VUITTON & MEN

路易·威登是奢侈品中的奢侈品，经典中的经典，时尚中的时尚。

路易·威登男人在各个方面都能成为人们的偶像，他游刃于事业、生活的两极，在一场场博弈中找寻成功的快感。

他们让魅力停驻，让时光继续流逝。

126

法拉利男人

FERRARI & MEN

法拉利是一个独特的品牌，它销售的不仅是最好的跑车，也是最伟大的梦想和激情。

法拉利男人热衷于冒险和挑战，他是穿梭于都市森林中的勇士，刚柔并济，狂放不羁；他是游离于过去与未来的使者，诉说着荣誉和永恒。

他们留给人们的印象是近乎完美、没有缺点的，因为勇气是人类遗传下来的最伟大的情操之一。





142

阿玛尼男人

GIORGIO ARMANI & MEN

阿玛尼是经典中的经典，它不过分前卫，也不会落伍，永远在优雅与时尚之间完美地拿捏着平衡。

阿玛尼男人是经典男人，宛若一块天然的纯白璞玉，历练越长，越会发出历久弥新的光彩。

他们像打磨珠宝一样打磨人生。

156

江诗丹顿男人

VACHERON CONSTANTIN & MEN

江诗丹顿率先为人类记录了时间缥缈的踪迹，成为度量生命及历史的基本刻度。

江诗丹顿男人是理性男人，他拥有运筹帷幄的能力与高雅的气质，他不相信神话，一切用事实证明。

他们是传统的，亦是永恒的；他们让人敬畏，亦让人着迷。

170

人头马男人

RÉMY MARTIN & MEN

人头马没有香槟的浪漫、威士忌的麦香，只有雄性荷尔蒙的激情跌宕，它带来的是法国宫廷文化的神秘，它宣扬的是大无畏的英雄主义。

人头马男人是游弋于城市的勇士，他的血液里流动着英雄主义的豪情，他的眼神中映射着摄人的霸气。

他们在时光中攫取永恒。



目录

Contents



182

宝马男人

BMW & MEN

宝马不仅做到了你期望的那部分，就连你没想到的，它也做到了，它是如此出人意料，即使你把它拆得七零八落，它依然是位美人。

宝马男人厌恶一成不变、墨守成规、故作深沉。你若说他喜新厌旧，他说不定会回应你一个帅气的微笑。他喜欢什么？活力、激情！

他们是生活艺术的诠释者。

198

普拉达男人

PRADA & MEN

普拉达是独特的、内敛的，怀旧而现代的，宁静而优雅的。

普拉达男人是都市新贵，他不仅拥有财富，而且还会有品位地使用自己的财富。财富让他拥有最好的生活，品位让他成为精神领袖，甚至风尚坐标。

他们演绎着一种理想的人生。

210

宝玑男人

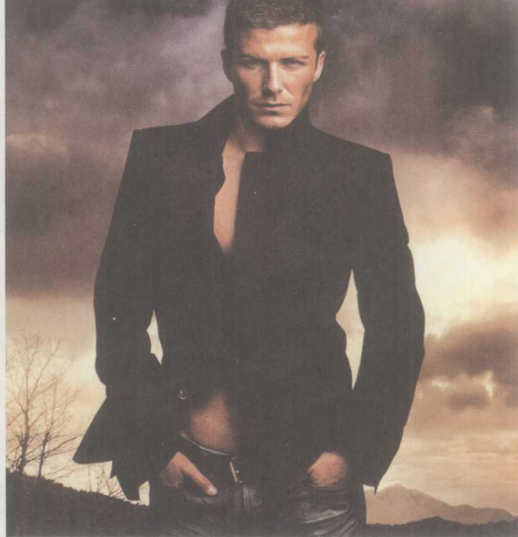
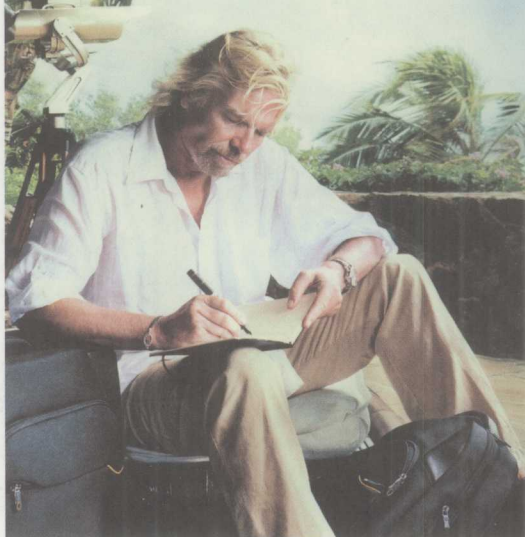
BREGUET & MEN

宝玑是造物主对人类的恩宠，它体现了人类最伟大的创造力和原创精神。

宝玑男人是完美主义者，他举手投足间透露着遮掩不住的锋芒，他的生命在追求完美的过程中升华。

他们的座右铭是：如果值得做，就做到最好。





224

哈雷男人

HARLEY-DAVIDSON & MEN

哈雷戴维森是一个被物化了的精神象征，它被幻化为一种文化、一种生活方式、一个美国式的传奇。

哈雷男人是男人中的男人，在追风沐雨的那一刻，他们将男人的成就感和雄性魅力彰显到极致。

骑着哈雷，他们成为真正自由的人，挣脱了束缚，开始了美妙历程。

238

杜嘉班纳男人

DOLCE & GABBANA & MEN

杜嘉班纳不拘一格，狂野与优雅并存，充满创意，反对随波逐流。

杜嘉班纳男人桀骜不驯，并且才华横溢。他主张为自己而活，喜欢一切非公式化的东西，追求建立在自由之上的成功。

他们是特立独行的先锋。



252

阿斯顿·马丁男人

ASTON MARTIN & MEN

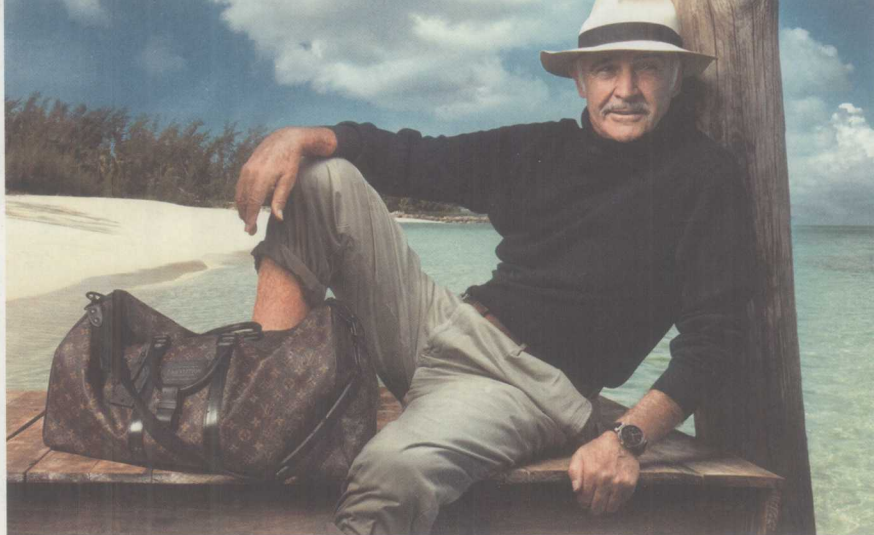
阿斯顿·马丁善于创造传奇，善于营造英伦格调的快乐，善于将奢华的运动风格和古典优雅的格调集于一身。

阿斯顿·马丁男人是现实版的“007”，他并不反对以硬邦邦的肌肉来显示原始的男性魅力，但他更崇尚内在魅力——幽默、睿智、彬彬有礼，在气宇不凡的外表之下，是冷静从容的内心思维和果断敏捷的行动方式。

他们树立了一种榜样——可以被追随，却无法被模仿。

目录

Contents



266

芝华士男人

CHIVAS & MEN

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。

芝华士男人是勇气的化身，他光明磊落，以勇气为盾，以信心为矛，在时间的长河中铸就永恒的辉煌。

他们是世人的榜样、目标和希望。

280

科伊巴男人

COHIBA & MEN

科伊巴是一种诱惑，是男人的梦想，更是精神力量的源泉。

科伊巴男人是勇敢的开拓者，优雅、沉静、思想深邃。在困难面前，他从容不迫，进退有度；在成就面前，他气定神闲，宠辱不惊。

他们展现出一种成熟的魅力，一种夺人心魄的气度。

292

库克男人

KRUG & MEN

库克香槟与快乐、欢笑同义，它一直被奢侈、诱惑和浪漫的色彩包围着，它在高脚杯里演绎浪漫故事。

库克男人浪漫、自由、有情调，有人羡慕他，有人嫉妒他。他所做的一切都是为了快乐——快乐难道不是最重要的吗？

快乐，是他们存在的理由。





306

兰博基尼男人

LAMBORGHINI & MEN

兰博基尼从不定义自己，它的存在只为一个目标——制造世界上最好的跑车。

兰博基尼男人具有典型的双面性格，他是温和的，也是偏执的。他的性格中有一股牛劲儿，任何特定的压力和挫折都会成为他爆发的诱因。

请记住，千万不要尝试挑战他们的极限。

320

蓝山男人

BLUE MOUNTAIN COFFEE & MEN

蓝山咖啡有一种忧郁的气质，深沉，不张扬；它拥有魔力，让人沉醉，让人迷恋。

蓝山男人是儒雅又浪漫的男人，周身散发着超脱的气息。他穿越了尘世纷扰，欲望之河从面前流过，他静伫一旁，细细地品味现世的快乐。

他们用一生的坚忍换来成功后的平和，用一生的淡定洗去曾经的浮躁，使生命趋于平静，静静地散发出迷人的芳香。

336

摩根男人

MORGAN & MEN

摩根汽车以古典韵味著称，它周身散发着新时代机械化生产所不具备的贵族气质，在现代汽车界独树一帜。

摩根男人是古典男人，他身上没有流行文化的浮光，而富有古典式的英雄主义和理想主义情结，他诠释着属于男人的力量、仁慈和风度。

他们深邃隽永，回味无穷。

目录

Contents



352

卡佩利尼男人

CAPPELLINI & MEN

卡佩利尼家具高贵而不浮夸，华丽又不失锐气，古典但不失时尚，它是一种挥之不去的优雅风情。

卡佩利尼男人是有艺术气质的男人，他有着挑剔的眼光，敏感的内

心，独特的个性，出众的才华。

他们是艺术界无私的先行者。

366

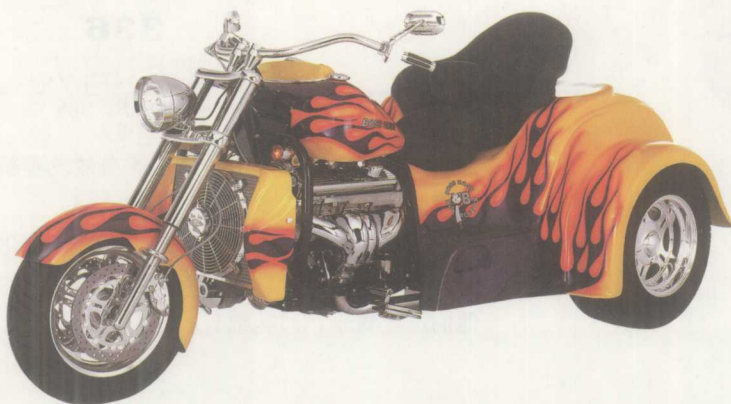
绝对伏特加男人

ABSOLUT VODKA & MEN

绝对伏特加纯净、优雅、简单而又富有浓郁的瑞典特色，在历经岁月沉淀之后，它已成为一种文化的代言者，一种精神的象征。

绝对伏特加男人拥有美酒一样醉人的魅力，艺术品一样迷人的格调。他们尽情挥洒真性情、真自我，在喧嚣的世界中孑然独立。

他们拥有让世界安静下来的魔力。



世界品牌研究课题组



奢侈男人

Luxury Men

孙 玥 著

 哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

百达翡丽男人

Patek Philippe & Men

百达翡丽是可以世代相传的名品，它薄薄的身体承载着数不尽的爱和荣耀。

百达翡丽男人的高贵由时间和血脉造就，深邃的眼神，尊贵的姿态，优雅的举止，他们是最后的贵族。

他们的风采由时间造就，并赋予时间新的含义。

百达翡丽是贵族的标志。虽然贵族仅在少数西方国家仍旧存在，但是全世界的百达翡丽男人都拥有一种贵族气质。贵族气质是经由血脉传承的，是流淌于血液之中的，是渗透在骨髓之内的。百达翡丽男人的身上仿佛有一层金光，即使他默默地站在那里，也会让周围的一切黯然失色。莎士比亚曾说：“三年可以造就一个暴发户，三代才能培养一个贵族。”莎翁的话与中国那句“三代仕宦，学得穿衣吃饭”的古话不谋而合。欧洲的贵族最初是唯血统论，慢慢地，教养开始代替血统，成为贵族的重要标志。

贵族的教养从何而来呢？它无法像知识那样机械地传授，只能在适宜的文化环境之中熏陶而成。而一个人的生活环境是由家庭背景造就的。贵族的教养首先来自家教。家教不是指弹钢琴、背古文，而是日常生活中的亲切与自然，举手投足中的优雅与高贵。家庭之后是社交。子女由父母带领进入与家庭背景相符的社交圈子，实践各种社交礼仪，成为彬彬有礼的绅士和淑女。所以说到底，贵族气质还是由血脉传承的。

百达翡丽男人不一定是英国或法国的那种世袭贵族，但是他或是来自金融世家，或是来自艺术、政治、教育世家，他的父辈祖辈是某个领域的权威人物。从百达翡丽男人身上流淌出来的气质是经由时间一代一代沉淀下来的，这种气质



是都市新贵所不具备的，就好像树木之间的差别。树木中，长得飞快的是一些轻质树种，比如泡桐。但木质坚硬细密的高级木材和名贵树种生长都极为缓慢，比如可以做砧板的银杏树，坚硬如铁、入水即沉的红木、檀木更是生长极缓，故而名贵。

世代相传的贵族气质就好像世代相传的百达翡丽。百达翡丽被认为是世界上最好的钟表品牌，创立伊始，百达翡丽便以其稳重内敛、尊贵经典的设计赢得了王公贵族的青睐。在 1851 年的伦敦世界博览会上，英国维多利亚女王选中并买下了一只百达翡丽袋表，女王的丈夫伯特亲王也选购了一只百达翡丽的猎表。名人购精品，百达翡丽由此奠定了其贵族化的地位。关于百达翡丽，流传最为广泛的一句话就是：

“没有人能拥有百达翡丽表，只不过为下一代保管而已。”所有购买百达翡丽的人，购买者的资料都会登记在日内瓦的钟表档案馆内，当腕表的拥有者发生变化，如赠予、继承等，档案会随之更改。百达翡丽要告诉所有的人，它的尊贵不仅在于它的精确、独特、卓越与高贵，而且在于它的耐用、恒久与延续。它的价值是“持久的价值”，不能以单纯的金钱来衡量。

奢侈不是贵族的标志，真正的贵族不会炫耀自己开什么车、戴什么表、去过什么地方，因为他们没有自卑感。他们不但不是高居于平民之上的豪强，反而要比平民承担更多的社会义务与政治责任。欧洲的中世纪贵族家庭实行的是长子继承制，长子以下的贵族子弟都要从军打仗。在和平年代，拥有贵族气质的百达翡丽男人则在各种赈灾、拍卖和捐助之中承担社会责任。

百达翡丽男人追求精致文化、生活态度与精神层面的修养，他们在成长过程中吸纳了很多东西，大到政治宗教，小到品酒赋诗，还有绘画、音乐、戏剧艺术鉴赏，他们有机会耳闻目睹各种顶级物品，所以他们对理想、对人生、对艺术有独特的观点，有自己的认知。



喜欢 百达翡丽的 男人们

俄罗斯政府官员、艺术家和商界精英都垂青于历史悠久的瑞士名表，他们普遍认为一块名表能够充分展示主人显赫的社会地位。在俄罗斯政府官员中，前总统普京佩戴的手表最昂贵，那是百达翡丽的一块万年历金表，价值高达6万美元，而普京习惯于把手表戴在右手腕上。

在俄罗斯过去100年的历任国家领导人中，普京是最受俄罗斯人欢迎的总统。生活中，普京吃喝玩乐样样通，他非常重视业余生活，娱乐、休息、锻炼安排得丰富合理，调剂得有滋有味。在普京总统休假期间，那些与他进行半官方会晤的政府官员，并不总是在会见结束之后就离开。有些时候，普京会把他们留下，请他们吃顿便饭。在这种情况下，普京会在博恰罗沃小溪旁的官邸的院子里支上火盆，然后大家围坐在一起烤鱼串或者肉串吃。