

<<路易.威登的中国传奇>>

图书基本信息

书名：<<路易.威登的中国传奇>>

13位ISBN编号：9787213048654

10位ISBN编号：7213048651

出版时间：2012-7

出版时间：浙江人民出版社

作者：真柏

页数：131

字数：12900

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>

## &lt;&lt;路易·威登的中国传奇&gt;&gt;

## 前言

世界第一的奢侈品帝国 2011年3月10日,《福布斯》发布2011年全球富豪榜,在这份榜单上,全球最大的奢侈品公司LVMH集团董事长伯纳德·阿诺特(Bernard Arnaut)以410亿美元的个人净资产名列富豪榜第四位,成为法国最富有的人。

伯纳德·阿诺特及LVMH的异军突起意义非凡。

在前一年的福布斯全球富豪榜单上,伯纳德·阿诺特位列第七名,但在短短一年之后,阿诺特的排名上升至第四位,财富增加了135亿美元,如果考虑到以下事实,这个排名显然令人颇感意外。

回顾2010年,国际金融危机虽然渐行渐远,世界经济从危机的风暴中逐步走出,但仍余震未消。特别是在全球性的自然灾害、局部战争以及欧元危机的冲击下,全球经济复苏更加缓慢。奢侈品行业对经济的晴雨最为敏感,在经济滞缓的态势下,众多行业不景气,奢侈品业则首当其冲。据统计,在2010年,全球的奢侈品销售虽然同比增长10%,但鉴于前两年销售额连续下跌8%和11%的惨淡事实,各大奢侈品巨头都不约而同地降低了市场预期,不求销售有大幅增长,但求恢复到危机前水平以求自保。

正是在这低迷的市场背景下,LVMH却屡破坚冰,逆势而上,创造了业内一枝独秀的销售业绩。

早在2009年,相比奢侈品行业整体下跌11%的销售“滑铁卢”,LVMH的销售跌幅仅为1%。而到了2010年,熬过了漫长的冬天,LVMH又开始全面开花:全球销售首破200亿欧元、净利润首超30亿欧元,取得销售额增长19%、利润暴增73%的做人业绩。

其间,LVMH趁市场低迷之际,强势收购了宝格丽,并将爱马仕的股权持有量增至20%以上,成为除爱马仕家族之外的第二大股东。

LVMH对宝格丽的并购与爱马仕的增持,对奢侈品行业可谓影响重大:前者是全球第三大珠宝供应商,与LVMH同样,也是“百年名店”;而后者,众所周知,也是一家历史悠久的高档箱包制造巨头,与LVMH长期割据高端手袋市场的半壁江山。

而对宝格丽的并购和对爱马仕增股的完成,仅仅是LVMH缔造奢侈品帝国计划的一小部分。

截至2011年,LVMH公司旗下已延揽了全球50余个奢侈品牌,包括轩尼诗(Hennessy)、迪奥(Dior)、豪雅表(TAG Heuer)、纪梵希(Givenchy)、芬迪(Fendi)、娇兰(Guelilain)、高田贤三(Kenzo)等世界著名奢侈品牌,当然,在LVMH经营的所有世界顶级奢侈品牌中,最重要的是路易·威登(Louis Vuitton,简称LV),它占LVMH公司营业总额的1/4、利润的60%左右,经营范围横跨名酒、时装、皮革制品、香水、化妆品、珠宝、钟表乃至传媒等多个领域,成为名副其实的奢侈品帝国。

LVMH集团全称为“酩悦·轩尼诗—路易·威登”集团(Moët Hennessy—Louis Vuitton),它由法国红酒制造巨头酩悦·轩尼诗集团与路易·威登集团于1987年强强合并而成。

目前,全球的奢侈品市场呈三分割据态势:LVMH所属的酩悦·轩尼诗—路易·威登集团、瑞士历峰集团(Richemont,旗下有江诗丹顿、卡地亚、登喜路等著名品牌)和法国巴黎春天百货集团(Pinault Printemps Redoute,旗下有古琦、宝姿等著名品牌)并列为全球三大奢侈品集团。

而LVMH集团每年的销售额,则大约3倍于历峰集团,6倍于巴黎春天,是当之无愧的世界第一奢侈品集团。

在如此傲人的业绩背后,人们自然要问,LVMH的成功秘诀到底来自哪里?

面对世界金融海啸的冲击,LVMH又为何能屹立不倒?

作为LVMH集团的核心,皮箱和皮件领域顶尖品牌LV一直傲居国际时尚行业顶端,接下来,让我们聚焦LV,探索路易·威登的成功之道。

## <<路易·威登的中国传奇>>

### 内容概要

本书是由真柏和星旻编写的《路易·威登的中国传奇》。

《路易·威登的中国传奇》的内容提要如下：

路易·威登，这个风行全球的品牌，150多年前从小作坊起步，经过几代人的奋斗，发展为横跨箱包、时装、皮鞋、名酒、化妆品等经营领域的超级奢侈品帝国。

时代的风云际会、审美的观念更迭，并没有改变路易·威登的经典与魅力，印有“LV”标志的箱包依然风靡全球，引领着国际时尚业的潮流，成为人们竞相追捧的对象。

路易·威登发

展史上，有两个重要阶段：首先，品牌创始人路易·威登通过个人的杰出才能和不懈努力，创造了路易·威登这个举世瞩目的品牌，并把它经典化，使之成为上流社会的品牌象征；其次，通过令人眼花缭乱的资本运作和严丝无缝的商业策略，将路易·威登推向全世界，建立起一个以路易·威登为主导的庞大的奢侈品帝国。

1992年，路易·威登嗅着财富的味道来到市场经济飞速发展的中国，在上海恒隆广场开设了第一家旗舰店。

20年后的今天，祖国迅速成为LV销量全球第一的大市场。

印有“LV”字样的商标已经成了妇孺皆知的品牌。

## <<路易·威登的中国传奇>>

### 书籍目录

引言 世界第一的奢侈品帝国

#### 1 品牌的诞生

梦想与奋斗

挫折与突破

灾难与重生

乔治·威登的成长

仿制品之战

请名家代言

第二代掌门人

#### 2 “帝国”之路

跨出国门的梦想

登陆伦敦

打响知名度

最后的遗嘱

世界最著名的图案诞生

开拓疆土

战时的多元化经营

向奢侈品巨头进军

收购与整合

竞争风云

经营神话

#### 3 中国传奇

LV的中国式成功

LV的中国消费者

我为包狂

#### 4 困境与思考

洋品牌的水土不服

来自造假业的巨大冲击

LV被平民化？

非理性消费现象的思考

后记 认识LV，为奢侈的心灵享受埋单

## &lt;&lt;路易·威登的中国传奇&gt;&gt;

## 章节摘录

路易·威登的企业之所以能在几十年里取得长足发展，这和国内大环境是分不开的。众所周知，法国在1789年的大革命以后，政局风云变幻，执政者软弱无能，使得法国处于内忧外患的危险境地，濒临崩溃。

1799年，著名军事领袖拿破仑通过雾月政变上台，结束了法国自督政府以来内忧外患的局面。在1805年的奥斯特里茨战役中，他率领法军以少胜多，打败了俄奥联军，达到了军事生涯中最辉煌的顶点。

1804年底，拿破仑在巴黎圣母院加冕称帝，建立了代表大资产阶级利益的法兰西第一帝国。拿破仑执政以后，在政治上确定了以稳定政局为首要任务的政策，为达到这一目的，他以灵活有效的策略应付各种反对势力，确保了局势的稳定。

在经济上，他改革财政，创办法兰西银行，采取发放津贴和补贴的办法，鼓励资本主义工商业的发展。

政治的稳定为经济的发展创造了有利环境，财政改革又使资产阶级获得了实际利益，从而推动了法国的经济振兴。

在法律上，他重视法制建设，注意依法治国，1804年，由他主持修订的《民法典》（也称《拿破仑法典》）颁布。

这部法典是资产阶级国家中最早的一部系统的成文民法典，在法律上承认了大革命中所建立起来的资本主义所有制和资产阶级的社会经济秩序，并对它们在法律上加以保护。

接着，法国还制定了《商法典》和《刑法典》，它们同《民法典》一起，成为资本主义社会的立法规范。

在文化教育上，拿破仑十分重视科学研究和文化教育事业的发展。

他建立了公立中学和法兰西大学，由国家拨款，聘请本国或外国著名学者、专家担任教师，从事科学研究和文化知识的传授，培养有用人才。

上述一系列政策的实施，使得在法国大革命中建立起来的资本主义制度得以巩固和发展，也使法国的经济得到调整和振兴，使法国进入“第二次工业革命”时代，并取得了欧洲的领导地位。

而在拿破仑遭遇“滑铁卢”之后，法国的政体虽然在帝国与共和国之间动荡，局部小规模工人起义也时有发生，但从总体上来说，自拿破仑时期确立的资本主义国家政策基本未变，法国的工商业也进入快速发展时期。

而路易·威登的发展，正是得益于国内大环境所创造的机遇。

1870年的普法战争急剧逆转了法国的形势。

普法战争是普鲁士王国为了统一德意志并与法国争夺欧洲大陆霸权而爆发的战争。

19世纪70年代以前的德意志，长期处于四分五裂的状况，经济发展落后于欧洲其他大国。

但自从普鲁士国王威廉一世登基，并任用“铁血首相”俾斯麦以后，普鲁士决心用武力来统一德国，并实现德国称雄欧洲的梦想。

1864年至1866年，普鲁士相继对丹麦和奥地利发动王朝战争，统一了德意志的北部和中部，建立了北德意志联邦。

而此时南德四邦（巴登、黑森、符腾堡和巴伐利亚）以法国为后盾，仍割据一方。

法国向来以欧洲大陆的领导人自居，当然非常不愿意看到邻国德意志的统一与强大。

通过对南德四邦的幕后操控，法国千方百计阻止普鲁士的统一，并企图通过对外战争来转移国内矛盾，称霸欧洲。

普法之间的矛盾迅速激化。

在战争爆发之前，俾斯麦使用了外交手段，诱使法兰西第二帝国的皇帝拿破仑三世主动挑起战争。

色当战役后，法国战败，第二帝国被推翻。

普鲁士乘胜追击，继续向法国推进，攻占巴黎，并迫使法国签订了割让阿尔萨斯和洛林、赔款50亿法郎的条约。

普法战争对于法国的破坏是不言而喻的。

## <<路易·威登的中国传奇>>

在这场战争中，法国损失近200亿法郎。

割地和赔款，极大地削弱了法国的工商业投入，使得法国经济一蹶不振。

农村饿殍遍野，城市里大量的企业破产、银行倒闭，失去工作的工人们则纷纷走上街头。

在战争期间，路易已经6个月没有卖出一只箱包了。

路易离开巴黎，回到他阿尼埃尔的工厂。

他的工厂已经被占领，昔日鲜花茂密的庭院，已经变成萧瑟的露天垃圾场。

整个工厂成了普鲁士士兵的营房，地上马粪遍地，到处是脏兮兮的稻草。

长官们住在二楼路易的房间内，客厅变成了他们堆放杂物的地方。

所有值钱的东西都被洗劫一空，而那些搬不动的昂贵的原材料白杨木，则被当成了点火烧饭的柴火。

望着眼前的一切，巨大的绝望占据了路易的身心。

这场战争毁掉的不仅仅是路易的工厂，更是路易一生的心血。

回到巴黎卡普西努街的店铺，情况也好不到哪里去。

店铺已经被洗劫一空，只剩下断壁残垣。

路易变得一无所有，他失去了商店，失去了工具，失去了工人，也失去了顾客。

此时的路易已将近50岁了。

路易想到了在这个年纪，他的老东家马歇尔先生早已退休，回家享受天伦之乐去了，可自己还不得不重新开始，在朝不保夕的晚年进行他的第二次创业。

两天以后，法国与普鲁士签订了停战协定，普鲁士士兵撤出巴黎。

经过战争的洗礼以后，巴黎又渐渐地回复到了正常轨道上。

为了重建被洗劫一空的厂房，路易决定忍痛卖掉他在卡普西努街的店铺。

店铺很快就被转手，有了这笔钱，路易开始物色另外的店址。

路易看上了斯克里布街1号的店面。

这家店面由原来的马赛俱乐部改建，它有11.5米高的外墙和8米的进深，这使路易的发展空间更加大了。

更重要的是，它位于在建的歌剧院附近，旁边还有火车站和大饭店，这就保证了客流量。

俱乐部内部由三部分组成，路易改建了两个部分用来专卖旅游用品，剩下的一个部分，则经营他传统的行李打理业务。

与此同时，阿尼埃尔的重建工程也开始了。

他把工厂修葺一新，为工厂购置了专门的运货马车，还在工厂的院子里开设了专门的铁匠铺以便随时维修车轮。

在工厂旁还有一个马厩，里面养着十几匹马，用于把新制造的箱子送往斯克里布的店铺以及顾客手中。

从此以后，人们就经常看到装有黑色箱子、上面印着粗体“LOUIS VUITTON”字样的马车奔波于阿尼埃尔和巴黎之间，上门为顾客提供一对一的服务。

从路易的举动中，人们可以看出路易信心满满，准备东山再起。

可当时路易已经快50岁了，尽管他还有梦想，也有野心，但是现实却不允许他这么做了。

几十年的苦心经营，不仅考验着路易的聪明才智，更消耗着路易的精力。

此前，路易·威登牢牢地控制着企业设计、生产、销售的每一道环节，凡事都亲力亲为，不敢有一丝松懈。

但现在，他必须考虑适当腾出一点时间与精力，培养他的接班人了。

.....

## <<路易·威登的中国传奇>>

### 编辑推荐

LV，这个具有一百多年悠久历史的奢侈品中的翘楚，如何贴上了“高贵”“优雅”“上层”“精英”的标签？

为何印有“LV”标志的箱包风靡全球，引领着国际时尚行业的潮流，成为人们竞相追捧的对象？

面对世界金融海啸的冲击，LV又为何能屹立不倒？

接下来，让我们翻开由真柏和星旻编写的《路易·威登的中国传奇》一书，聚焦LV，探索路易·威登的成功之道。



<<路易.威登的中国传奇>>

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>