

# 《霓裳经曲》

## 图书基本信息

书名：《霓裳经曲》

13位ISBN编号：9787500499657

10位ISBN编号：7500499655

出版时间：2011-10

出版社：中国社会科学出版社

作者：吕芳

页数：314

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《霓裳经典》

## 内容概要

《霓裳经典-T台上的传奇》，本书讲述的是奢华服饰永远是每个女人的终极梦想，我们可以没有男人，却不能没有一件心爱的大牌服饰。路易·威登、香奈儿、范思哲、迪奥每一个都能令女人魂牵梦绕。每一件时装都将时尚与生活完美融合，使人心里不禁产生“明天我就要这样出门”的欲望。女人分很多种，白色少女、奢华贵妇、强势女人、自由新女性，但她们的终极目标只有一个，拥有能展示自己独立风格的服饰。

## 书籍目录

路易·威登 (LOUIS VUITTON)——永远的奢华

“LV”几乎是每个奢侈品消费者梦想的、也是首选的奢侈体验，如果你不知道这个名字，只能说明你与时尚无缘。

香奈儿 (CHANEL)——世界时装之母

玛丽莲·梦露的一句“晚上我只穿Chanel N. 5入睡”，让女性深信这个品牌能给她们带来迷人的魅力。CoCo

Chanel的一生，更是自信、独立、现代的新女性所追求的人生典范。

迪奥 (DIOR)——颠覆时装潮流

无论当年Dior先生一刀将裙子剪到及膝的长度，还是如今的“毒药”香水，这个品牌自由的灵魂，一下就让看多了奢侈品牌的女士们热爱上了，她们已经进入追求个性消费时代。

爱马仕 (HERMES)——缔造男人本色

当人们了解到它160多年的历史赋予它“奢侈品中的奢侈品”地位时，没人会不希望拥有它来证明自己的品位。

芬迪 (FENDI)——皮草奢华王国

有人说Armani冷艳，Gucci简约，Fendi则有一种“玩奢华于股掌之上”的惊人魄力。高级皮革成衣、手袋、家居等多个领域，缔造了无可撼动的奢侈品界的品牌地位。

范思哲 (VERSACE)——大胆的奢华

Versace这个和它的创建人一样传奇的奢侈品牌，以强大的实力分割了世界奢侈品的一块市场。

古琦 (GUCCI)——身份与财富之象征

从Gucci开始，人们体会到了奢侈品牌的摩登感。能把传统的黑色做的性感，经常从男装中获得的灵感，让女性第一次尝到“帅死人”的美丽。

菲拉格慕 (SALVATORE FERRAGAMO)——不朽的传奇

自1

927年成立开始，历经全球经济大衰退，第二次世界大战，但是依然屹立不倒，并于今时今日成为一个历久不衰的意大利经典时装品牌。

普拉达 (PRADA)——缔造。百年传奇

一部《穿Prada的恶魔》，让Prada成为时尚王国里权威者的不二选择，更成为中国时尚粉丝们探究时尚秘诀离不开的品牌。

阿玛尼 (GIORGIO ARMANI)——超越时空的优雅

当历史的时针走到1998年，人们对穿着的要求达到了一个新的高度。优雅含蓄，大方简洁，做工考究，成为这个纯正意大利品牌征服渴望优雅生活的人们不死绝招。人人都知道，“当你不知道要穿什么的时候，穿阿玛尼就不会错”！

巴宝利 (BURBERRY)——英国皇家御用

一向代表英国皇室高贵形象的Burberry，直到今天，我们还经常看到在严肃的政府机关穿着Burberry条格T恤的官员们。

## 《霓裳经曲》

### 精彩短评

- 1、 百度百科+百度图片.....请把钱退我！
- 2、 排版烂的恰似一朵奇葩。第六章搞错了范思哲的照片，香奈儿那章也有张照片疑似错误，这种漏洞百出的书是小学生做的吗？还中国社会科学出版社的呢，垃圾！
- 3、 介绍奢侈品的文风跟时局、历史、民俗不沾边儿，不是特别适应，难道这就是所谓的“文化隔阂”？不过还是很喜欢各种show，养眼，O( \_ )O哈哈~
- 4、 配图倒是不少，驴唇不对马嘴。把MARRY ME 香水放到LV家。== 后面更多对不上的就不一一挑出来了。。。。
- 5、 做普通科普还是不错的，让那些穿着双C大摇大摆走着的还不知道为啥别人笑的了解还是很有必要的。哈哈。

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)