

<<奢侈品品牌历史>>

图书基本信息

书名：<<奢侈品品牌历史>>

13位ISBN编号：9787811345629

10位ISBN编号：7811345625

出版时间：2009-9

出版时间：对外经贸大学

作者：孔淑红

页数：251

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<奢侈品品牌历史>>

前言

呈现在读者面前的这套高等院校奢侈品管理专业规划教材是对外经济贸易大学祥祺奢侈品研究中心专家集体智慧的结晶，作为我国奢侈品领域的首套系列规划教材，在很大程度上代表了迄今我国在奢侈品领域的研究水平。

本套教材定位于研究生层次的专业教育，也适用于业内人士自学的需要。

作为一种非必需的消费需求，人类对奢侈物品和服务的需求从远古时代就已客观存在，反映了人类的心理需求而非仅仅停留在生理层面的物质需求。

中国商代的玉器、古希腊的黄金面具等，所传承的信息都展示了人类对于美的精神追求。

时代发展到今天，科学技术和生产工艺的进步使得物质不再匮乏，而人们对于独特型物品的拥有以及消费的过程体验愈发向往，商品经济的制度安排使得人们对奢侈物品和服务的需求能够得到满足，并以出价高者得的机制保持着市场的规模和价值。

奢侈品市场在西方发达国家发展比较成熟，不论在供给还是在需求方面都有规律可循。

中国作为一个快速发展的新兴国家，奢侈品的消费市场正在迅速增长，在不远的时间内有可能发展成为世界第二大奢侈品消费市场。

这种客观存在的经济社会现象催生了对外经济贸易大学祥祺奢侈品研究中心的成立，校内外一批对奢侈品素有研究的专家学者团结合作，对奢侈品市场的普遍发展规律以及中国奢侈品市场的共性与特性展开了科学研究，取得了一系列成果。

研究中心还致力于人才培养，在借鉴国际上比较成熟的奢侈品专业人才培养方案的基础上，于2009年在国家重点学科下的国际贸易学专业中正式推出了中国首个奢侈品管理方向的硕士研究生项目。

本套教材是奢侈品管理方向研究生教育的初步成果，也是教材工程建设的核心部分，编著者在深入研究的基础上，遵循拿来主义的指导思想，与法国、意大利、摩纳哥等国的学术同行和专业人士进行了深入的合作交流，并有多人赴欧洲进行访问研究和实地考察，形成了18本教材，涵盖了奢侈品教学领域的主要方面。

奢侈品管理方向的硕士研究生项目重在培养中高级从业人员，使学生系统掌握奢侈品管理的基础理论、专业能力以及与消费者和社会有效沟通的技能。

业内人士也可以借助本套教材通过自学获得系统教育的效果，提升专业水准。

<<奢侈品品牌历史>>

内容概要

本书着重介绍奢侈品品牌成长的历史，把路易·威登、香奈儿、迪奥、卡地亚、蒂芙尼等林林总总的奢侈品牌背后的历史故事呈现给读者，让迷恋这些品牌的人透过本书去体味另一番奢华的韵味。全书按行业划分为八章，包括名品服饰、顶级珠宝、香水、名车、名表、奢华箱包、豪华游艇和私人飞机。

每一行业均挑选出位居前列的杰出品牌，介绍其历史传奇，精选其经典作品，讲述其与名人的故事，并解析其极致美感。

从历史中鉴赏美轮美奂的经典之作，在经典中体味历史的厚重。

本书是奢侈品管理专业研究生教材，也可作为专业人士及时尚人士鉴赏奢侈品品牌、经典作品、历史传奇的学习用书。

<<奢侈品品牌历史>>

作者简介

孔淑红，经济学博士，对外经济贸易大学教授，博导。

2004年英国诺森堡大学访问学者，2009年摩纳哥国际大学访问学者。

研究方向：财政理论与政策，税收理论与政策，奢侈品消费税收与产业分析。

主要从事财政学、税收学、奢侈品消费税收与产业分析以及国际投资学的教学与研究。

出版专著《中国资本市场效率与监管研究》(2006年)，编著《公共经济学》(2006年)、《国际投资学》(2005年)、《奢侈品品牌历史》(2009年)、《奢侈品产业分析》(2009年)。

近5年在国际学术刊物发表论文6篇，国内学术刊物发表论文近10篇。

<<奢侈品品牌历史>>

书籍目录

第一章 世界顶级香水品牌历史 第一节 香奈儿Chanel——风华绝代的时尚经典 第二节 雅诗兰黛Estee Lauder——极致奢华的美国香氛 第三节 兰蔻LANCOME——优雅浪漫的巴黎玫瑰 第四节 卡尔文·克莱恩CaNin Klein——华丽优雅的美国时尚 第五节 古琦Gucci——尊贵奢华的意大利底蕴 第六节 克里斯汀·迪奥ChristJan Dioi——华美浪漫的魅惑风情 第七节 伊丽莎白·雅顿Elizabeth Arden——美国纽约的尊贵红门 第八节 巴宝莉Burbenrry——轻快简约的英伦风尚 第九节 娇兰Guerlain——绚丽奢华的法兰西时尚 第十节 爱马仕Hermes——璀璨夺目的至精至美第二章 世界顶级珠宝品牌历史 第一节 卡地亚Cartier——皇帝的珠宝商，珠宝商的皇帝 第二节 蒂芙尼Tiffany & Co. ——见证生命中每个重要时刻 第三节 宝嘉丽Bvlgari——演绎时尚、缔造典雅 第四节 梵克雅宝VanCleaf & Arpels——永不褪色的爱恋 第五节 海瑞温斯顿Harry Winston——充满传奇色彩的“钻石之王” 第六节 宝诗龙Boucheron——胆识过人、战绩彪炳的冠军 第七节 御木本Mikimoto——蓝色海洋的永恒馈赠第三章 世界顶级钟表品牌历史 第一节 江诗丹顿Vacheron Constantin——卓越完美严谨的统一 第二节 万国表IWC——高档钟表的工程师 第三节 豪雅表TAG Heum——运动与优雅的结合 第四节 爱彼表Audemars Piguet——家族传承的典范 第五节 百达翡丽Patek Philippe——收藏家的乐园 第六节 宝玑表Breguet——发明创造的摇篮 第七节 伯爵表Pigegt——用珠宝提升表的奢华 第八节 芝柏GP——钟表界的法拉利 第九节 劳力士ROLEX——名表中的霸主 第十节 积家表Jaeger—Le Coultre——典雅的创新摇篮第四章 世界顶级皮具品牌历史 第一节 路易·威登LV——皮具世界的奢华 第二节 香奈儿CHANEL——永远的经典 第三节 迪奥——低调的华丽 第四节 古琦GUCCI——引领潮流的经典 第五节 寇兹COACH——垂手可得的奢华 第六节 普拉达PRADA——永不褪色的经典 第七节 托德斯TOD'S——时尚之都的高尚优雅 第八节 登喜路Dunhill——让男人心动的经典 第九节 芬迪Fendi——来自罗马的尊贵典雅 第十节 爱玛仕Hermes——追求完美、一丝不苟第五章 世界顶级服装品牌历史 第一节 香奈儿Chanel——女性时尚经典的代言人 第二节 乔治·阿玛尼Giorgio Armani——随意优雅男性时尚 第三节 纪梵希GIVENCHY——法兰西式的精致优雅 第四节 迪奥Dior——法国时装文化的最高精神 第五节 范思哲Versace——意大利性感诱惑 第六节 普拉达PRADA——简约中蕴藏的典雅 第七节 杰尼亚Ermenegildo Zegna——顶级尊荣的阳刚风范 第八节 胡戈·波士Hugo Boss——优雅的德式风格 第九节 巴宝莉Burben了——浓烈的英伦色彩 第十节 唐纳·卡兰DONNA KARAN——时尚的纽约都会韵味第六章 世界顶级汽车品牌历史 第一节 宾利Bentley——彰显尊贵豪华的经典 第二节 迈巴赫。Maybach——无与伦比的王者气概 第三节 梅塞德斯—奔驰——现代汽车行业的开创者 第四节 宝马BMW——蓝天白云螺旋桨 第五节 保时捷Porsche——无法拒绝的速度与激情 第六节 凯迪拉克Cadillac——永不褪色的高贵奢侈 第七节 奥迪Audi——“高雅不过霍希” 第八节 劳斯莱斯Rolls · Roycej——“欢乐女神”脚下的奢华 第九节 兰博基尼Lambor。ghini——御风而行的车中艺术 第十节 法拉利Ferrari——极尽奢华的车中红魔第七章 世界豪华公务机品牌历史 第一节 豪客比奇——比奇Beechcraft 第二节 豪客比奇——豪客Hawker 第三节 庞巴迪Bombardier 第四节 达索猎鹰Dassault Falcon 第五节 湾流宇航Gulfstream第八章 世界豪华游艇品牌历史 第一节 阿兹慕Azimut 第二节 公主Princess 第三节 丽娃Riva 第四节 法拉帝Ferretti 第五节 意达马Itama参考文献

<<奢侈品品牌历史>>

章节摘录

2003年，路易·威登在设计上有了更让人惊喜的创新。设计师马克·雅各布首次与日本新艺术家村上隆携手，设计出清新可爱的大头娃娃与色彩艳丽的花花图案。

新设计摒除了LV经典的Monogram图案给人老气的感觉，以“幼稚”的诱惑力在全球风靡一时。正是这种大胆创新的魄力，让路易·威登多年来一直稳坐时尚类顶级奢侈品的宝座，这个混合着古老的沉稳和年轻的、可爱的奢侈品品牌，成功地让自己的名字成为了奢侈品的代名词。

2004年路易·威登推出了最具影响力的“Theda”手包。这款包的表面由蓝绿色鸵鸟皮和绸缎精致而成。售价高达5 550美元，并且只在美国纽约第5大道的专卖店和英国伦敦的专卖店限量销售，伦敦专卖店只有10只。

纽约和伦敦的消费者为能买到一款这样的包不得等上几个月。

堪称LV最畅销的明星商品Speedy，最初是应顾客要求而特别订做的。这个包的主人就是电影《罗马假日》里拿着一个LV旅行箱出走的奥黛莉·赫本，由于她希望有一个比较小的软袋可以随身携带，因此LV特别为她设计出轻巧的Speedy。

后来LV将Speedy提袋延伸为一个系列，共有5种尺寸。其中Speedy 30一直是众多女性心中的经典单品。恰到好处的大小尺寸，容量及携带性都相当地高。Speedy将Keepall旅行袋重新演绎，弧圆的外形令手袋空间更加宽敞。

拉链阔开口附加挂锁，安全可靠。Speedy最独特的是，既有挺度也可以折成扁平状而方便旅途中携带。LV的speedy 30受到各年龄层喜爱，其优雅的魅力外型，拥有人气不坠的顶级地位，也是许多人入门LV的基本款式，此款包无论在人气度、划算度、耐用度和整体感都是上上之选，这款包已是品牌的招牌包款，但因为太受欢迎，连专卖店也常会有缺货的情形。

LV的各种旅行箱、提包、背包、皮夹约一个月就会推出新款式，极具气派的耐用皮具采用的皮料大部分具防水及防磨损性能，加上极坚韧牢固的线脚，令每个LV皮具都非常耐用。每个正品LV皮具都有一个独特的编号，印压在一个不显眼的地方，这也是鉴别真伪LV的方法之一。多年来，LV的形象专业、低调，但又不失高贵，其黑、白、灰、咖啡、天然色等基本色调的服装，再配上任何款式的LV皮包，无不时时衬托出穿着者的独特气质。经过一个多世纪的发展，LV已经成为世界精典皮具的象征。

<<奢侈品品牌历史>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>