



自1954  
年起，致力于  
弘扬法式技艺  
和创造力

COMITÉ  
COLBERT

法国精品  
行业联合会

法国精品  
行业联合会  
COMITÉ  
COLBERT

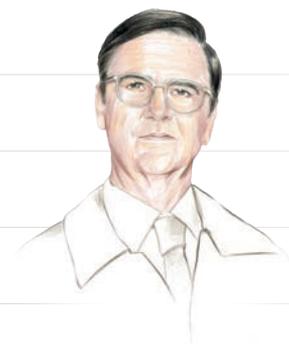
自1954年起，  
致力于弘扬  
法式技艺和创造力



**Jean-Jacques Guerlain**  
(娇兰), 1954至1988



**Jean-Louis Dumas**  
(爱马仕), 1988至1991



**Alain Boucheron**  
(宝诗龙), 1991至1994



**Dominique Hériard Dubreuil**  
(人头马干邑), 1994至1998



**Rémi Krug**  
(库克香槟), 1998至2002



**Olivier Mellerio**  
(Mellerio珠宝), 2002至2006



**Françoise Montenay**  
(香奈儿), 2006至2012



**Michel Bernardaud**  
(Bernardaud), 2012至2016



**Guillaume de Seynes**  
(爱马仕), 2016至2022

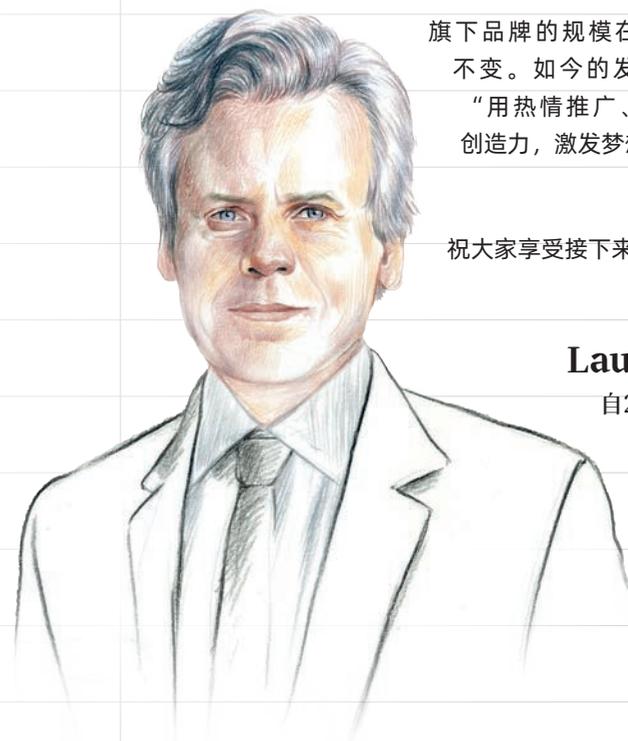
# 您

即将读到的这本旅行日记的确是一部壮阔史诗。这是以法国精品行业联合会为代表的法国奢侈品行业的故事。70年前，让-雅克-娇兰先生凭着想象力以及对当时还只是法国经济中一个小部门的雄心壮志，成立了法国精品行业联合会，最初汇集了15个家族品牌。1954年，他写道：“法式生活的艺术体现在我们的产品中，（……）由我们员工的文化和设计师的灵感所塑造”。当时的重心在于加深不同品牌之间平等的关系，让法国再次瞩目。法国精品行业联合会的精神由此诞生。

那只是星河璀璨、熠熠生辉的开始。如今，法国精品行业联合会汇集了95个法国奢侈品牌、18家著名文化机构和6个欧洲品牌。它们的专业历史加起来有一万九千五百年。这个行业的规模见证了其悠久历史，我们最古老的圣路易水晶始于16世纪，我们最古老的机构巴黎钱币博物馆始于9世纪。

旗下品牌的规模在变，但法国精品行业联合会的精神不变。如今的发展战略正体现在我们的立身之本：“用热情推广、可持续发展、耐心传承法式技艺和创造力，激发梦想。”

祝大家享受接下来的这场旅行！



**Laurent Boillot (轩尼诗干邑)**  
自2022年起担任法国精品行业联合会会长

## 法国精品行业联合会历任会长

# 法国精品行业联合会旗下品牌

七十年来，一百多家品牌、文化机构和欧洲成员加入了法国精品行业联合会。成员们都满怀热情，希望其卓越的技艺和创造力在国际舞台上大放异彩。

## 水晶

Baccarat, Saint-Louis, Moser, Riedel



## 皮具

Berluti, Christian Louboutin, Hermès, J.M. Weston, John Lobb, Longchamp, Louis Vuitton, Pierre Hardy, Delvaux

## 设计和装饰

Atelier Mériguet-Carrère, Delisle, Féau Boiseries, Lelièvre Paris, Liaigre, Pierre Frey, Yves Delorme, Mobilier national



## 陶瓷

Bernardaud, Faïencerie de Gien, Robert Haviland & C. Parlon, Sèvres - Manufacture et Musée nationaux, Herend

## 出版社

Citadelles & Mazenod, Diane de Selliers Éditeur, Flammarion Beaux Livres



## 美食

Alain Ducasse, Anne-Sophie Pic, Château d'Estoublon, Dalloyau, Guy Savoy, Joël Robuchon, Lenôtre, La Maison du Chocolat, Oustau de Baumannière, Pierre Hermé Paris, Potel et Chabot, Taillevent, Yannick Alléno



# 高级定制 和时装

Balenciaga, Balmain, Bonpoint,  
Celine, Chanel, Chloé,  
Christian Dior Couture, Eres,  
Givenchy, Jean Paul Gaultier,  
Jeanne Lanvin, Leonard, Patou,  
Saint Laurent



# 珠宝和 钟表

Bäumer – Place Vendôme,  
Boucheron, Breguet, Cartier,  
Mellerio, Van Cleef & Arpels,  
Zolotas

# 音乐

Devialet, Focal,  
Henri Selmer Paris, IRCAM,  
Opéra national de Paris



# 金银器

Christofle, Ercuis,  
Puiforcat, S.T. Dupont,  
La Monnaie de Paris

# 五星酒店

Cheval Blanc Courchevel, George V,  
Hôtel Plaza Athénée, Le Bristol Paris,  
Le Meurice, Les Airelles Courchevel,  
Les Prés d'Eugénie, Ritz Paris



# 香水和 美妆

Parfums Chanel, Parfums Christian Dior,  
Éditions de Parfums Frédéric Malle,  
Parfums Givenchy, Guerlain,  
Parfums Hermès, Lancôme, Maison Francis  
Kurdjian, Parfums Caron, Rochas,  
Yves Saint Laurent Beauté, Dr Irena Eris



# 文化遗产 和博物馆

Académie de France à Rome – Villa  
Médicis, Air France, Centre Pompidou,  
Château de Fontainebleau, Château  
de Versailles, Comédie Française,  
Institut de France, La Demeure  
Historique, MAD, Musée du Louvre,  
Musée d'Orsay, La Sorbonne,  
La tour Eiffel



# 酒类

Champagne Bollinger, Champagne Charles  
Heidsieck, Château Cheval Blanc,  
Château Lafite Rothschild, Château  
d'Yquem, Delamain, Hennessy,  
Champagne Krug, Martell, Champagne  
Perrier-Jouët, Cognac Rémy Martin,  
Champagne Ruinart, Champagne Veuve  
Clicquot Ponsardin



1954  
至1969

# 起源

二战结束后，奢侈品牌希望能重振荣光。因此让-雅克-娇兰创建了法国精品行业联合会，将法国奢侈品行业的各个品牌汇聚一堂。共同思考，共同行动，共同闪耀。



1954年，让-雅克-娇兰 (Jean-Jacques Guerlain) 创建了法国精品行业联合会 (Comité Colbert)，其名称源于路易十四时期的财政总管让-巴普蒂斯特·柯尔贝尔 (Jean-Baptiste Colbert)。为了使贫困的国家富裕起来，他开创先河，建造皇家工厂，积极发展贸易，打造高端产业。他还成立国际航运公司，提倡文化和科学。这段历史标志着法国的文化影响力开始以凡尔赛宫为起点，向外扩散，大放异彩。凡尔赛宫的财富令世界为之倾倒。

法国精品行业联合会(Comité Colbert)于1959年定名，最初名为柯尔贝尔团体 (Groupement Colbert)，副标题“协会促进雇用优质法国劳动力的出口公司的发展”。

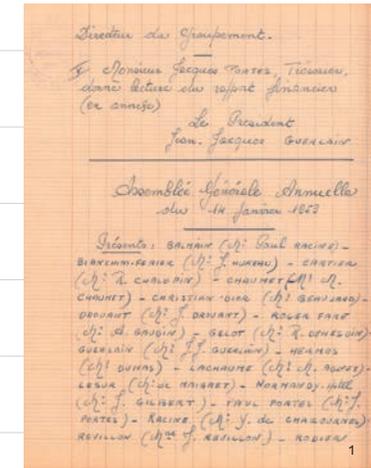
最初的成员包括15个家族经营的时装、餐具、香水和化妆品公司，从一开始就明确地表达了其抱负：在各手工业之间建立联系，将法国品牌聚集在一起，就共同关心的问题举行会议和讨论，宗旨在于“开创、维系并促进团结的精神”。

“我们员工的文化 and 设计师的灵感所塑造的物品演绎了法式生活艺术。”

让-雅克-娇兰 (Jean-Jacques Guerlain)，法国精品行业联合会创始人

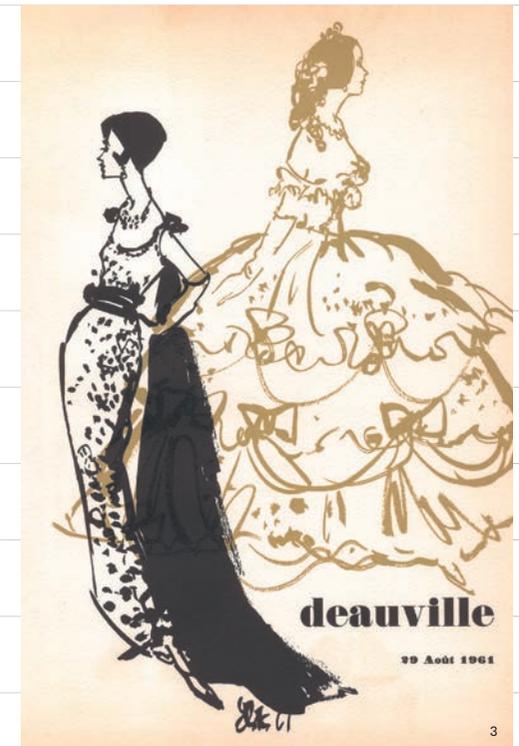
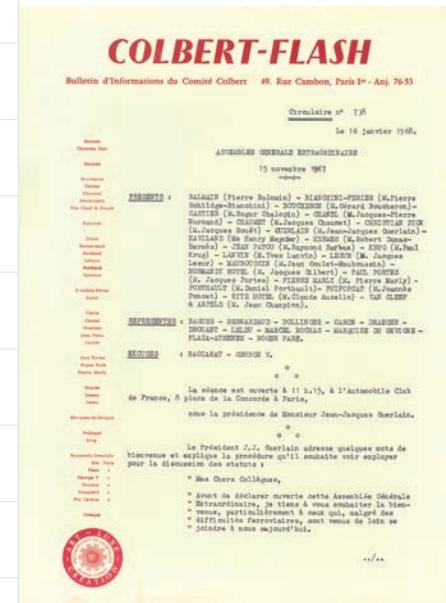
## 1. 大会会议记录， 手写稿，1954年

这份手写的记录簿可追溯到1954年，其中可以看到早期的一份会议记录，当时的名称还是“科尔伯特团体”，协会会长和首批成员出席了会议。



## 2. 简报，1968年

法国精品行业联合会的这份简报发送给了国内外350多名记者。上面印有当时奢侈品行业领军人物的名字，印章上有“艺术、奢华、创造、质量至上”等字样，可以看出在当时行业已具规模。



3. “奢华之夜” (La Grande Nuit du luxe)，于Deauville，1961年8月29日法国精品行业联合会当时就已经为其支持的品牌举办了许多重大活动，例如1961年在法国城市Deauville举办的“奢华之夜” (Grande Nuit du luxe)。

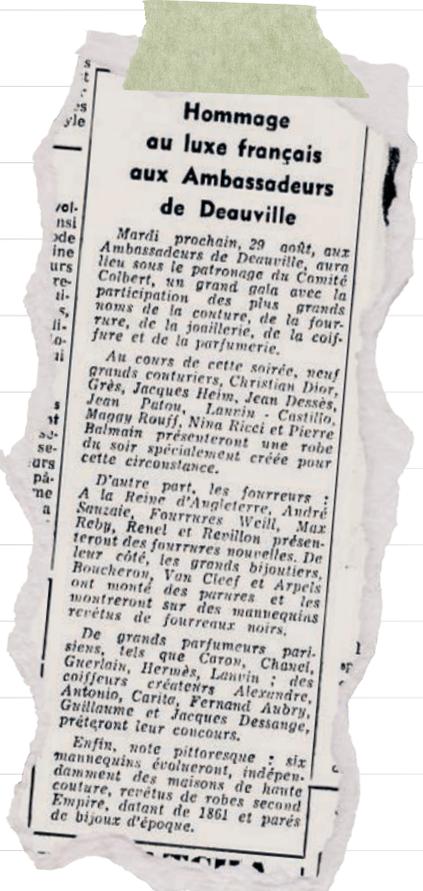
# 《费加罗报》里的法国

法国精品行业联合会自成立起，行动就获得了《费加罗报》的关注。其创举、拼搏、动态受到持续报道。

“Deauville 盛宴向法国奢侈品行业致敬”

1961

在当时，奢侈品还是被看作是肤浅的，是属于女性的。这场盛宴说明联合会已经想要展现法国技艺的多样性以及这个行业蓬勃的创造力。



“通过词汇和举例如来培养品味”

法国精品行业联合会宣布开设系列科普讲座，面向年轻女性，揭秘奢侈品牌的审美标准和技艺技巧。就此开始了对艺术行业的传承和保护。

1961

# 精品行业联合会

1963

“今天早上的部长会议”

这一天，当时任总理的乔治·蓬皮杜主持了由法国精品行业联合会组织的早餐会，当时联合会被描述为“巴黎奢侈品贸易协会”。这几行报道已经把当时联合会的活动和法国政治生活联系起来。



“出口优质行业”

法国精品行业联合会在该报道中提到艺术品和创意产品的出口额已经达到30亿法郎。奢侈品行业已经是重要经济部门，值得被更好地“代表”。

1966



1970至1988

# 拓展



## 风靡海外

20世纪70年代和80年代标志着法国品牌及其技艺走向国际。法国精品行业联合会成功地让一个鲜为人知的领域被看见、被认可。节节攀升的销售额以及国际上对法国奢华工艺的追捧逐渐将奢侈品行业推向聚光灯下。

1970年，法国精品行业联合会旗下的17家品牌在大阪世界博览会上展出了产品，尤其是香水。活动大获成功，证明了法国产品对日本的吸引力。更重要的是，以这次活动为起点，联合会在许多其他国内外的展览上推广了旗下品牌及其专业技术。奢侈品行业业绩暴涨，迅速拓展。1976年，销售额高达280亿法郎，而十年前仅为30亿法郎。

法国精品行业联合会及其旗下品牌齐心协力，将影响力扩大到海外，并向政府部门宣传奢侈品行业的特点，使这一行业逐渐成为法国工业皇冠上的一颗明珠。

在一路高歌凯进的同时，法国精品行业联合会面临着一项重要的新任务：打击假冒伪劣。这个“成名的代价”推动了联合会与政府之间的反复讨论，最终1994年法国出台了强有力的新法规，通过知识产权立法保护创造力。

奢侈品行业在海内外声名鹊起，受到消费者和政治决策者越来越高的认可，为其随后几十年遥遥领先的地位奠定了基础。



《费加罗报》，1972年10月6日

法国精品行业联合会会长回应蓬皮杜先生

让-雅克-娇兰在一场典礼上强调了艺术、时装和创意行业的重要性，当年从业人员高达45万人，1971年的出口创汇高达46亿美元。他针对蓬皮杜先生的话进行了澄清：“美好的旧法国。。。美食。。。剧院。。。欢快的巴黎。。。高级时装、优质出口品。。。干邑、香槟，抑或是波尔多酒和勃艮第酒：都是过去了！一场轰轰烈烈的工业革命正在法国展开！”社会对奢侈品行业的看法发生了转变。

1970  
Osaka

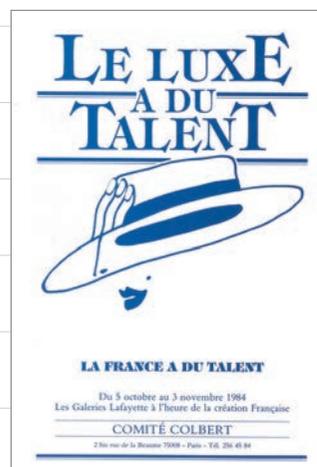
1970  
São Paulo

1972  
Mexico

1985  
Tokyo

1987  
Munich

从20世纪70年代起，法国精品行业联合会在世界各地多次展览的目标始终如一：推广法国奢侈品和生活艺术。



法国精品行业联合会也在本土主办了多项活动，如1984年在巴黎老佛爷百货公司的展览，展示了法国的技艺、创造力和丰富的文化传承。

# 成熟

## 1989至2004

从产业概念的出现到大型集团的发展，再到培训、文化和创意的重要性，这段时期标志着法国精品行业联合会旗下品牌的部署期。奢侈品行业迎接新挑战，作为经济和文化产业不断发展壮大。



1990年，法国精品行业联合会与麦肯锡公司共同开展了一项法国奢侈品经济研究，首次让“奢侈品产业”这一概念出现人们的日常用语中。在90年代，联合会开展了多种多样的活动，促进了奢侈品行业的发展，这一行业已成为法国经济和社会活力的重要组成部分。吸引年轻一代加入该行业也成为一项重大挑战，尤其是培训年轻人，以承接行业的快速发展。各个品牌和新兴集团群策群力。奢侈品行业招兵买马，巩固其世界领先地位。

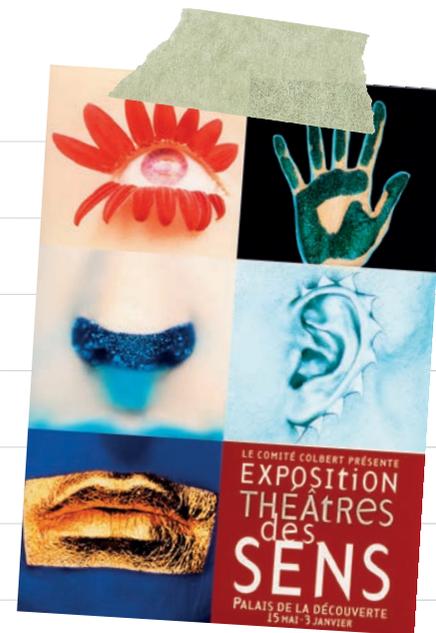
这也是加强奢侈品行业文化传承作用的关键时期。法国精品行业联合会发起了一系列旨在推广法式生活艺术的活动。国内外举办的各场展览初步打造了文化创意产业的概念，扎根技艺传承。这些展览体现了法国精品行业联合会的集体行动，推动了旗下品牌进军新兴市场。



1989年，为庆祝美国独立二百周年，法国精品行业联合会在库珀-伊休特博物馆（Cooper Hewitt Museum）举办了一场关于法式生活艺术的展览，首次在美国市场开展活动。在纽约的各家品牌精品店共同为顾客组织了一次独家参观。



《费加罗女士》杂志关于“感官剧场”（Théâtre des sens）展览的报道，1998年5月23日



## 集体精神

1998年法国精品行业联合会在探索博物馆（Palais de la découverte）举办了“感官剧场”（Théâtre des sens）展览，用五种感官连接整个奢侈品行业。这是一个面向大众的集体项目。

## 名校推动奢侈品行业发展

作为重要的经济主体，奢侈品行业需要保持增长，保护传统技艺，持续使法国在国际舞台上享有盛誉。主要途径就是通过与学校合作，培养未来的管理人才，吸引人才加入这些有前景的产业。

**巴黎高等商学院校园日（Campus HEC）**  
巴黎高等商学院与奢侈品界的合作始于1988年，法国精品行业联合会携其77家品牌在活动日上向学生们介绍了奢侈品行业的就业机会。1992年，第一届巴黎高等商学院校园日以会议和辩论的形式举办。

**哥伦比亚大学的法国精品行业联合会校园日（Campus Colbert）**

1989年3月，以奢侈品管理为主题的法国精品行业联合会校园日在纽约举行。联合会指出：“今天的座谈会最重要的是积极思考、开展高质量的对话”。

**法国精品行业联合会在巴黎政治学院（Sciences Po）的活动**  
1989年，巴黎政治学院的学生与法国Camondo设计学院和Duperré艺术学院的学生举行了首次会议，研究案例。一年后，巴黎政治学院大三学生首次可以选择奢侈品相关课程。目的是什么呢？就是培养被这一前景大好的行业吸引的年轻人，加强他们的营销和财务技能。

# 培养卓越人才， 打造职业使命

法国精品行业联合会怀着重视人才、激励人才的愿景，发起各种面向年轻人的活动。



## 推出年轻创意人才

法国精品行业联合会于1987年发起“促进青年创作者”竞赛，邀请学生根据既定主题创作一件作品。比赛的目的是什么呢？那就是振兴法国设计和应用艺术教育，推出人才。

## 行业班

《费加罗报》，1997年11月12日



1993至2001年间，法国精品行业联合会与法国教育部合作，推出了第一个“行业班”。400名初三和初四学生参加，包括双重任务：从头到尾制作完成一件物品以及在工匠团队里实习一周，了解奢侈品制造的不同阶段。



## 行业探秘

1994年，法国精品行业联合会参加了在巴黎Villette展厅举办的行业探秘（L'Aventure des métiers）活动。主要面向初中生，通过与手工艺人的会面，让他们对艺术行业有一个整体上的了解。这也是一次彰显手工技艺之美的机会。

# 新领域

2005至2019

法国奢侈品行业有无限的好奇心和拓展意愿。  
走在前沿的法国精品行业联合会及其成员在  
线上线下都开辟了新的表达领域。

在这一时期，法国精品行业联合会还在创意、  
传播和推广卓越技艺等方面加强了跨文化交流。  
这是之前多年尝试的结晶。

**法**国精品行业联合会作为一个集体有强大的力量，可以做各种大胆的尝试。各品牌奋勇当先，共同进军新市场，通过各种活动传递奢侈品行业的声音，尊重文化对话，彰显法式卓越。

如今中国是法国精品行业联合会旗下品牌的重要市场，其实双方对话早在2003年就开始了。两年后，在上海恒隆广场举办的题为“法国奢侈品在中国”(le luxe français s'expose en Chine)的展览掀起了对话的高潮，充分展示了法式技艺。

2006年，法国精品行业联合会还前往

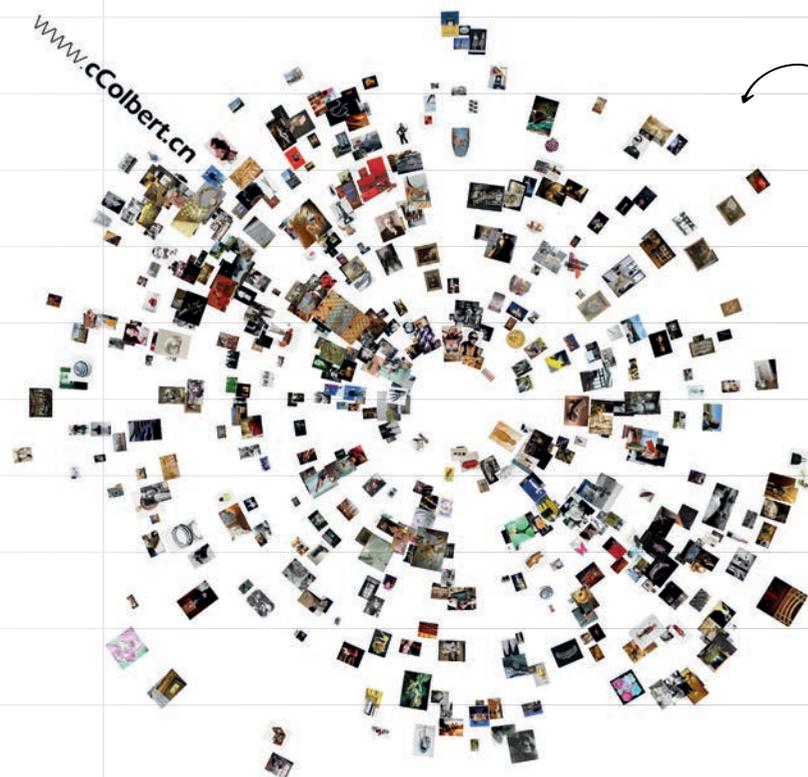
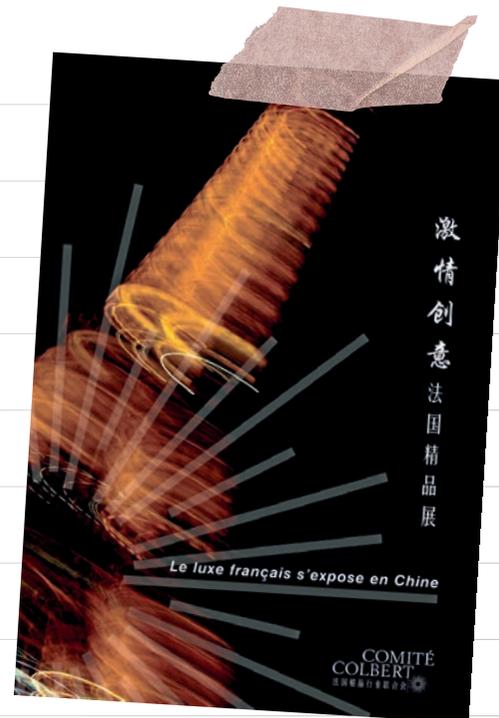
印度，与印度的雇主协会 FICCI 签署了谅解备忘录。

联合会的目标很明确：“推动志同道合的海外同行创作，共同追求卓越，尊重技艺和创造力，共同捍卫高附加值行业”。

从2010年起，除常规主要市场外，联合会扩大了活动范围，在巴林、巴西、韩国、阿联酋、黎巴嫩和土耳其等国发力。依托以往成功经验，积极组织工匠展示、技艺对话、会议展览。所有这些活动都体现了奢侈品行业对文化多样性和对话丰富性的重视。

上海恒隆  
广场展览

2005年，法国奢侈品首次在上海恒隆广场集体亮相。当时的中国市场前景广阔，注定会取得巨大成功。



线上网站

根据法国精品行业联合会的开放战略，2009年，法国精品行业联合会与中国领先的互联网公司新浪合作，推出了cColbert 互动式、三维网站。通过1600个奢侈品牌的图片、音频和视频，这个创新的网站旨在向中国公众介绍法式卓越品质和生活艺术。

# 法式奢华和生活方式 走向世界

自成立以来，法国精品行业联合会已走遍世界各地，推广其成员的专业知识，并就创造力和技艺保护展开交流。



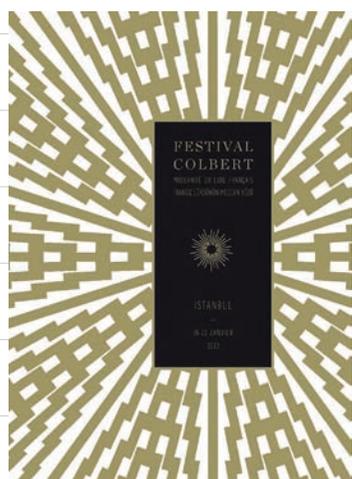
2010年，法国精品行业联合会出版了一本名为《奢侈品的核心是词汇》(Au cœur du luxe, les mots)的书，汇集了诗人Adonis的阿拉伯语文章和语言学家Alain Rey的法语文章。作者阐述了奢侈品相关词汇如何成为他们的文明中语言和文化的一部分。



与阿联酋的首次交流是2010年在迪拜举办展览。

作为“法国精品行业联合会漫步”(Flânerie Colbert)活动的一部分，2019年又在阿布扎比开展了法国和阿联酋工匠之间的技艺交流。

2013年，法国精品行业联合会在伊斯坦布尔现代博物馆里举办了名为“法国奢侈品的现代性”(Modernité du luxe français)展览，汇集了法国和土耳其的艺术家。同时还组织参观旗下品牌在伊斯坦布尔的精品店，探索法国奢侈品的现代性。

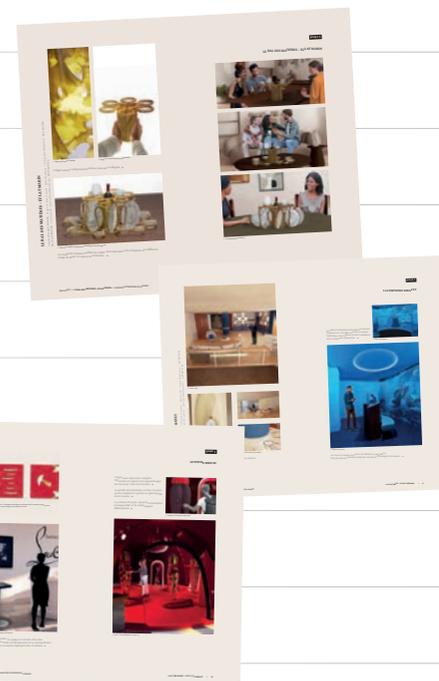


我们的行动  
重在传承



## 奖项和培训

法国精品行业联合会于2010年6月设立了“法国精品行业联合会创作与传承奖”(le Prix Colbert Création et Patrimoine)，颁发给与联合会拥有共同价值理念的人。此外，2011年与法国Ensaama艺术学院合作设立的“法国精品行业联合会教席”(la chaire Colbert)为旗下品牌提供了与设计专业学生——未来的设计人才——建立联系的机会。



## 著名奖项

### 艺术与文学骑士奖

自1957年以来，法国文化部授予艺术与文学骑士勋章，表彰“在艺术或文学创作中表现突出”的人。2006年，法国精品行业联合会获准，这一殊荣可以授予其旗下品牌的手工艺人。一名陶瓷师、一名玻璃师、一名箱包师和一名马鞍师成为首批获得表彰的匠人。如今，已有近百位工匠得奖，这是对他们法国国际声誉中所起作用的充分认可。

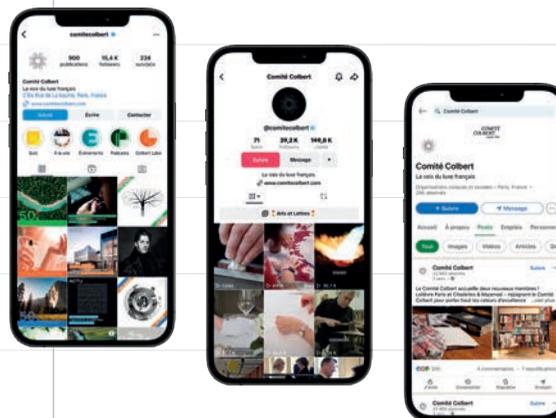


# 沟通 宣传的 挑战

建立联系

2020至2024

法国精品行业联合会和旗下品牌一道强调其使命，更多地面向公众发声，特别是在企业社会责任方面。联合会在社交网络上发展壮大，加强行业研究，并以专业技艺为主题推出大型项目。



Instagram, TikTok, LinkedIn 社交网络为法国精品行业联合会提供了绝佳机会，展现行业、宣传信息、加强交流，以更好地吸引各个年龄层的人才。

网站 [comitecolbert.com](http://comitecolbert.com) 这不仅仅是一个网站，更是一个充满色彩、内容丰富的空间。从法国精品行业联合会的历史到最新消息，再到各类访谈，这里应有尽有。

在新的管理团队的推动下，法国精品行业联合会明确了其使命：“热情推广、可持续发展、耐心传承法式技艺和创造力，激发梦想”。这一使命指导着联合会的日常活动，将传统与现代结合在一起。其中一项主要目标就是通过线上、社会和活动等各种渠道，持续多方位交流，唤起年轻人对艺术职业的兴趣。此外，联合会还在开发一个更具沉浸体验的网站，并入驻了Instagram和LinkedIn等平台，甚至率先在TikTok上开了账户，为旗下品牌探路。联合会还积极倡导奢侈品行业的集体文化，在多个学校组织演讲，并免费提供行业研究报告。联合会也组织了面向公众的大型活动，如“奢侈

业新手”（Les De(ux)mains du Luxe）活动(1)。这是一个在巴黎以及法国其他地区举办的互动展，旨在向公众展示奢侈品行业匠人的十八般武艺，从而鼓励更多的人投身这个行业。

企业社会责任是联合会自2003年以来一直思考的核心问题，也是另外一项重大挑战。为此，联合会成立了一个专门委员会，以分享和交流业界采取的模范行动，例如与《纽约时报》(2)联合发布的最新报告。

面对这些新挑战，法国精品行业联合会一向秉持的集体理念更显得前所未有的地关键。

## 法国精品行业联合会 Logo 的变化

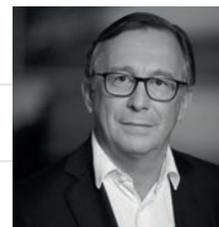


# 各司其职，

# 戮力同心

法国精品行业联合会下设各专门委员会，全面覆盖，齐心协力。

影响力和公共  
政策委员会



Bruno Pavlovsky,  
Chanel

伦理和  
新成员委员会



Guillaume de Seynes,  
Hermès

筛选新成员，确保遵守法国精品行业联合会的价值理念。

欧盟文化和  
创意产业联盟  
(ECCIA)

推动欧盟和法国相关立法，向公权力机构提供关于行业特点的专业意见。曾牵头创建欧盟文化和创意产业联盟 (ECCIA)，汇聚了各个欧洲奢侈品和高档行业协会。



Marc Chaya,  
Maison Francis Kurkdjian

财务  
委员会

每年制定预算，确保符合联合会战略，执行预算。



César Giron,  
Martell

俱乐部  
委员会

加强联合会成员之间的联系，促进友好交流，增强凝聚力



Christophe Caillaud,  
Liaigre

前瞻和  
前景委员会

为了保持开拓精神，每年举办法国精品行业联合会实验室 (Colbert Labo)，汇集各个品牌的年轻员工，思考奢侈品的未来。另外，也引领行业研究，例如图中与贝恩咨询公司 (Bain & Company) 的研究。



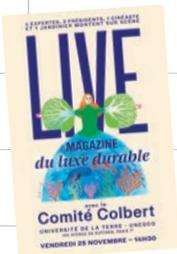
Jean-Marc Gallot,  
Champagne Veuve Clicquot Ponsardin

国际声誉  
委员会

在世界各地组织活动，发出法国奢侈品行业的声音，展现法式文化和生活艺术。2024年11月将在上海举办中法匠人技艺对话。

可持续  
发展委员会

让奢侈品行业成为企业社会责任标杆。为此，要与旗下品牌交流良好实践，共商新涌现的议题，尤其是地球大学 (l'Université de la terre) 等大型公众活动。



Jean Cassegrain,  
Longchamp

技艺和创造  
力委员会

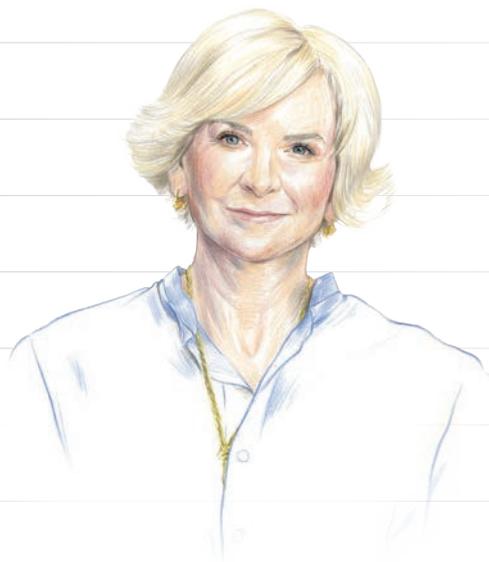
致力于传承技艺和创造力，通过艺术行业宣传活动，例如“奢侈业新手” (Les De(ux)mains du Luxe) 活动，第三期于2024年6月在里昂举行，或者通过与培训机构的合作。



Nicolas Bos,  
Van Cleef & Arpels

# 未来的挑战

访问法国精品行业联合会总代表 Bénédicte Épinay



法国精品行业联合会未来面临的主要挑战是什么？

1954年时我们面临的挑战依然存在，但如今挑战是以成倍的规模出现，相对于我们行业的发展壮大，这也是正常的。这也就是为什么要强调我们的使命。推广和保护我们优秀的技艺仍然是一项重大挑战。我们必须不断吸引新一代加入手工行业，这也是未来的发展方向。在当今动荡不安的世界，我们需要通过文化外交让我们的品牌在国际舞台上闪耀。最后，可持续发展也是一项重要的集体挑战，让我们思考在责任与欲望之间不断寻求平衡。

在成立70年后的今天，我们这个集体前所未有的重要。这正是法国精品行业联合会特别现代和有远见的原因所在。

如何延续激发梦想的理念？

造梦是我们品牌的重要组成部分，这也是我们行业大获成功的原因。梦是在幕后搭建起来的，是匠人工坊里的秘密，离不开对文化遗产的保护和丰富。因此，文化和技艺自然而然成为联合会的两大支柱。在这个日益封闭的世界，文化间的对话从未如此重要。

通过联合会在主要市场上的各位大使，我们组织各种活动来促进文化对话，例如今年在中国组织纪念两国建交60周年的“技艺对话”（Conversation de savoir-faire），以及2026年在美国庆祝美国独立250周年和两国友谊的活动。

在法国，2025年将有两件大事。3月，法国精品行业联合会将参加联合国教科文组织地球大学的活动，重申奢侈品行业保护地球的坚定承诺。秋季，我们将举办“强化版”

的“奢侈品新手”（Les De(ux)mains du Luxe）活动，不仅突出我们品牌的手工艺人，还将展现那些每天都在反问产品是否有吸引力的创意人才。

您认为法国精品行业联合会十年后将会怎样？

法国精品行业联合会与法国奢侈品的命运息息相关，这也正是这本旅行日记的意义所在。

七十年来，我们联合会一直在幕后努力将奢侈品发展成为一个标杆行业。这一点未来十年也不会改变。这个行业将永远是我们国家的标志性行业，不仅提供就业机会和竞争力，还提供文化、梦想和情感，在吸引力方面始终是无可争议的模范。

法国精品行业联合会将继续履行集体使命，将大大小小的成员联合在一起，在巴黎、布鲁塞尔以及在所有可以发声的地域，线上线下都发出法国奢侈品的声音。

成员之间的共享团结让我们有充足的底气延续法国精品行业联合会的精神。

“这个行业将永远是我们国家的标志性行业，不仅提供就业机会和竞争力，还提供文化、梦想和情感。”

# 索引

## 起源 (1954至1969)

右侧图片：法国精品行业联合会早期会议记录手稿——  
©法国精品行业联合会；1968年11月15日大会结束后发布的  
简报——©法国精品行业联合会；1961年于Deauville举办  
的“奢华之夜” (La Grande Nuit du luxe) ——©法国精品  
行业联合会。

## 拓展 (1970至1988)

右侧图片：“法国人才”展 (La France a du talent)  
宣传册——©法国精品行业联合会。

## 成熟 (1989至2004)

左侧图片：法国精品联合会手袋，1789-1989生活艺术——  
©法国精品行业联合会。

右侧图片：《费加罗女士》杂志报道，1998年5月23日——  
©《费加罗女士》杂志；“感官剧场” (Théâtre des sens)  
海报——©法国精品行业联合会。

## 培养卓越人才，打造职业使命

左侧图片：1987年“促进青年创作者”竞赛——©法国精品  
行业联合会。

右侧两张图片：“行业探秘” (L'Aventure des métiers ) 活  
动——©B. Charlon；行业探秘” (L'Aventure des métiers  
) 活动——©B. Charlon。

## 新领域 (2005至2019)

右侧两张图片：“法国奢侈品在中国” (le luxe  
français'expose en Chine) 展览海报——©法国精品行业  
联合会；cColbert网站，2009——©法国精品行业联合会。

## 法式奢华和生活方式走向世界

左侧图片：2010年法国精品行业联合会出版物《奢侈品的  
核心是词汇》(Au cœur du luxe, les mots) ——©法国精  
品行业联合会；2013年伊斯坦布尔现代博物馆“现代性？”  
(Modernité ? ) 海报 ——©法国精品行业联合会；

与阿联酋的首次交流 ——©法国精品行业联合会。

右侧图片：“法国精品行业联合会教席” (la chaire  
Colbert) Pierre Hermé Paris ——设计：Carole Galopin  
© Ensaama；“法国精品行业联合会教席”

(la chaire Colbert) Taillevent ——设计：Carole Galopin  
© Ensaama；“法国精品行业联合会教席” (la chaire

Colbert) Jeanne Lanvin ——设计：Carole Galopin  
© Ensaama；“法国精品行业联合会教席”

(la chaire Colbert) Baccarat ——设计：Carole Galopin  
© Ensaama；与法国Ensaama艺术学院学生合作——

© Ensaama；艺术与文学骑士

## 沟通宣传的挑战 (2020至2024)

左侧图片：“奢侈品新手” (Les De(ux)mains du Luxe)  
活动海报，2023巴黎——©法国精品行业联合会；与《纽约  
时报》联合发布可持续发展报告。——©法国精品行业  
联合会。

各司其职，戮力同心  
左侧图片：Guillaume de Seynes肖像 ——©版权所有；Marc  
Chaya 肖像 ——©版权所有；César Giron肖像 ——©版权  
所有；可持续奢侈品行业Live 杂志——Éric Giriat ©法国精  
品行业联合会；Jean Cassegrain 肖像 ——©版权所有。  
右侧图片：Bruno Pavlovsky 肖像 ——©版权所有；  
Christophe Caillaud 肖像 ——©版权所有；《奢侈品与科技，  
打造未来精品店》“Luxe et technologie vers la boutique  
du futur” 2023报告 ——©法国精品行业联合会/贝恩咨  
询公司；Jean-Marc Gallot 肖像 ——©版权所有；法国精品行  
业联合会2024年上海展览海报——创意总监：蒋琼耳；“奢  
侈业新手” (Les De(ux)mains du Luxe) 活动海报，2024里昂  
——©法国精品行业联合会；Nicolas Bos 肖像 ——©版权所  
有。左侧图片：Guillaume de Seynes肖像 ——©版权所有；

Marc Chaya 肖像 ——©版权所有；César Giron肖像 ——©  
版权所有；可持续奢侈品行业Live 杂志——Éric Giriat ©法国  
精品行业联合会；Jean Cassegrain 肖像 ——©版权所有。

右侧图片：Bruno Pavlovsky 肖像 ——©版权所有；  
Christophe Caillaud 肖像 ——©版权所有；《奢侈品与  
科技，打造未来精品店》“Luxe et technologie vers la  
boutique du futur” 2023报告 ——©法国精品行业联合会/  
贝恩咨询公司；Jean-Marc Gallot 肖像 ——©版权所有；  
法国精品行业联合会2024年上海展览海报——创意总监：  
蒋琼耳；“奢侈品新手” (Les De(ux)mains du Luxe) 活动  
海报，2024里昂 ——©法国精品行业联合会；Nicolas Bos  
肖像 ——©版权所有。

法国精品行业联合会编辑协调工作：  
Bénédicte Épinay, Laurent Dhennequin  
et Apolline Delchambre。

## 绘图：

肖像Caroline Andrieu。  
插图Garance Wilkens。

## 制作14H：

总负责人：Laura Lavergne,  
创意总监：Thomas Birch,  
艺术总监：Halory Maingaint,  
主编：Judith Tuil,  
编辑：Tiphaine Lévy-Frébault,  
协调：Hélène Tamalet。

## 法国精品行业联合会编辑协调工作：

Bénédicte Épinay, Laurent Dhennequin  
et Apolline Delchambre。

纸张来源：瑞典  
回收纤维含量：0%  
富营养化/总磷量：0.014  
法国Passion Graphic 印刷机印制  
11, rue Denis-Papin - ZI des Arpents -  
77680 Roissy-en-Brie



ALAIN DUCASSE 2000 • ANNE-SOPHIE PIC 2007 • ATELIER MÉRIGUET-CARRÈRE 1960  
BACCARAT 1764 • BALENCIAGA 1917 • BALMAIN 1945 • BÄUMER-PLACE VENDÔME 1992  
BERLUTI 1895 • BERNARDAUD 1863 • CHAMPAGNE BOLLINGER 1829 • BONPOINT 1975  
BOUCHERON 1858 • BREGUET 1775 • CARTIER 1847 • CELINE 1945 • CHANEL 1912  
PARFUMS CHANEL 1924 • CHAMPAGNE CHARLES HEIDSIECK 1851 • CHÂTEAU CHEVAL BLANC 1832  
CHÂTEAU D'ESTOUBLON 1489 • CHÂTEAU LAFITE ROTHSCHILD 1855 • CHÂTEAU D'YQUEM 1593  
CHEVAL BLANC COURCHEVEL 2006 • CHLOÉ 1952 • CHRISTIAN DIOR COUTURE 1947  
PARFUMS CHRISTIAN DIOR 1947 • CHRISTIAN LOUBOUTIN 1991 • CHRISTOFLE 1830  
CITADELLES & MAZENOD 1936 • DALLOYAU 1682 • DELAMAIN 1824 • DELISLE 1895  
DEVIALET 2007 • DIANE DE SELLIERS EDITEUR 1992 • ERCUIS 1867 • ERES 1968  
FAÏENCERIE DE GIEN 1821 • FÉAU BOISERIES 1875 • FLAMMARION BEAUX LIVRES 1875  
FOCAL 1979 • ÉDITIONS DE PARFUMS FREDERIC MALLE 2000 • GEORGE V 1928 • GIVENCHY 1952  
PARFUMS GIVENCHY 1957 • GUERLAIN 1828 • GUY SAVOY 1980 • HENNESSY 1765  
HERMÈS 1837 • PARFUMS HERMÈS 1948 • HÔTEL PLAZA ATHÉNÉE 1911 • J.M. WESTON 1891  
JEAN PAUL GAULTIER 1982 • JEANNE LANVIN 1889 • JOËL ROBUCHON 2010 • JOHN LOBB 1899  
CHAMPAGNE KRUG 1843 • LANCÔME 1935 • LE BRISTOL PARIS 1925 • LE MEURICE 1835  
LELIÈVRE PARIS 1914 • LENÔTRE 1957 • LEONARD 1958 • LES AIRELLES COURCHEVEL 1988  
LIAIGRE 1985 • LONGCHAMP 1948 • LOUIS VUITTON 1854 • LA MAISON DU CHOCOLAT 1977  
MAISON FRANCIS KURKDJIAN 2009 • MARTELL 1715 • MELLERIO 1613 • OUSTAU DE BAUMANIÈRE 1945  
PARFUMS CARON 1904 • PATOU 1925 • CHAMPAGNE PERRIER-JOUËT 1811 • PIERRE FREY 1935  
PIERRE HARDY 1999 • PIERRE HERMÉ PARIS 1996 • POTEL ET CHABOT 1820  
LES PRÉS D'EUGÉNIE 1974 • PUIFORCAT 1820 • COGNAC RÉMY MARTIN 1724 • RITZ PARIS 1898  
ROBERT HAVILAND & C. PARLON 1924 • ROCHAS 1925 • CHAMPAGNE RUINART 1729  
S.T. DUPONT 1872 • SAINT LAURENT 1962 • SAINT-LOUIS 1586 • HENRI SELMER PARIS 1885  
TAILLEVENT 1946 • VAN CLEEF & ARPELS 1906 • CHAMPAGNE VEUVE CLICQUOT PONSARDIN 1772  
YANNICK ALLÉNO 2014 • YVES DELORME 1845 • YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ 1962  
Membres associés : ACADÉMIE DE FRANCE À ROME - VILLA MÉDICIS 1666  
AIR FRANCE 1933 • CENTRE POMPIDOU 1977 • CHÂTEAU DE FONTAINEBLEAU 1137  
CHÂTEAU DE VERSAILLES 1661 • COMÉDIE-FRANÇAISE 1680 • INSTITUT DE FRANCE 1795  
IRCAM 1976 • LA DEMEURE HISTORIQUE 1924 • MAD 1882 • MOBILIER NATIONAL 1662  
LA MONNAIE DE PARIS 864 • MUSÉE DU LOUVRE 1793 • MUSÉE D'ORSAY 1986  
OPÉRA NATIONAL DE PARIS 1669 • SÈVRES-MANUFACTURE ET MUSÉE NATIONAUX 1738  
LA SORBONNE 1257 • LA TOUR EIFFEL 1889 | Membres européens : DELVAUX 1829  
DR IRENA ERIS 1983 • HEREND 1826 • MOSER 1857 • RIEDEL 1756 • ZOLOTAS 1895