

奢侈品之战



[奢侈品之战 下载链接1](#)

著者:fa ma dong

出版者:Sichuan People's Publishing house

出版时间:2009-3

装帧:Paperback

isbn:9787220078156

《奢侈品之战》精准把握住了原著《Les Guerres Du Luxe》的幽默感，几个奢侈品品牌的大佬的个性特征被描绘得惟妙惟肖：法国人富有深度的玩世不恭、意大利人看似粗犷实则精巧、美国人进取睿智但又敏感多疑的特征都跃然纸上。奢侈品是昂贵的，高昂的价格是造成奢侈品幻觉的因素之一。同时，对品牌进行巨额投资已获得可以被称为奢侈品的身份，这是造成奢侈品幻觉的有一个因素。

作者介绍:

目录:

[奢侈品之战 下载链接1](#)

标签

奢侈品

品牌

时尚

消费者行为

商业

奢侈品之战

斯蒂芬-马尔

营销

评论

书里的数据旧了点。翻译，不敢恭维。LES YOYOS DU YEN (日元的涨落) 那章，描述针对日本客人的营销策略，日元以它的方式造就着奢侈

品工业，写得最明了真实。奢侈品牌的并购，可以增加其在广告投放、实体店铺开销等方面的谈判筹码。在法国，香水是艺术创作；在美国，香水可以抄袭。

絮絮叨叨的讲着故事还不错

绝对的狗屁不通，有兴趣的朋友请看原文

在一个能在药店买到网球、糖果的国家，发现什么knock off也不足为奇。。。。。。哈哈哈哈

与其说是奢侈品之战不如说是资本之战，但是翻译实在烂到家！！

这其实是一本野史

·一本難得很深刻的有關奢侈品行業的書 · · · 很不錯 · 翻譯的文筆也很好 · · 序寫的也不錯!!!

跳着看完 挺不喜欢读历史课本的

香奈儿说，奢侈的对立面不是贫穷，而是粗俗。

真好看

美中不足的是1. 原文的层次还有待提高2.译者没什么金融知识.

但是总的来讲还是介绍的很全面,也很容易读.

长点见识

#借标 Co-China 90

奢侈品消费的逻辑。开头两篇贵朝右翼保守自由派的分析很无聊，后面的中日法英美等国的经历梳理不错，让人看到历史相似之余又屡生歧异。

奢侈的对立面不是贫穷而是粗俗。

有点脱离大家的实际

翻译得很烂。我相信原书应该会更好。前几章还不错。后面有点读不下去

几个奢侈品品牌的商业发展历程

书很好，只是被翻译糟蹋了

是翻译的原因还是啥？GUCCI大战LVMH连带YSL的篇章
几乎一点都没看懂……why? ? ? ? ? ?

已购

[奢侈品之战 下载链接1](#)

书评

本来觉得这个书也就这样吧，后来看到前面一个姑娘写的备注，两行繁体字，key words如：“难得”“深刻”“好书”“翻译得不错”之类。

我就不淡定了！！！！！！！！！！！！！不！！淡！！定！！了！！！！！

静下来想想，其实这本书最适合的读者应该就是不严肃不较真...

翻译得狗屁不通的地方非常多。首先是文法问题，然后是常识的问题。

文章有很大部分是在讲资本市场的争夺

，但从行文和术语的把握上看，翻译者基本上不通金融。

至于文章最核心的奢侈品话题居然也出现了难以忍受的错译，Dior最富盛名的时装系列“New Look”居然被译成了“新视...

少掉的一颗星是给翻译。。。。

文章本身翻译的还行，要精通法语的同时对奢侈品和经济学很有研究，能做到这点不容易，但就是在所有名称的处理上实在让读者头痛。这些都是确有其实的人或事物，不是哈利波特，想怎么翻就怎么翻。除了前面评论提到的那些，印象最深的还有Hedi ...

从季风的会员杂志上看到了这本书的简介，第二天就跑到季风买了回来。也许进货不多，买的时候只剩下一本了，封面还有些印记，最后还是决定买了下来。

其实如同这本书的介绍一样，通过LVMH收购GUCCI这一案例，把奢侈品集团之间的商业竞争表现出来，更重要的是也带过了一些品牌的历史。所以...

香奈儿说，奢侈的对立面不是贫穷，而是粗俗。

奢侈品当是变形金刚2中的矩阵模块，只有跟与之气场相合的擎天柱相遇才能彰显其本性

在法语课的间隙，把前段时间购买的《奢侈品之战》一书啃完。数月前在周末画报的Review版面，看人家老大邵忠“动之以情，晓之以理”的介绍，心头有些痒痒，颇有不可即得之恨意。幸而，在学而优书店闲逛时，竟在经济学读物中看到了此书的身影。此书竟与巴菲特、杜林普这...

可惜了一本好书，一个好作者。

这是我老板非常喜欢的一本书，她因此在书出版以前为书写了序言。

我也因此有幸拿到了这本书最早的样书。译者很认真，一丝不苟，文笔精到。

可是，一本写奢侈品的书，包装成这样，而且是在欧洲如此有名的一本入门读物，包装成这样，委实可惜。 ...

[奢侈品之战 下载链接1](#)