

奢华的“皮气”

钟岩 李元 著

14个国际顶级 皮具箱包品牌揭密

★品牌档案
★品牌综述
★品牌故事
★品牌识别

Behind The
Leather



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

[奢华的“皮”气]

B E H I N D T H E L E A T H E R

14个国际顶级皮具箱包品牌揭密
SECRETS OF TOP 14 LUXURY LEATHER BRANDS



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

奢华的“皮”气 / 钟岩 李元著. —北京: 中信出版社, 2005.9

ISBN 7-5086-0465-2

I. 奢... II. ①钟...②李... III. 皮革制品—简介—世界

IV. TS56.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 101020 号

奢华的“皮”气

SHE HUA DE PI QI

著 者: 钟 岩 李 元

责任编辑: 符红霞

装帧设计: 艾菁设计坊

出 版 者: 中信出版社(北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编: 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京盛通彩色印刷有限公司

开 本: 965 × 1270mm 1/24 印 张: 10 字 数: 67千字

版 次: 2005年9月第1版 印 次: 2005年9月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5086-0465-2/G · 120

定 价: 48.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-85322521 010-85322522

<http://www.publish.citic.com>

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

国人购买箱包的时候，很容易问的就是：“是真皮的吗？”由此可见消费者对材质的重视程度。可是在现今时代，这其实已不是衡量一件产品是否物有所值的惟一标准了。

奢侈品 (Luxury) 在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。而本书所涉及的产品，绝大多数都是真正的奢侈品。皮具类的大大哥、全球顶级品牌LV，曾是拿破仑皇后的专宠；历史最悠久的品牌HERMES也曾是葛丽丝·凯莉、简·柏金等人的最爱，即便是皮具时尚新宠TOD'S，也博得了戴安娜王妃、摩洛哥公主卡罗琳等一干人等的垂青；以皮具起家的GUCCI，也不忘本，在2005年8月，重返奢华皮具领域，以其全新设计的Le Pelle Guccissima系列让我们重温它在皮具设计上的辉煌，并为它的现在喝彩！如今，能享受奢侈品的人群正在逐年递增，奢侈品行业对于普通老百姓来说，也不应该再是陌生的领域。

中国奢侈品消费人群已经达到总人口的13%，并且还在迅速地增长。本书恰逢此时出现，不敢夸口指点迷津，却可使广大皮具的爱好者对世界奢华皮具品牌小有了解。全书通过介绍14个国际最知名的皮具品牌，以点带面，既剖析了各品牌的特征，挖掘了品牌精神，还渗透了国际大品牌发展的一般规律。书中品牌档案介绍了品牌的基本情况，如创始人、注册地、品牌商标等；品牌综述概括了品牌的发展历程；品牌故事讲述了隐藏在品牌背后的鲜为人知的奇闻逸事；品牌识别提醒您抓住品牌特征，远离假冒产品。大量生动逼真的实物照片和走秀照片，更使您在参考文字的基础上能够对号入座，通过视觉接触加深对品牌的了解。

时尚风云变幻莫测，但沉积下来的却永远是最好的。不以店面数量论英雄、不以销量称豪杰，执著于独具匠心的创意和恒久不变的品质，也许只有这些才称得上是奢华皮具真正的精髓吧！**E**

..... THANKS

在本书的编辑、出版过程中，得到了许多品牌的大力支持，这里特别要感谢的是（排名不分先后）：dunhill、Cartier、GUCCI、Salvatore Ferragamo、HERMES、TOD'S、Prada、Celine、Lancel、Loewe、Louis Vuitton、FENDI、Bally等。还有 Ogilvy Public Relations Worldwide、上海联亚商务咨询有限公司。如果没有他们的大力协助，提供最近的资讯与图片，我们也不可能给读者奉献出最时尚、最新鲜、最有冲击力的文字和感官享受！这是一个真正的大团队工作，在此向所有给予我们帮助的人们真诚地说一声：“谢谢！”

CONTENTS目录

001	序	
001	HERMES 爱马仕	女性永远的憧憬
016	CARTIER 卡地亚	皇帝的珠宝商，珠宝商的皇帝
030	BALLY 百利	完美整体的时尚世界
044	LV 路易·威登	旅行时尚的缔造者
066	LANCEL 兰姿	女人永远经典的奢华
080	DUNHILL 登喜路	奢侈的“冒险王”
098	LOEWE 罗威	兢兢业业缔造皮具时尚
114	PRADA 普拉达	“摩登”皮具的代名词
132	FENDI 芬迪	毛皮之王的时尚王国
146	GUCCI 古姿	时尚叛逆者重返高级皮具领域
164	SALVATORE FERRAGAMO	
	萨尔瓦多·菲拉格慕	永远合脚的鞋
182	COACH 蔻奇	买得起的奢华精品
196	CELINE 瑟琳	华丽与自在共存
214	TOD'S 托兹	最简单但经典的皮包

HERMES

爱马仕——女性永远的憧憬

WOMEN'S FOREVER LOVE

以高级马具制造起家的 HERMES 被称为“女性永远的憧憬”。以马匹的优雅形态为创意起源的 HERMES，在经历了 168 年的发展后，已成为时尚人士所推崇的高级皮具。为了追求完美无缺的品质，HERMES 的各类皮具均采用限量生产、手工制造的模式，尤以 Kelly Bag（凯莉包）及 Birkin Bag（铂金包）为其顶级代表作品。

HERMÈS

BRAND FILES

品牌档案

创始人: Thierry Hermes (蒂埃利·爱马仕)

1801 年出生于德国, 1837 年创建 HERMES, 1879 年去世。

注册地: 法国巴黎。

设计师: Lola Prusac (洛拉·普鲁萨克)、Martin Margiela (马丁·马吉拉)、

Jean Paul Gautier (让·保尔·戈蒂埃) 等。

名人顾客: Grace Kelly (葛丽丝·凯莉)、Jane Birkin (简·柏金) 等。

形象代言人: 吕燕、Sophia Loren (索菲亚·罗兰) 等。

营销策略: 让所有的产品至精至美、无可挑剔。

官方网址: www.hermes.com

设计风格: 精致完美, 高贵优雅, 手工制作, 品位高尚。

品牌商标: 四轮马车和马僮

经典设计: Kelly Bag、Depeches、Birkin Bag、Her Bag



RAND INTROS 品牌综述

以高级马具制造起家的HERMES被称为“女性永远的憧憬”。以马匹的优雅形态为创意起源的HERMES,在经历了168年的发展后,已成为时尚人士所推崇的高级皮具。为了追求完美的品质,HERMES的各类皮具均采用限量生产、手工制造的模式,尤以Kelly Bag (凯莉包)及Birkin Bag (铂金包)为其顶级代表作品。

Kelly Bag 于1935年问世,1956年正式定名。其最主要的设计为:略呈梯形、双带扣设计,附上短短的半圆形提把,像月牙儿一样,材质包括各种高级皮革,尺寸多样(当时已有28厘米、32厘米和35厘米三种型号),并且随着消费者的增加,Kelly Bag 的款式和样式还在增加。1968年,微型Kelly面世,1980年,Kelly Bag系列中,又增加了40厘米的新款。

Birkin Bag和Kelly Bag小有神似,但包体更宽更深、盖袋也修饰成了利落的三片状。

让所有的产品至精至美、无可挑剔,是HERMES的一贯宗旨,无怪乎有人称HERMES的产品为思想深邃、品位高尚、内涵丰富、工艺精湛的艺术品。这些HERMES精品,通过其散布于世界30多个国家和地区的186家专卖店、56个零售专柜,融进快节奏的现代生活中,让世人重返传统优雅的怀抱。



为了维持一贯持有的品味与形象，HERMES 专卖店及专柜的所有产品的设计制作均在法国完成，连陈列柜都是在法国原厂订制，再空运至各地，期望保持的是对百年传统的坚持。在经营上，HERMES 坚持不转让其商标生产许可证，因而每一件出品，都有着严格的质量保证。值得一提的是，100 多年来，HERMES 的手提包也继承了其制作传统，每一件产品，从头至尾由一人缝制，并打上编号。这既是为了方便顾客日后修理，也更体现了工匠对自己手艺的自豪感。

HERMES 创建于 1837 年，其创始人 Thierry Hermes (蒂埃利·爱马仕) 在巴黎创立了以自己姓氏为名的马具作坊，专门为马车制作各种精致的配件，由于其手艺精湛、做工精细而深受达官贵族的喜爱，在当时巴黎城里最漂亮的四轮马车上，都可以看到 HERMES 马具的踪影。

1879 年，Thierry 的儿子 Charles Hermes (查理·爱马仕) 在其父亲经营的基础上，将家族企业扩大。他增建专卖店，开始零售业务，生产销售马鞍等物品，同时把 HERMES 总店搬往巴黎著名的福宝大道 24 号，与当地贵族靠得更近，还让 HERMES 走出巴黎，走向欧洲各国。在 1885 年举行的巴黎博览会上，HERMES 获得了马具产品的一等奖，这进一步奠定了 HERMES 走高端路线的基础。





6



HERMES制造的高级马具当时深受欧洲贵族们的喜爱,其品牌也成为了法国式奢侈消费的典型代表。在 HERMES 第三代掌门人 Charles Emile Hermes (查理·埃米尔·爱马仕) 的努力下, HERMES 走进了欧洲各国的皇宫,成为御用珍品,并推出皮件系列和“马鞍针步”的行李箱,创造了HERMES精神的崭新风格。

进入 20 世纪,汽车在欧美上流社会逐渐普及,高级马具的市场需求逐渐萎缩。HERMES 及时转产,开始朝生产多个品种的方向发展,如钱夹、旅行包、手提包、手表带,以及一些体育运动如高尔夫球、马球、狩猎等所需的辅助用具。虽然生产品种发生了变化,但传承不变的是 HERMES 缝制马具的精湛技术,以及因此而保持着的精致的手工艺与质感。

1920 年,HERMES 为威尔士王子设计的拉链式高尔夫夹克衫,成为 20 世纪皮革服装中最早的成功设计,引起一时轰动。

1951 年起,HERMES 由 Charles Emile Hermes 的女婿 Robert Dumas (罗伯特·迪马)接掌。自此,其产品品类越发丰富,成为全方位生活领域的品位代表。1978 年, Jean Louis Dumas (让·路易·杜迈)就任集团主席兼行政总裁,直到现在。HERMES 家族在这位第五代掌门人的手里,由一个纯手工业的家庭工厂,发展成为制作高级精品的超级跨国公司,营业额较 1970 年扩大了 5 倍。

在经历了 168 年的风雨沧桑之后,HERMES 这一以马具制造起家的集团王国,至今仍旧保持着经典和高品质,并凭借其一贯秉持的传统精神,在奢侈品消费王国里屹立不倒。它在“演变性的,而不是革命性的”的发展过程中保持传统,打破传统,平衡着新与旧、稳重与时尚。正像 Robert Dumas 所说的:“我不要盲目买名牌的消费者,我希望他们亲自触摸、嗅闻、鉴赏,因惟有经过拥有者个人气质的浸润,它才会有生命。”





BRAND STORY

品牌故事

[全手工的丝巾染色]

HERMES除了其声名远扬的皮包之外,其丝巾也是众多时尚人士的必备之品。HERMES丝巾小巧精致、色彩万千,可谁又知道这小小的丝巾,其染色过程竟然如此之繁复:

首先,调色师要按照设计师的要求来挑选合适的颜料,每种颜色必须用一个特制的钢架,运用丝网印刷原理,把颜色均匀地扫在丝贴上。每一方丝巾需扫上多少种颜料,要根据设计图的要求而定,一般是12~36种,最高纪录达到37种。

颜色准备好以后便开始印刷,然后再裁成90厘米见方的丝巾。接下来的固色也是一项繁琐的工作,必须经过漂、蒸、晾等程序,色彩才不会脱落。

丝网印刷的工序,本可用电脑代替,但HERMES却坚持手工上色。就连卷边也不用缝纫机,而是手工缝制,HERMES的理论是:一幅完美的图画,最重要的是要有一个相对应的画框将它固定下来,才称得上完美。丝贴的边缘一旦平伏,图案仿佛就流泻了,失真了。由此可见HERMES对细节的执著。也恰恰是凭着这种执著,使HERMES赢得了人们的心。







[Kelly bag]

许多名品爱好者，毕生最大的愿望就是拥有一个 Kelly bag，这便是 HERMES 留给人类的传奇。1935 年问世、灵感来自马鞍袋的 Kelly bag，在 1956 年正式定名。当年，怀孕的 Grace Kelly（葛丽丝·凯莉）王妃，为了遮掩日益隆起的小腹，买了最大尺寸的 HERMES 包（当时还不叫 Kelly bag），这一细节被美国的《生活》杂志捕捉到，其刊登在封面上的 Grace Kelly 王妃拿着该款大尺码的鳄鱼皮袋、半掩怀孕身躯的照片，展现出大方优雅的风范。这张令人难忘的相片，掀起了 HERMES 热潮，并从此将该款手袋改称 Kelly，并得以在全球闻名。

当然，Kelly Bag 卓越的工艺才是传世的主因，而且是全球限量销售。要订制一个有 HERMES 镇店之宝美名的 Kelly Bag，需要等上几个月甚至几年时间，因为它的每一块皮革，都要经过多重繁复的步骤来处理。每个包均有制造匠师的标记，不论维修或保养，都由同一匠师负责。如此严谨的制作流程，正是它矜贵的原因之一。

1970 年后所制造的 Kelly Bag，均拥有一个独一无二的标识于背带内，记录着该包的具体信息。当中的字母代表工场，之后为生产年份，最后是代表制造工匠的编号。当需要维修时，便依此编号交回给该工匠处理。

[Birkin Bag]

HERMES 另一款闻名于世的 Birkin Bag，其诞生也颇为偶然。一日，HERMES 现任总裁 Rabert Dumas 巧遇初为人母的法国女星 Jane Birkin（简·柏金），看见她因无法把尿布、奶瓶放入凯莉包而不知所措，这让 Rabert Dumas 灵机一动，便设计了一个袋身更大、可提可背的包包，Birkin Bag 从此诞生。它与 Kelly Bag 同样是由马鞍袋演绎而来，袋身较宽且深，盖袋为俐落的三片状设计，展现了潇洒自信的风格。因 Birkin Bag 兼具优雅与实用，所以成了名媛的登机包和职场女性的公文包。

