

<<时尚“折”学>>

图书基本信息

书名：<<时尚“折”学>>

13位ISBN编号：9787562455011

10位ISBN编号：7562455015

出版时间：2011-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：梦亦非

页数：200

字数：146000

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>

<<时尚“折”学>>

前言

认识梦亦非是个偶然的机 会，而我深深被他的文字所打动。

我以前只知道他是70后代表诗人、评论家。

但我今天要说：他是国内“冷眼看时尚”的第一人。

在他的这本新书中你会明白，时尚不全是风花雪月、纸醉金迷，短短几年光景特别是一场无情的金融危机过后，时尚圈里有些大牌沉寂了、消亡了，有的涅槃了，有的则愈加繁荣了……时尚不过是一个产业。

与汽车、IT、能源并无本质区别，只是它的一举一动更加吸引世人眼球，人们爱用欣赏童话的视角去品读时尚，故而忽略了它同属于人类的一种生意。

我从事时尚传媒工作七年，从师父领进门到今天自己带徒弟。

我发觉“时尚”二字对于青年特别是外在貌美的年轻人（无论男女）具有极强的吸引力或杀伤力。

当一个人认为自身条件足够追逐时尚的时候便逐渐丧失理智开始自命不凡，与吸毒差不多。

仿佛自己不进入这个圈子，不追出个头来就是上天对自己的不公。

于是时尚产业不断地创造梦想，不断有极少数“时尚幸运儿”的故事被媒体传诵，而吸引大批有梦的孩子前仆后继、不管不顾，沦为时尚奴隶。

<<时尚“折”学>>

内容概要

本书汇集了作者的80篇时尚短文，每篇写一种时尚现象或知识，每篇篇幅为1000字左右。每篇文章对应一张精美的时尚照片或插画。

本书从时尚新闻、时尚知识等方面进行叙述与思考，深度思考时尚与人文之间的关系。

文章风格幽默，运用了一些古代文风，调侃当今一些荒诞的时尚现象。

比如标榜高贵奢华的时尚顶级品牌的打折现象、时尚人士虚伪的环保意识、以大牌为装扮狐假虎威的现象等。

这类图书一方面可以让读者了解一些时尚运作的内幕，提高读者的时尚品味；另一方面也可以增加读者的谈资，容趣味性和知识型于一炉。

读者以白领与大学生为主，以及一些想对时尚有兴趣的读者。

<<时尚“折”学>>

作者简介

梦亦非，1975年生，70后代表性诗人、评论家、小说家、专栏作家，出版长篇小说、随笔、时尚专著《世界顶级服装设计师TOP20》、《珠宝的前世今生》等十余部。长期为众多顶级时尚杂志撰稿。

<<时尚“折”学>>

书籍目录

品·牌

抢购法国

大牌们的“质量门”

缺乏创意，立马复古

高级定制的挽歌

Burberry的中国

不就一“MCFASHION”吗

纪梵希：优雅不再

你以为你真的就LV了

让时尚广告重新穿上衣服

剽悍的皮草不需要解释

时尚步入平民时代

时尚就应该是民工的模样

无限接近却又永不到达

Chanel宗教

被设计的欲望

Hermes的手工迷信

Gucci的咸鱼翻生

偶·像

Marc Jacobs，成功的平庸

法国时尚的梦想与光荣

别指望设计师穿得多拽

时装编辑的大片日

传奇范思哲

“大情人”华伦天奴

时装背后的黑暗

伊丽莎白·泰勒的珠宝人生

赫本与纪梵希的优雅

温莎公爵的江山美人

王尔德的唯美

当内裤与艺术混搭

“好色之徒”的飞机理想

看这群抄袭的人

塞壬歌声中的时装风景

时尚从业者不等于时尚人士

时尚西太后的塑料把戏

真空穿豹纹皮裙

不知所踪的旅程

热·潮

你已经长途跋涉了，孩子

中国元素：时装中的新趋势

之所以要说BESACE

反时尚的校服

关于袜子，我应该说点什么

一个享乐主义者的意外死亡

<<时尚“折”学>>

奢侈概念的卑微身世
手袋英雄谱
谁说奢侈一定会带来肥胖
我们的时尚现实主义
帽子的故事
IT的结果就是挨踢
中国时装的衰落与色码系统
我美容，故我在
盗版时尚
从殿堂到江湖：“被时代”的时尚权力谱系学
从江湖到殿堂：街拍的影响力
人微不再言轻：时尚博客的权力
型·玩
天天向上
向天堂狂飚
衰人们的危险角斗
无政府主义者的游戏
时尚牢骚

章节摘录

从我更关心的另一个角度即文化角度看，.我欣赏这种奢侈品的购买。

奢侈品由两方面构成：物质与文化。

奢侈品之所以奢侈，不仅因为它在物质上是稀缺资源。

更因为它承载着文化传统。

购买一件奢侈品的过程，是拥有物质的过程，但更是学习、接受物质背后的文化传统与文化传承的过程，再没有哪种方式能比购买奢侈品更好更轻松愉快地学习一个国家的文化精神了。

拥有购买奢侈品经历的人都知道，之所以会为一个手袋或一双鞋子或一件珠宝而在精品店盘桓数小时，除了享受它的服务之外.更重要的原因是在学习：物品的质料、制作工艺、品牌传承、品牌国的文化精髓、物品与自己感观体验的呼应.....这些学习才是人们喜欢花费大量时间购买奢侈品的动力与乐趣。

因此，我自己不会选择在网络上购物，在网络上购物缺少了学习的乐趣以及与物品之间的感应。

拥有、使用奢侈品的过程，则是学习优雅、培养气息的过程。

法国文化以浪漫、优雅闻名世界，法国的奢侈品品牌精神也源自于此，穿戴奢侈品，不仅是为了塑造个人形象，而且是吸收不同国度的优秀文化，兼容并蓄地培养自身文化气息与优雅气质的过程。

只有你的修养素质上升了，你才能驾驭其品牌文化为自身的形象、气质加分。

2009年，中国游客的消费占法国游客总消费的15%，较2008年的消费增长了47%。

从这一增长数据，我相信，中国人正慢慢向西方学习一些优雅的、文化的、投资的东西。

<<时尚“折”学>>

编辑推荐

达人必读的“时尚圣经”！

看时尚风向标们是如何在玩中体现时尚的魅力！

本书从时尚新闻、时尚知识等方面进行叙述与思考，深度思考时尚与人文之间的关系。文章风格幽默，运用了一些古代文风，调侃当今一些荒诞的时尚现象。

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>