

SHE CHI PIN MING BAO PIN JIAN

奢侈品

名包品鉴



玖哥 著

江西科学技术出版社

奢侈品

名包品牌

Y		
D	L	T
F	P	R
F	P	R
F	P	R
F	P	R
F	P	R

图书在版编目(CIP)数据

奢侈品名包品鉴 / 玖哥著. -- 南昌: 江西科学技术出版社, 2021.11

ISBN 978-7-5390-7975-2

I. ①奢… II. ①玖… III. ①消费品-箱包-品牌-介绍-世界 IV. ①F768.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第218683号

国际互联网(Internet)地址:

<http://www.jxkjcs.com>

选题序号: ZK2021281

图书代码: B21194-101

奢侈品名包品鉴

玖哥 著

出版 江西科学技术出版社
发行 江西科学技术出版社
社址 南昌市蓼洲街2号附1号
邮编: 330009 电话: (0791)86623491 86639342(传真)
印刷 江西千叶彩印有限公司
经销 各地新华书店
开本 787 mm × 1092 mm 1/16
字数 200千字
印张 19.25
版次 2021年11月第1版
印次 2021年11月第1次印刷
书号 ISBN 978-7-5390-7975-2
定价 788.00元

赣版权登字-03-2021-347

版权所有, 侵权必究

(赣科版图书凡属印装错误, 可向承印厂调换)

前言

谨以此书献给那些为美好生活和梦想而奋斗，永不言败的人们！

21世纪20年代初的世界注定是不平凡的，新冠疫情肆虐下的全球性的经济停滞已经开始初现端倪。在全球第一大经济体美国的不断挑衅下的中国，经济形势依然保持快速平稳增长，仅奢侈品消费这一个单项就在全球范围内独占鳌头。

从解决温饱问题迈步走向全面小康社会的中国消费者强大的社会购买力背后体现出，物质生活得到满足的人们正在从“需要量”到“需要好”的过程中转变。

心理学家费斯汀格在“社会比较”理论中提到：人们借助社会比较进行自我评价以确认自己的社会定位；奢侈品在某种程度上代表着拥有者的社会地位和生活水平高于大众，同时也代表着其拥有者的成功和富裕。这些恰好符合从长期高存款低消费的生活模式中转型的那一部分先富起来的消费者的价值目标。于是购买并拥有奢侈品成了这样一个特定群体的普遍消费特征，同时由于奢侈商品的高价格属性，二手闲置奢侈品交易也在中国市场如同“一夜春风来，遍地桃花开”。

我和我的团队作为国内较早专业从事奢侈品箱包维修、鉴定的从业工作者，通过大量的学习和鉴定实践，总结了一些关于奢侈品箱包鉴定的实战经验及核心鉴定知识点，分享给有意愿从事二手奢侈品交易行业的人士及奢侈品收藏爱好者。同时也希望能为立志于发展中国自有“奢侈品”民族品牌的生产制造企业带来启发和灵感。因能力有限，此书应有不尽之处，欢迎交流指正。

感恩在困惑时伸出援手给予支持和帮助的同行及友人，感恩一路走来“佑阁造办”团队所有成员的不懈努力，感谢那些愿意为梦想践行现实的人们！

目录

contents

箱包发展简史	1
奢侈品概述及中国市场分析	4
奢侈品箱包鉴定评估概论	7
LOUIS VUITTON 路易·威登	14
品牌档案	16
经典款式介绍	22
路易·威登核心鉴定元素分析	28
CHANEL 香奈儿	44
品牌档案	46
经典款式介绍	54
香奈儿核心鉴定元素分析	57
GUCCI 古驰	72
品牌档案	74
经典款式介绍	78
古驰核心鉴定元素分析	82

DIOR 迪奥 104

- 品牌档案 106
- 经典款式介绍 110
- 迪奥核心鉴定元素分析 114

BVLGARI 宝格丽 122

- 品牌档案 124
- 经典款式介绍 129
- 宝格丽核心鉴定元素分析 133

BALENCIAGA 巴黎世家 140

- 品牌档案 142
- 经典款式介绍 147
- 巴黎世家核心鉴定元素分析 150

YVES SAINT LAURENTY 圣罗兰 156

- 品牌档案 158
- 经典款式介绍 163
- 圣罗兰核心鉴定元素分析 168

FENDI 芬迪 178

- 品牌档案 180
- 经典款式介绍 184
- 芬迪核心鉴定元素分析 187

PRADA 普拉达 196

- 品牌档案 198
- 经典款式介绍 202
- 普拉达核心鉴定元素分析 206

CHLOE 寇伊 216

品牌档案 218

经典款式介绍 222

寇伊核心鉴定元素分析 225

BURBERRY 巴宝莉 234

品牌档案 236

经典款式介绍 241

巴宝莉核心鉴定元素分析 244

HERMES 爱马仕 252

品牌档案 254

经典款式介绍 259

爱马仕核心鉴定元素分析 265

箱包保养站 288

箱包发展简史

《说文解字》：“箱，大车牝服也”“大车牝服载任接物为箱之范式”“包，象人裹妊，已在中，象子未成形也。元气起於子”。如人怀孕有胎是“包”的范式，都表达了“容物”的意思。可能这就是为什么女性偏爱包包的“潜意识”动力吧。

随着时代的发展，箱包成了袋子的统称，是用来装东西的各种包包的统称，包括一般的购物袋、手提包、手拿包、钱包、背包、单肩包、挎包、腰包和多种拉杆箱等。

古代中国箱包发展

包最早叫做“囊”，囊者，袋也。肩背和手提均可，也称“持囊”或称“挈囊”。古人用来装一些小物件，如钱币、汗巾等。当时制作囊的材料主要是动物皮。

先秦时期，“佩囊”比较流行，《诗经·大雅·公六》中就有这样一句：“迺裹餼粮，于橐(音驼)于囊”而且根据包的大小不同，叫法也不同。大包叫“囊”，小包叫“橐”（原意指口袋），皮革的包叫做“鞞(音盘)囊”。

汉代，出现了可以挂在腰间的“囊”，《北堂书钞》里《曹瞞传》写道：“(曹)操性佻易，自佩小囊，以盛毛巾细物。”当时的人们觉得这样携带方便，不用总是手提肩背，腾出手来可以做其他的事情，所以这种“腰包”就流行了起来，俗称“旁囊”，后来的荷包也是这样演化而来的。皇帝也用“包包”赏赐臣子，那种方形的被皇帝赏赐的包叫“绶囊”。当然配的图案也要有所区别，经常看到的图案是兽头，所以也叫“兽头鞞囊”，毕竟有地位的人不想自己和别人的物品一样，就像现在开始流行的奢侈品一样，一定不是所有人都能用得上的才行。

隋唐时期，用包来显示身份的意味就更加清晰起来。《朝野僉载》记载：“上元年中，令九品以上佩刀砺等袋，彩为鱼形，结帛作之，取鱼之象，强之兆也。”配囊不单单是装物品用，作为配饰的装饰性作用也开始体现，材料上，人们不再局限于动物皮，还用上了丝绸，形状上，出现了圆形、桃形、鱼形等；图案更加丰富多彩，有的甚至绣上了文学诗词，不但好看，还多了文化气息。唐朝时，人们对外往来十分频繁，据说当时小官出使国外前，会向高级官员借他们的紫金鱼袋，这样出使的国家以为是唐

朝的高级官员来访，会更加重视出使的官员。看来用身外之物抬身份的做法古已有之，古今中外的人均不能免俗。

包包在唐代壁画和人物陶俑上出现过多次。敦煌莫高窟第17窟北壁，有一个立于树下的近事女（在家奉佛受五戒的女子），旁边的树枝上挂着一个斜挎包，跟现在的斜挎包没有什么两样。

宋代以后，象征身份的鱼袋制度已经废止了，鱼袋回归了正常的包袋用途，成为当时包袋的款式之一。“荷包”一词正式出现在宋代，到了现代，尤其是南方地区，荷包依然是钱包的别称，经常会听到老人开玩笑说：荷包鼓起来。明清时期的荷包更是多元化，《红楼梦》里就曾多次出现荷包的应用场景，林黛玉因为给贾宝玉绣荷包还引发了一场闹剧。

古代欧洲箱包发展

10世纪到15世纪的各种挎包与腰包开始出现和流行，同中国一样，人们需要解放双手更多地参与到劳动中去，包袋的设计也是从斜挎和系在腰间开始的，这个时期的包袋主要是男性外出工作使用。

16世纪的欧洲，就像童话故事中讲述的那样，那里的皇室贵族经常举办舞会，每个人都会盛装出席。为了补妆的需要，胭脂、口红就放在了制作精致的小口袋里，挂在手腕上，翩翩起舞时也丝毫不会被影响。

17世纪的欧洲，女性开始穿那种宽大裙摆的服装，我们经常在影视剧中可以看到，是许多女性梦寐以求的公主裙的样式。于是欧洲女性想出了一个放置随身小物品的绝佳地方：裙摆下面。于是绑在臀部两侧靠近大腿位置上的包袋开始出现，材料以布面为主，丝、棉、麻材质都有，形状一般为圆形。裙子上还有一处开口，便于拿取。因为便于隐藏，这种包袋一直延续到20世纪初。

真正意义上的手提包是从19世纪初开始的。由于服装的变化，包袋无法再藏在裙摆下，手提包开始流行，出现了带手链的小包和零钱包，而且都是当时女性自己手工制作完成。手提包不但是女性外出必备品，还成了判断一个女性是否心灵手巧的标志之一。

蒸汽发动机的出现，交通工具的更新，大大促进了人们的流动。随身携带行李的需求导致了人们对实用箱包的需求。那些小的腰包、手提包不足以满足长途旅行的需要，大箱包开始出现，当时的箱包多是用木头或者金属作为框架，皮革覆盖作为包面。

近现代箱包发展

随着工业革命发展和第一次世界大战结束，欧洲经济高速发展，物质需求也前所未有的增长，战火后开始新生活的人们向往新奇美丽的事物，法国的时尚艺术引起女性对时髦的追求，大的皮革袋、小腰包、旅行箱等各式各样的包类产品大量出现，塑造出这个时代优雅、品味且现代的形象。

20世纪初，受当时横扫欧洲的“东方文明”风气的影响，包包的图案、形状也变得花样百出。在那个时代，时尚还只是富人的“专利”。20世纪30年代，好莱坞电影的空前发展对时尚的流行产生了巨大的影响，包饰有了流线的外形和朴实的材质，古朴而典雅。

受第二次世界大战的影响，为填补劳动力的不足，妇女们纷纷从家庭走向社会，女包不再以柔和的线条出现，演变成直线条类似箱型的手袋，用来搭配当时宽肩的服装。肩膀是一个人承担责任的象征，这种服饰及箱包的出现，也表明女性在现实社会中承担的社会责任不断增强。动物皮革是箱包选材的最爱，鳄鱼皮、蜥蜴皮，甚至是海象皮都被用作高档皮具的材料，各式各样的手提包在这个时代大量出现。

20世纪60年代，随着女性工作类型的普及和社会角色的不断增加，色彩鲜艳的运动休闲风格箱包占领大众市场，生活气息的特质呈现在手提包上，大众品味开始流行。

千禧年之后，伴随着卡通动漫成长起来的“90后”“00后”对箱包上面个性化的卡通、涂鸦图案有着更高的接受度和包容度。就连高高在上的奢侈品品牌，为迎合更加个性化的年轻市场族群，也都开始了各自的奇思妙想。

奢侈品概述及中国市场分析

沃尔冈·拉茨勒在其畅销书《奢侈带来富足》中这样定义奢侈：“奢侈是一种整体或部分地被各自社会阶层认为是奢华的生活方式，大多由产品或服务组成。”如今奢侈品在国际上的定义是：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，又被称为非生活必需品。

生产制造奢侈品产品的公司大多起源于中世纪结束后的欧洲，那些隐藏在小手工作坊中的能工巧匠，凭借着独特的工艺和过硬的品质获得了欧洲皇室贵族和富有商人阶级的垂青。

可拥有但非必需，这是英文词典对“奢侈品”这个单词的一致定义，西方文化里“奢侈品”与“必需品”的定义泾渭分明；“奢侈”在中国文字中出现很早，但意义并不太相同。奢：大者，指城市大户；侈：人多，排场大。这种大户大排场的标志就是皇家。虽然古代中国也有很多做工精致、稀缺、价格昂贵的物品，但并未划归到奢侈品的行列，因为这些物品一般都是皇家或者贵族才有资格使用，普通人是没有权力使用的，所以中国古代并未形成“奢侈品”这样的词汇。“奢侈”二字古代引申意义与铺张浪费有关，指代的是一种行为，贬义。

奢侈品体现着高品质、高价格和非必需的特点。字面意义的名词解释无法包含奢侈品的全部内涵，尤其在进入后奢侈时代的当今社会，不同视角、不同社会角色的人对于奢侈品都有各自独特的认知和理解。

经济学家定义：

奢侈品是价值与品质比例最高的产品。奢侈品是无形价值与有形价值比值最高的产品。

商品学家定义：

价格高并不意味着就是奢侈品，奢侈品的高价性也绝非是生产与使用过高过多的物质成本的积累与堆砌，而是在其背后有一个完美体系支撑和百年文化传承。

美学家的定义：

奢侈品是一种生活被艺术化的符号，是一种把生活追求变为美学的外在标志。奢侈品就是一种艺术美学的直接代表，它已被赋予了更多的文化、历史、艺术和哲学的含义。

社会学家的定义：

奢侈品早已超越了“腐败、浪费、颓废、不公平”的意味。它以非同寻常的物质符号来塑造自我主张的个性风格，奢侈品及其消费已经成为社会进步和经济发展的推动力。

现代西方普遍认为奢侈品牌的发展源自欧洲王室，自15世纪地理大发现和随之而来的殖民主义，奢华和享乐生活方式开始在欧洲上层社会滋生，在宫廷与贵族中形成潮流。欧洲的奢侈基因与贵族文化在17—18世纪的法国达到了顶峰。法国国王亨利四世的第二任妻子，身着绣着三万多颗珍珠和三千多颗钻石的礼服出席孩子的受洗礼；路易十四时期连宫廷的侍女们都争相戴着“高耸入云”的假发；路易十五的宠妾庞巴度夫人亲自鼓励奢侈品工匠，并帮助成立特供凡尔赛宫使用的塞夫尔瓷器厂。路易十六的王后玛丽·安托瓦内特，法国大革命时被指责奢侈浪费，被人称为“赤字夫人”。

许多至今仍令人津津乐道的欧洲奢侈品品牌都在这个阶段诞生，技艺精湛但身份卑微的工匠从为王室制造手工艺品开始，逐渐创立了以自己姓氏或名字命名的品牌。

1789年法国大革命爆发，奢侈品的使用阶层扩大了。新兴资产阶级虽然富有，但在当时的贵族眼里他们如同“暴发户”般的存在，在品味和心理角色上新兴资产阶级觉得“低人一等”，成为“贵族”依然是新兴资产阶级心里过不去的坎。于是，最便捷的方式就是在日常生活的使用品中逐渐向“贵族”靠近。之前仅服务于王宫贵族的能工巧匠们，开始为这些“新上流社会”服务。这些曾经服务于皇室的奢侈品品牌，延续了其历史传统、优良品质的特征，新兴资产阶级成了这些品牌的新消费群体。

第二次世界大战后世界经济大萧条，很多奢侈品品牌都经历着停产、中断甚至倒闭的命运。20世纪50年代，随着世界经济的回暖，奢侈品品牌开始复苏，并且盯上了迅速崛起的发展中国家。

快速崛起的全球最大奢侈品消费市场——中国！

中国对欧洲奢侈品的认知可以追溯到明朝，西方传教士将两座机械自鸣钟作为礼物献给了明朝皇帝，由此拉开了国人对欧洲奢侈品了解的序幕。

中国传统意义上拥有自己的奢侈品的应属历代皇室。古代皇室的早期宫廷用度规模不大并没有专门机构制作，主要以各地进贡为主，日常用品多为宫廷采办，重要的礼仪用度会指派专门的大臣督办，在秦兵马俑出土的不少文物上均有李斯督造的字样，历史上包括管仲、范蠡等诸多重臣均有此督办经历。以瓷器为例，自唐代至元代基本不设官窑，采取的是“官监民烧”，烧出的瓷器，“千中选十，百里挑一”。

随着国家及皇室规模的不断扩大，皇室用度需求也呈几何数倍增，一方面中国地域辽阔各地工艺自成一体；另一方面地方贡品质量参差不齐，产品的款型开发经常出现官民混用，很多物器不合礼制；最重要的是虽然国家的采办资金巨大，但由于投放的不确定性，地方产业无论在研发或是规模上都无法有效利用这些资金进行可持续发展，这就造成了供给相对于需求的滞后。这种局面逐渐催生了皇家用度由“采办”向“造办”的过渡。宋、元两代逐渐开始设立官办产业，最著名的莫过于景德镇的官窑体系。

官办产业机制鼎盛于清代，清朝政府设立造办处为大清研发制作军需、火器、朝服、配饰以及清朝皇室所需生活用品。据记载，造办处，在最鼎盛时下设42个作坊，每个作坊都汇集了来自全国最优秀的能工巧匠，在民间也被戏称为揍笨处。抛开军事用途，这些能工巧匠的生产制造内容囊括了朝廷日常生活中的各个方面，吃的、穿的、用的到休闲的、摆设的应有尽有，由于造办处集中了国家最优秀的艺术和技术人才，代表了当时中国工艺技术的最高水平，无数国宝级的工艺品都是出自那个年代的造办处工匠之手。

伴随着中华人民共和国的成立，从连年不断的战火中走出来的中国人民首先需要解决的是吃饭问题，中国的高端制造和高端消费潜力在当时一穷二白的经济现状及惨不忍睹的国力面前遭遇严重停滞。奢侈品的制造和消费几乎绝迹。

自20世纪70年代开始，随着改革开放40年来中国经济的快速崛起，中国一跃成为全球最大的奢侈品消费市场。2018年中国消费者在境内外的奢侈品消费额达7700亿元，麦肯锡分析公司预测：2025年这一数字或将增至1.2万亿元，占全球奢侈品消费额的50%。

奢侈品市场发展潜力巨大，在中国如此巨大的奢侈品交易市场下，欧洲品牌二手奢侈品的交易占比仅为5%，相比发达国家的20%~30%的占比，仍然相差甚远。随着消费认知成熟，二手奢侈品市场可达万亿规模，奢侈品相关产业从业人员缺口依然巨大。

拨开冰山一角，奢侈品背后更大的市场是什么呢？

当前我国社会的主要矛盾从人民群众日益增长的物质文化需要和落后生产力之间的矛盾转变为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。除了向实现共同富裕之努力外，也说明我国人民的需求正在从“需要多”到“需要好”的转变。消费需要呈现多样化、多层次、多方面的特点，代表着更好生活的奢侈品也逐渐进入了大众视野。

高档消费品的生产制作中更多体现的是精益求精、工匠精神的文明之花。现在的中国，制造业正在逐渐摆脱传统的粗加工、代加工，向着精细制造、科技制造、创新智造大国发展。未来国货自有品牌高档消费品的发展是大势所趋，为不懈追求美好生活的全体人民服务。有品牌历史的、有故事的、有着自有设计版权的、有着独特设计理念的消费品越来越受到人们的欢迎。

我们今天的学习的过程是复兴中国高端消费品牌的过程，在借鉴国外高端消费品的品牌经验，继承中华文化博大精深的优秀传统文化的同时，积极吸收人类文明进步的一切优秀成果，为中国制造出一份力！

奢侈品箱包鉴定评估概论

鉴定常用工具

手套

奢侈品鉴定师在鉴定时大多会一只手戴手套，这样做的目的主要是保护包身，避免在鉴定过程中意外划伤或污染皮面；不戴手套的那只手紧握鉴定工具，必要时可触摸包身感受材质的纹路和皮质。



手套

放大镜

放大镜对于职业鉴定师来说是日常工作中必备工具之一，熟练使用放大镜需建立在大量实践练习的基础上。鉴定奢侈品时，单手持握放大镜，放大镜的观察窗尽可能地靠近眼睛，奢侈品包包或首饰置于放大镜前0.5~1cm处（不同倍数焦距不同），调整包身，使观察位置与镜头保持90度夹角，在放大镜白色光源下观察奢侈品所需鉴定位置的外部特征。



放大镜

将放大镜尽量靠近眼睛，调整好焦距后保持不动，移动需要观察的奢侈品。



注：使用放大镜时，要求双眼同时睁开以避免不必要的眼部疲劳。

紫外线手电或紫光灯

在鉴定某些特定品牌时，可用来识别厂家的隐藏工艺鉴定点，这些隐藏工艺鉴定点需要借助紫外线进行观察。



紫光灯



微距镜头

- 微距镜头的使用方法：
1. 将微距镜头固定在手机摄像头位置
 2. 打开手机的拍照功能，焦距调整到1.9倍
 3. 镜头垂直对准拍照物，调整焦距直至图片清晰
 4. 尽量保持在自然光线下拍照，光线不足时可借助摄影灯补光



高倍显微镜

- 拍照要点示例：
1. 正面图
 2. 侧面图
 3. 底部图
 4. 品牌LOGO、洗标、镭射标、数字标
 5. 五金件
 6. 配件
 7. 瑕疵位置（如有，必须拍清楚）



正面图

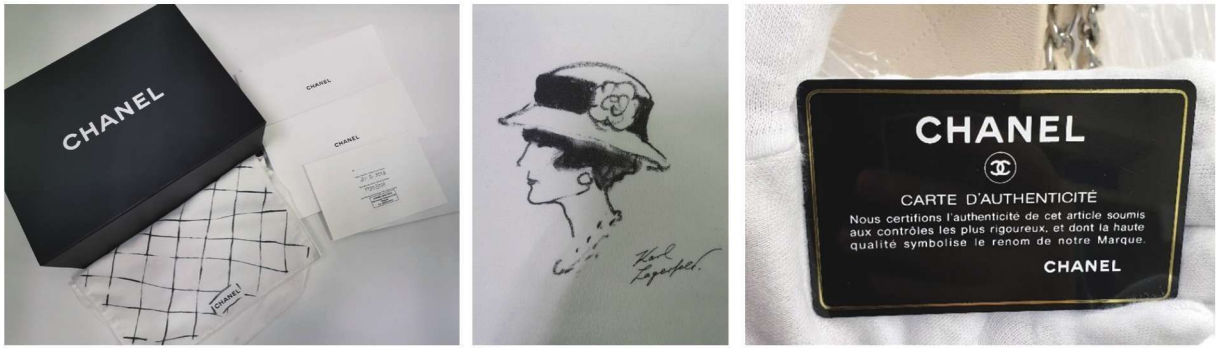
侧面图

底部图



品牌LOGO、洗标、镭射标、数字标

五金件



配件



瑕疵位置（如有必须拍清楚）

奢侈品箱包评估鉴定的基本流程

一、看外观

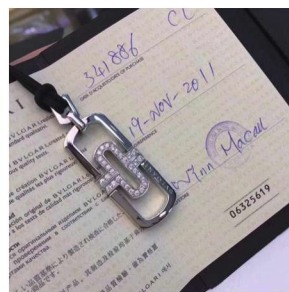
配件（包装盒、防尘袋、身份卡、保卡）



包装盒



防尘袋



身份卡



保卡

二、看内在

皮牌压印、烫金、数字标、镭射标



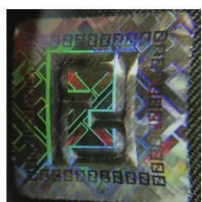
皮牌



烫金



数字标



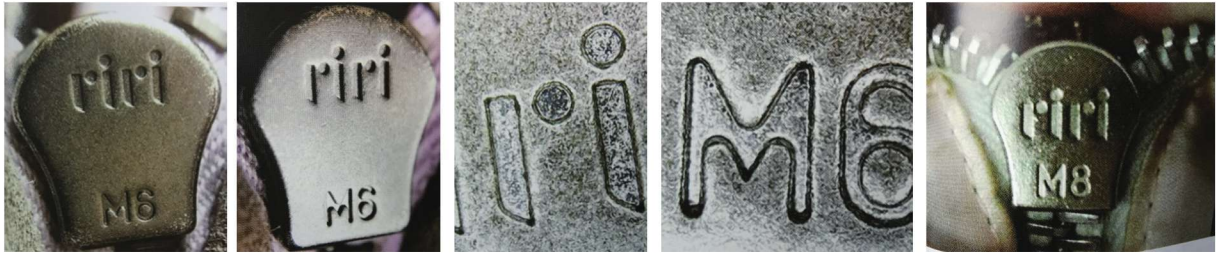
镭射标

三、看五金件

五金主要包括拉链、锁扣、链条

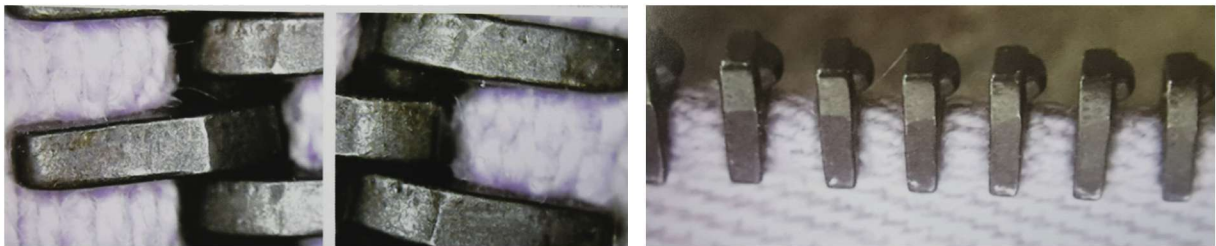
常见五金拉链的鉴定方法

瑞士RIRI集团的客户几乎涵盖所有世界顶级服饰和箱包品牌，RIRI对拉链制作的原料选材、外观设计、制作工艺、实用功能、时尚品味等方面都几近“苛刻”，有全球拉链“第一贵”之称。



RIRI拉链的鉴定点：

1. r和i字母的底部倾斜角度为45度
2. riri字母的四个圆点位置两两对应，圆点形态为正圆
3. M的中间位置与两竖不在一个平面，注意观察正品字体形态
4. 贝壳头拉链头形态



YKK 日本发斯宁产品集团因其在拉链、树脂部件、尼龙黏扣带、纤维布带、按扣及扣具方面无可挑剔的生产标准以及完备的质量控制流程，在全球备受客户信任。



YKK拉链的鉴定点：

1. 拉链头中间的工业线
2. 拉链头双侧腰线硬朗