

界

Canary twirpen
der Kugelschreiber,
der auch ein Druckbleistift ist.



极



金晶◎编者

TUSHUO SHIJIA
WENHUA XILIE

图说世界文化系列

图

说

世

界

300个著名品牌



图书在版编目 (CIP) 数据

图说世界300个著名品牌 / 金晶 编著. —长春: 时代文艺出版社, 2011.4
(图说世界文化系列)

ISBN 978-7-5387-3557-4

I. ①图... II. ①金... III. ①商品—世界—通俗读物 IV. ①F76-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第058922号

出品人 陈琛

选题策划 苗欣宇

责任编辑 苗欣宇

装帧设计 孙 俪

排版制作 陈 萍

本书著作权、版式和装帧设计受国际版权公约和中华人民共和国著作权法保护

本书所有文字、图片和示意图等专用使用权为时代文艺出版社所有

未事先获得时代文艺出版社许可

本书的任何部分不得以图表、电子、影印、缩拍、录音和其他任何手段
进行复制和转载, 违者必究



图说世界300个著名品牌

金晶 编著

出版发行 / 吉林出版集团 时代文艺出版社

地址 / 长春市泰来街1825号 吉林出版集团 时代文艺出版社 邮编 / 130011

总编办 / 0431-86012927 发行科 / 0431-86012939

网址 / www.shidaichina.com

印刷 / 北京画中画印刷有限公司

开本 / 710 × 1000毫米 1 / 16 字数 / 349千字 印张 / 19.5

版次 / 2012年1月第1版 印次 / 2012年1月第1次印刷 定价 / 39.00元

图书如有印装错误 请寄回印厂调换

【图说世界300个著名品牌】

目录

contents

第一章 时装	001
安娜·莫里那端 (Anna Molinari)	002
柏帛丽 (Burberry)	003
克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)	004
香奈儿 (Chanel)	007
克里斯汀·拉克鲁瓦 (Christian Lacroix) ..	010
克洛耶 (Chloé)	011
切瑞蒂1881 (Cerruti 1881)	013
卡尔文·克莱恩 (Calvin Klein)	014
杜嘉班纳 (Dolce & Gabbana)	017
唐娜·卡伦 (Donna karan)	020
登喜路 (Dunhill)	022
伊曼纽尔·温加罗 (Emanuel Ungaro)	024
爱思卡达 (Escada)	027
芬迪 (Fendi)	029
纪梵希 (Givenchy)	032
乔治·阿玛尼 (Giorgio Armani)	037

001 »——

目录

1976年的
人为高收
品族定制
主身的时
parch La
本的创建者
首席设计师(1992年)



范思哲 (Gianni Versace)	040
古琦 (Gucci)	045
詹弗兰科·费雷 (Gianfranco Ferré)	047
波士 (Hugo Boss)	049
让·保罗·戈尔捷 (Jean Paul Gaultier) ...	050
伊尔·桑黛尔 (Jil Sander)	054
卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld)	056
朗万 (Lanvin)	058
米索尼 (Missoni)	062
莫斯基诺 (Moschino)	066
马克斯·玛拉 (Max Mara)	068
尼娜·瑞西 (Nina Ricci)	070
皮尔·卡丹 (Pierre Cardin)	073
普拉达 (Prada)	074
罗密欧·吉利 (Romeo Gigli)	076
拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	077
索尼娅·里基尔 (Sonia Rykiel)	081
特鲁萨尔迪 (Trussardi)	085
华伦天奴 (Valentino)	086
维维安·威斯特伍德 (Vivienne Westwood)	090
伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent) ...	094

第二章 休闲装	099
贝纳通 (Benetton)	100
爱斯普利特 (Esprit)	101
猜? (GUESS?)	102
李 (Lee)	104
李维斯 (Levi's)	105
万宝路 (Marlboro Classics)	106
诺帝卡 (Nautica)	106

第三章	皮具	109
	安格尔 (Aigner)	110
	巴利 (Bally)	111
	考奇 (Coach)	112
	爱马仕 (Hermès)	113
	路易·威登 (Louis Vuitton)	117
	兰姿 (Lancel)	120
	罗威 (Loewe)	122
	萨瓦托·菲拉格慕 (Salvatore Ferragamo)	124
	铁狮东尼 (Testoni)	126
第四章	珠宝	131
	百开蒂 (Baccarat)	132
	宝格丽 (Bvlgari)	134
	卡地亚 (Cartier)	136
	布契拉提 (Gianmaria Buccellati)	139
	哈利·温斯顿 (Harry Winston)	140
	H.史登 (H.stern)	142
	波米雷特 (Pomellato)	144
	施华洛世奇 (Swarovski)	146
	蒂凡尼 (Tiffany&CO.)	149
	范克里夫&阿贝尔 (Van Cleef & Arpels) ..	154
第五章	化妆品	157
	倩碧 (Clinique)	158
	雅诗兰黛 (Estée Lauder)	160
	伊丽莎白·雅顿 (Elizabeth Arden)	161
	娇兰 (Guerlain)	163
	兰蔻 (Lancôme)	166
	希思黎 (Sisley)	170

第六章 手表	173
爱彼 (Audemars Piguet)	174
名士 (Baume&Mercier)	175
百年灵 (Breitling)	178
宝珀 (Blancpain)	179
宝玑 (Breguet)	181
昆仑 (Corum)	184
卡地亚 (Cartier)	185
玉宝 (Ebel)	188
芝柏 (Girard Perregaux)	189
汉密尔顿 (Hamilton)	190
万国 (IWC)	193
浪琴 (Longines)	195
积家 (Jaeger-Lecoultre)	197
欧米茄 (Omega)	200
百达翡丽 (Patek Philippe)	201
伯爵 (Piaget)	205
劳力士 (Rolex)	207
豪华 (Tag Heuer)	209
宇宙 (Universal Geneve)	211
江诗丹顿 (Vacheron Constantin)	213
第七章 笔	217
A.T.高仕 (A.T.Cross)	218
曙光女神 (Aurora)	219
贝克斯雷 (BexLey)	220
卡朗·达什 (Caran D'Ache)	220
古典笔 (Classic Pens)	221
卡地亚 (Cartier)	222
雷梅 (Lamy)	223

1976年的
为高牧
家女第
身的P
meth L
的创建者
席设计师：1992年



万宝龙 (Montblanc)	224
派克 (Parker)	224
犀飞利 (Sheaffer)	225
斯蒂皮拉 (Stipula)	226
维斯康提 (Visconti)	227
华特曼 (Waterman)	227
威尔—永锋 (Wahl—Eversharp)	228
 第八章 雪茄	 229
Cohiba	230
丹纳曼 (Dannemann)	230
Fonseca	232
格雷里夫 (Graychiff)	232
Montecristo	233
奥金瓶 (Oud KaMpen)	233
烈马 (Ritmeester)	234
 第九章 打火机	 235
可立配 (Colibri)	236
登喜路 (Dunhill)	236
Emro	237
S.T.都彭 (S.T.Dupont)	237
Zippo	238
 第十章 车	 241
奥迪 (Audi)	242
奔驰 (Benz)	245
宝马 (BMW)	249
克莱斯勒 (Chrysler)	253
雪铁龙 (Citroen)	255
福特 (Ford)	258



76年的
高收
女名
的时
sh L
)创建者
设计师 (1992年云

图说世界300个著名品牌

菲亚特 (Fiat)	261
法拉利 (Ferrari)	264
通用 (GM)	269
现代 (Hyundai)	273
陆虎 (Land Rover)	276
保时捷 (Porsche)	280
标致 (Peugeot)	283
劳斯莱斯 (Rolls Royce)	287
雷诺 (Renault)	290
大众 (Volkswagen)	294
沃尔沃 (Volvo)	299

第一章

时装

976年的
为庆祝
在巴黎
身的同
ureth L
的创建者
新设计师 (1992年)

安娜·莫里那瑞 (Anna Molinari)

意大利设计师安娜·莫里那瑞 (Anna Molinari) 将她名字里的每一个英文字母拆开, 各代表一个英文文字, 串成她的中心设计精神——Attractive吸引力、Natural自然、Neutral粉色调、Acid科技色彩、Modern摩登、Organdy闪亮的质材、Lacy蕾丝、In a continuous play of contrast运用对比的效果、Nuances颜色的细微差别、A passionate and flamboyant character随心情起伏变化的颜色、Romance浪漫、Impulsive感性的行动。安娜·莫里那瑞以她的名字, 完整地构筑出了一个充满女性魅力的时尚空间。

米兰的时尚风格一直是非常理性而冷静的, 擅长运用针织、蕾丝、丝绸等柔软的质材, 创造性感、浪漫。安娜·莫里那瑞在其中显得特别突出, 成为女性化设计风格的代表。

质材与色彩, 一直是安娜·莫里那瑞设计服装时, 创造浪漫女性气息的利器。不论是针织或丝绸——这类柔软垂坠感极佳的质材, 总是能将女人的曲线表现得恰到好处。再透过粉色调、对比色调等的变化, 营造出温柔或娇嗔傲慢的风格, 让女人展示出最动人的魅力。



意大利设计师安娜·莫里那瑞

强调性感、浪漫而且能

清楚表现出穿着者个性、情绪的设计风格，使得安娜·莫里那瑞的华丽晚装格外受欢迎，因为它总是能让穿着者在正式的场合中成为注目的焦点，散发出独特的迷人特质。

饰品、皮包、鞋子，虽然都是属于搭配性质，量也不多，但是安娜·莫里那瑞充满复古气息的饰品每季都非常精彩，甚至可当作收藏品。

在安娜·莫里那瑞旗下除了以她名字为名的主线，还有两个副牌，一个是以针织为主的Blumarine，另一个是较年轻的Blugirl。Blumarine是安娜·莫里那瑞在1977年为专门设计针织服装而创立的品牌。创立后没多久，就因为它鲜明的设计风格，在20世纪80年代米兰的成衣界崭露头角。后来安娜·莫里那瑞更加入了梭织的服装用来搭配针织服装，使Blumarine成为了更完整的服装系列。

柏帛丽 (Burberry)



柏帛丽是英国老资历的服装品牌，最初以设计制作风雨衣起家。柏帛丽服装最能承受冷风、热风、雨、风暴，在寒冷气候下能形成良好的服装人体环境。

1856年，托马斯·柏帛丽 (Thomas Burberry) 在英国贝辛斯托克创建柏帛丽公司，专门制作风雨衣。

早期的猎装和钓鱼装必须要有理想的防风雨效果，能承受相当大的风雨，同时又要有良好的透气性。柏帛丽服装满足于这一要求，提供了优异的使用性能。1911年，第一个到达南极的罗尔德·阿蒙德森 (Roald Amundse) 写道：

“非常衷心地感谢柏帛丽。在去南极途中，柏帛丽风雨大衣帮了我极大的忙，事实



BURBERRY
ESTABLISHED 1856

柏帛丽公司于1856年成立

Burberrys

柏帛丽曾用标志

上它已成了我的好朋友。”另一位斯科特上尉，在去地球最南端的旅程中，用柏帛丽“轧别丁”制成了帐篷，这个帐篷后来

还在布鲁顿艺术画廊展出。

汽车发明后，柏帛丽马上推出驾驶穿着的男装、女装，不管是敞篷汽车还是封闭汽车，柏帛丽都能调整自己与之相适应，满足不同人的品味和风格。

实际上，满足顾客对“品味和风格的要求”正是柏帛丽设计的源动力。传统的“柏帛丽格子”以及“新豪斯格”受到了英国商标管理局的登记保护，目前已广泛应用在柏帛丽设计上，成为柏帛丽服装的标志。以Prorsum Horse为商标的系列配件、化妆品以及在瑞士制造的手表都具有典型的柏帛丽风格特征。

20世纪80年代，传统消费者和年轻人对柏帛丽服装需求旺盛。上世纪90年代，在大不列颠，从乡村家庭购买的该品牌的物品和裁缝设备，到柏帛丽的精细食品在国际市场上的良好销售，都证明了柏帛丽品牌的影响力。

柏帛丽通过优秀广告媒体如商业杂志《男装》来推广品牌和产品。如今，柏帛丽，这个典型的英国传统风格品牌已在世界上家喻户晓。

克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)

迪奥的名字“Dior”在法语中是“上帝”和“金子”的组合。以他的名字命名的品牌Christian Dior（简称CD），自1947年创始以来，一直是华丽与高雅的代名词。CD继承着法国高级女装的传统，始终保持高级华丽的设计路线，迎合上流社会成熟女性的审美品味，象征着法国时装文化的最高精神。

1947年2月12日迪奥开办了他的第一个高级时装展，推出了一个名为“新风貌”（New Look）的时装系列。该时装具有鲜明的风格：裙长不再曳地，强调女性隆胸丰臀、腰肢纤细、肩形柔美的曲线，打破了战后女装保守古板的线条。这种风格轰动了巴黎乃至整个西方世界，给人留下深刻的印象，使迪奥在时装界声





迪奥的广告招贴

005 » —
时装
第一章

名大噪。

迪奥设计，注重服装的女性造型线条而并非色彩。五十年代推出的“垂直造型”及“郁金香造型”就是他提倡时装女性化这一设计理念的表现。1952年，迪奥开始放松腰部曲线，提高裙子下摆，1953年更是把裙底边提高到离地40厘米，



使欧洲社会一片哗然。1954年设计的收减肩部幅宽，增大裙子下摆的“H”型，以及同年发布的“Y型”、“纺锤型”系列，无不在当时引起巨大的轰动。这些简洁的直线型设计，体现着他那种纤细华丽的风格，并始终遵循着传统女性的标准。

遗憾的是迪奥在他事业鼎盛之际突发心脏病，于1957年10月辞世，留给法兰西无限的悲痛和遗憾。但是，伊夫·圣·洛朗（Yves Saint Laurent）被任命为迪奥公司的艺术总监。1958年1月30日，圣·洛朗发布了迪奥去世之后的第一个系列——“梯形线”系列并大获成功，一举稳定了CD品牌的形象与艺术发展趋向。1961年，圣·洛朗离开了迪奥公司，开创了自己的设计工作室。同年，马克·葆汉（Marc Bohan）担任公司的首席设计师。马克·葆汉在色彩运用上远比迪奥时代丰富得多，甚至采用具有乡村气息的印花布，使迪奥时装更显年轻活泼和亲切宜人。

1989年，意大利著名设计师费雷（Gianfranco Ferré）接任迪奥公司的首席设计师，他又带给这一老品牌以新的活力，使法国时装融入了意大利式的严谨和实际，色彩运用上比马克·葆汉更端庄、沉稳，并在高雅、浪漫、精致的迪奥传统风格中融入了更多的现代气息，这一改变使迪奥品牌在1989年再度荣获金顶针奖。

1996年年底，约翰·加里亚诺（John Galiano）成为迪奥公司的首席设计师。

加里亚诺加盟迪奥后推出的系列作品都是在戏剧化场景、情节和人物塑造中展示的，昔日梦幻中的女英雄、传奇女贵族、女优伶等都在加里亚诺光彩耀目的外形设计和典雅梦幻的氛围中悠然重现。他擅长运用织造流苏、花边、通花织锦、手绣和华贵高跟鞋使其作品弥漫着一种奢华的宫廷气息，以夸张、戏谑的手法生动地描绘了物欲纷扰中那不安、躁动的灵魂，因而使其作品又吻合了当代人的心律脉动。他作品中浓郁的女性韵味和浪漫华丽的色彩是“迪奥精神”的完美再现，而渗透其中的艺术气息和颓废色彩则是鲜明的加里亚诺风格。

迪奥认为：“对女人来说，香水是不可缺少的，它是服装的最后一道工序，就像朗克里特（Lancret）作画完毕用来签名的玫瑰。”“迪奥小姐”是迪奥的第一瓶香水，也是世界上第一种把橙花、鼠尾草、梔子花等清新香气作初调，沉香、岩蔷薇等浓香作为基调的香水，这一清一浓，既典雅又脱俗。再加上造型独特的水晶瓶，使这种香水深受女性喜爱，为迪奥连绵数十年的香水传奇揭开了序幕。在陆续推出十多款香水之后，迪奥于1985年生产出了“毒药”（Poison）香水，再度震惊整个化妆界。这款香水由辛香、草香、龙涎香混合调配而成的香气

圆浑厚韵，使每一位女性为之动容，又一次成为迪奥成功的例证。

20世纪90年代，迪奥品牌推出精心调制的仿佛产生于宁静海底的Dune香水。它的香氛与大自然的洁净无瑕和谐为一，仿佛勾勒出一幅黄金色的海滨沙丘，任人漫步其间。

1997年5月，迪奥品牌特别将1956年推出的Diorissimo香水全新包装重新推出。Diorissimo中富含的铃兰花，盛产于法国5月的郊野，有一种特别的芳香。

男性香水也是克里斯汀·迪奥最脍炙人口的产品。从1956年的Eau Sauvage，至今仍高踞男性香水销售冠军的Fahrenheit香水，以及Dune For Men男士香水都为克里斯汀·迪奥香水极品世家的光荣史迹再添风采。

1955年，迪奥品牌的第一支唇膏问世，1961年第一瓶指甲油也推出，1966年，系列完整且风格鲜明的迪奥彩妆产品正式登场，揭开了CD投身面部艺术的新时代。

CD的色彩世界是先进技术与化妆艺术的紧密结合。在技术开发方面，迪奥自有独到之处。大部分化妆品厂商都是委托科研机构开发新产品，迪奥品牌则拥有独立的研究及生产中心，每年的科研投资高达数千万美元，因而常有突破性的发现，例如脂质囊技术就是由迪奥品牌率先成功运用在抗衰老护肤品之中的。

香奈儿 (Chanel)

“香奈儿就是时尚”，这不仅是一句台词，更是一个事实，不论是服装、珠宝、香水、保养品还是彩妆品，香奈儿品牌都是时尚。在香奈儿永不停止的创造历程中，不只缔造了流行，更一手勾画出了20世纪的时尚精神。

香奈儿认为：时尚会变化，但风格永存。简洁而浪漫的风格为其终生追求之目标，实用又不失女性美则是其设计的宗旨。她设计的裙装常带褶裥，便于女子双腿交叉或自由出入于轿车；她设计的上衣袖笼开口高，便于穿着者双臂运动自如；她用小山羊皮等皮毛做外衣，既保暖又美观……凡此种种都是其设计理念的体现。作为一位女性设计师，香奈儿的观察力颇为细腻，她善于抓住一闪而过的灵感，把外表之美与内在之美融为一体。拉格菲尔德说：“香奈儿总能在适当的时间适当的地方做适当的事情。”这是香奈儿成功的关键。

于1976年的
以为高收
品质女鞋
出身的
Margareth L.
达的创建者
首席设计师 (1992年)



图说世界300个著名品牌

008 >>



香奈儿5号香水

“香奈儿”这个品牌是一个美丽非凡的法国女子加布里埃尔·香奈儿 (Gabrielle Chanel) 所创立并以她的名字命名的, “香奈儿”的标志“”是她的爱称“Coco”的两个字母“C”的组合。香奈儿1883年出生于法国的Saumur, 28岁那年, 她认识了一位叫埃提耶 (Etienne) 的绅士, 他把Coco从低层平民区带入了贵族社会, 香奈儿从那时起开始培养对生活品味的感受, 并对设计产生了浓厚的兴趣, 很快就开了她的第一家服装店。

第一次世界大战爆发后, 女性纷纷丢下围裙, 走出家门, 进入社会, 开始讨厌传统笨重的长裙, 香奈儿意识到时代发展到了女性换装的时候了, 于是她设计出了一系列被称为“中性”的套装, 一夜间, 香奈儿的名字在法国迅速走红。20世纪20年代的“黑色短套装”, 还有她独创性的女性长裤, 都是对传统和观念的突破, 女性从此在衣

装上不再受束缚。在1921年, 她还推出了著名的香奈儿第5号 (Chanel NO.5) 香水, 深受女人喜爱, 销售至今不衰。

香奈儿逝世后的10年间, 香奈儿公司的设计师对香奈儿权威的“套装模式”亦步亦趋, 致使香奈儿的时装魅力一点一点地褪色, 直到1983年, 一位德籍设计天才卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld) 入主香奈儿公司, 才有了改观。

拉格菲尔德优裕的出身和得意的人生境遇, 使他有着自由、任意和轻松的设计心态, 他从不拘泥于任何程式, 而让自己的天赋纵情地体现在创造中。也正因为如此, 他把握了香奈儿的原则与精神, 给香奈儿注入了活力。

在香奈儿逝世十二周年纪念展示会上, 他把香奈儿的黑色变为艳色, 精巧的绣花使香奈儿变得高贵。接着他大胆变革了惯有的高格调路线, 推出粗犷中见浪漫的航海装。他改变了上衣的肩部处理, 使香奈儿的经典与现代气息完美糅合。