

I'M NOT A CATALOGUE

图书在版编目(CIP)数据

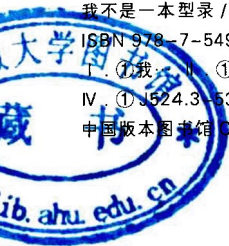
我不是一本型录 / 许舜英著. —桂林: 广西师范大学出版社, 2013.1

ISBN 978-7-5495-0036-9

I. ①我… II. ①许… III. ①广告-设计-文集

IV. ①J524.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 179845 号



广西师范大学出版社出版发行

桂林市中华路22号 邮政编码: 541001

网址: www.bbtpress.com

出版人: 何林夏

出品人: 刘瑞琳

责任编辑: 王罕历

装帧设计: 陆智昌

内文制作: 陈基胜

全国新华书店经销

发行热线: 010-64284815

山东临沂新华印刷物流集团有限责任公司

开本: 1016mm × 700mm 1/32

印张: 10.5 字数: 200千字

2013年1月第1版 2013年1月第1次印刷

定价: 48.00元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

I'M NOT A CATALOGUE



我不是一本型录

许舜英

CONTENTS

目 录

Prologue

I'm not a catalogue: 谈许舜英的新书.....[007]

1 明星西点面包.....[051]

Café Astoria Confectionary

2 Durance 薄荷马鞭草洗碗精.....[071]

Durance Dish Washing Detergent

3 飞机上应该要读的杂志.....[085]

Must Read List On a Plane

4 小包装Kleenex Tissue.....[099]

Kleenex Tissue

5 成人玩具——Visionaire 公仔.....[111]

Visionaire Toys

6 川久保玲的Dover Street Market.....[129]

Dover Street Market

7 外国朋友来台湾，你会带他去哪里？.....[145]

Must Visit Places In Taiwan

8 熟食——正记南京板鸭.....[163]

Delicatessen

- 9 男人女人包包大对决![177]
No Bag No Life
- 10 如何编一本好看的杂志.....[195]
How to Make An Attractive Magazine
- 11 药妆店.....[213]
Pharmacy
- 12 亚马逊网站.....[229]
Amazon.com
- 13 配件.....[247]
Accessories
- 14 跨界合作.....[263]
Crossover
- 15 时尚产业最新现象.....[279]
Trends and Phenomenon in Fashion Industry
- 16 零食的慰藉.....[295]
The Consolation of Snacks

Appendix

- 全球最佳生活读物：杂志、网站、经典电影.....[317]

PROLOGUE

I'M NOT A CATALOGUE

谈许舜英的新书

许舜英 X 包益民

包：我们来回顾一下以往的对谈内容吧，我有些不太记得了。

许：明星咖啡馆、蜜钱、玩具，也有谈包包、配件，有一次是讨论 Dover Street Market，也有一次是 Marketing 的观察，关于时尚、设计的潮流。

包：我记得有一次我们谈商务舱，那是得到最多读者响应的。

许：这样很好喔。

包：据我所知，你将会有新书出版，这书什么时候会出来呢？

许：预计三月。

包：我知道是有两个版本，一个在 7-11 卖，另一个在一般书店。这些东西都是我们过去一年半在 PPAPER 的对谈内容，然后有新的编

辑方式跟照片。我一直想问你，对谈这么久，你自己觉得最有趣的响应是什么？或许来自你朋友的响应，或其他人。

许：我不知道是不是很有趣，其实我也没有特别去注意什么 response，而且我又没有设立一个 blog。之前我在公司的时候，有一个工读生，做接待前台的工作，她的位置那边有放一堆 PPAPER，然后她有一天就跟我说，她也很喜欢万金油，她其实不过是个高中生而已，但她是这个专栏的 fan，以前我不能想象我会有高中生的读者，这个专栏与我过去的创作最大分别是，这个对谈的可读性很高！哈哈。好像很多人都可以被这个专栏启发或得到什么。我还蛮开心的。

包：我知道我们第一次谈明星西点面包，那个的影响力很大，我觉得那家西点面包有一半是被你救活的。当然他们还是慢慢在经营，可是我认识的所有的人，都有因为那篇对谈而想要去，陆陆续续也跟我说去过了。

许：他们去过后有觉得很满意吗？

包：有啊，我觉得那样的店家不是给老外去的，就是我们平常会去，学生也可能想去，或是以前听过却一直没去的人。我记得我们聊过，那篇对谈的接触面很广，内容有讲吃，也有讲到其他的几个特色。其实我们杂志很少这样报道。

许：这些对谈，你觉得它有形成些什么现象吗？

包：我觉得其实有两种读者在看这个对谈，一种是认识你的，一种是不认识你的。不认识你的比较好讲，因为他完全是看内容，他觉得你讲的东西很有趣，他会觉得，原来我是可以用这种方式来搭配 deli、吃饭，我从来没有想过泡面可以这么讲究，等等，我觉得这是他在生活质量上的分享。那我们再讲你的 fans，大部分的人知道你，是因为他们是你的 fans，你的 fans 对于你在台湾曾经做过的东西、你的名声、你的成就都很了解，我觉得透过这一系列的报道，他们会对你有些更不同的了解，因为一般人不太容易看得到这个面向。百分之九十的人其实不知道你这一面，他们大概确定你是一个非常有品味、专业的人，而且你也出过书，你的书也是在讲你的一些看法，可是这么生活面的你，是没有人看过的，你也没曝光过，而且你用的方法是你自己来讲，而不是别人来访问你，但写出来的东西却不是你要的。你还是很控制你的话被听到的方式，这些话很清楚是你要的，所以也就很精准了。因为这个对谈是你自己编写的，并不是我们写的，我觉得这又增加了可信度，所以大家会觉得很棒。

你知道在这个社会中要提出关于 deli、卫生纸、万金油的一个很独特的观点是多么难的一件事，shopping 就是 shopping，买鞋就是买鞋，喝咖啡就喝咖啡，哪有那么多学问，可是我觉得你 offer 了一个很棒的见解，所以我也很高兴，我觉得它是值得收藏的，所以最后决定出书是很棒的，因为过去一年半里出版过的东西，分成了六七八本 PPAPER，不好带，也不好送人，我觉得把这个内容分享，出版成书也不错。

我觉得我们今天谈的内容，主要是绕着书转，我们也加一些轻松的东西进来吧。我一直没有问你一个东西，我很想知道你的想法，我相信我们够熟，你也会告诉我吧？！中兴百货这件事情对你的影响是如何？你应该有感触的，因为你跟它的合作关系非常久。

许：我没有很强烈的感觉，当然我做了很多作品，这些作品也是我对于时尚、美学，对于台湾环境美学匮乏的一些想法，而我的一些思考都在这些作品里。

但是，我觉得我还是可以继续表达我的想法，因为我的想法不一定要透过某一个东西或品牌去表达。只是这段时间刚好不断冒出很多台湾经济负面的消息，我自己也在准备一些计划，思考如何 move on，这些事件并没有给我太大的冲击。

包：我相信你的 fans 也想知道你的想法。因为很多人对意识形态的认识是从中兴百货开始。而且你也很久没有在我们杂志上出现，最近有什么计划，预告一下？

许：让我们 focus 在下一个专栏吧，其实这段时间我一直有在酝酿一些想法，在这个过程中，我对自己也有一些反省吧，或许是说，我发现生活美学这种东西，或是每个人的生活品味，它的发展或是敏感度的养成，可以是无所不在的。

打比方来说，我最近去 LANVIN 的店，已经在 final sale 了，通常这时候因为是季末，该买的东西已经买了，也不会再抱太大期待，可是我到那边发现一些鞋子，是这几季很流行，几乎是必备的

一些 Ballerina 平底鞋（芭蕾伶娜鞋款），它有好几个系列，例如有一款中间有条横的带子，是那种很典型的娃娃鞋，然后有一种 pump（包鞋），是平底的，但有一点点跟，包在皮里面，我完全被吸引住了。首先是它们的颜色，我发现这个设计师在颜色的运用上有其独特之处，比如说红色，他们的是略带橘色及棕色的红，是一种很 complex（繁复层次）的红；再如海军蓝，是带点渐层效果的蓝，这些颜色并不是很戏剧化地想讨好你，而是含蓄地表达一种更高层次的品位。

同样的鞋子不管是几百块到上万块，我从来没有遇过那么让我欣赏的。再比如是鞋子的 sole（外底）设计。通常很多鞋子买回来我都会在鞋底加个防滑的薄垫。但它呢，很特别，已经做了防滑处理，你看它的鞋外底并不是一整块光滑的皮底，而是在脚尖及脚跟的部位略带雾面的质感，只有中间部位是光滑的，再来就是约有一公分的高度隐藏在鞋跟的部位，而不是平到贴着地面，这也有考虑到步行的舒适感。我从来没看过这样的处理，好的设计就是会让人感动，我发现在生活里面，有这样的时刻首先是要先有这样的眼睛，你才懂得去欣赏，我本来没打算买东西，最后却也买了一堆，因为我觉得它的设计真的很细腻（refined）。

当然每个品牌都有它的设计哲学，而 LANVIN 不只是因为它是大品牌，才有这种精致细腻。就美学的角度，生活上的 sensibility 是蛮重要的。所以下一个专栏我很想把焦点集中在这方面。

这些东西我觉得存在很多地方，譬如说你去欧洲、去东京，你

会看到他们的生活方式都在进化，也就是说，有些更好的城市生活价值观，表现在建筑、餐饮等各方面，更注重 sustainability（永续、持久、耐用）的态度，毕竟不是每个人都必须生活得像一个 fashionista（疯狂追求时髦与流行的人）。流行还是集体的歇斯底里，就是很大的集体控制力量，但在这个同时，你是不是可以培养出自己呢？fashion 充满 cliché（陈词滥调），现在，在媒体的力量、全球化的跨国力量之下，大部分人是很难不被影响的。如果你只跟着流行的游戏走，我并不觉得这是人类最需要的东西。

包：不过我也知道你的生活一直都是在用这些标准观察与体验事情，并不是最贵就是最好，而是欣赏对的东西。

许：我最近也在注意观察一些 Street Fashion。你在街上看人的时候，会觉得这样穿好看，这样穿不好看。我觉得这是很重要的能力，这对我们读者来讲是很重要的东西，如果他对 style、fashion 有兴趣，他自己一些能力的训练就是来自这些地方。我觉得一些大的媒体、时尚杂志呀，都是给你看那些数百万美元打造出来的超级名模照片，那些东西并不一定最有意思，但大部分人忙着追求流行，却没有从风格的角度去看自己。

包：我相信大家也会很期待我们的新专栏。我们过去几次的对谈，跟未来我们要发展的新合作，我觉得很重要的是，无论艺术、财经、设计、服饰、流行，对这些事情了解的基础照理来说应该每个人都要有，

这是基本。现在有些生活过得比较优渥的人，他能讲出三瓶红酒的年份，那他是否可以讲得出 LANVIN 的三个优点？这应该要达到一种常识。

许：应该是说，大家在素养上应该有的基础。

包：所以像你说学流行的人才会对时尚有兴趣，可是我觉得这应该是每一个人都会有的。如果你去日本，会看到他们路上有好多很会打扮的人，你会觉得日本有日本的流行、条理、规则，但最重要的是，他们有花时间在聊、在讨论这件事。

许：我觉得这部分很重要，就是日本的消费文明比较高，因为他们消费者很有水平。消费者跟业者其实是同一回事，都是这个社会所生产出来的。日本有一些人是比较不追求流行的，但是他们会有自己的生活美学，这跟流行、时尚与否无关。例如日本有一些强调手感的东西，或是走朴素路线的商品，包括身上的购物背包如何挑选，还有桌子要用什么材料，都是有道理的，有自觉的。日本有本杂志叫做 *sumu*，跟一般时尚杂志大异其趣，你甚至会觉得那种美学是一种伦理学，是一种道德观。

包：我觉得你讲得很对，这两个的确要一起成长。因为反过来，有品位的消费者也需要有相同等级的店才可以。我常看到有些消费者最后自己做起了厂商，因为他很喜欢这些东西，所以最后他开了店，也许是家具，也许是服饰或是代理商。但是我觉得很难过的是有些店

都开不久，因为这些店无法细致化，因为他们需要被大量地认同，而这些就是需要大家都有更高的教育程度才行。所以就像 LANVIN 卖不过 LV，并不是说谁比较好或差，但是差别就在于会不会被讨论，通常在讨论 LANVIN 的人都是时尚圈的，但是不该这样，同样花 10 万元，当你去琢磨这其中的差别时，就会发觉为什么有些人就是可以达到这样的地步。

我觉得正因为你会观察，而这种观察是来自你的经验累积。但是其实当你已经累积到一个程度之后，你就会有一个稳固的角度，不论是去看一个企业或是去看一个品牌，甚至是家里的一罐茶，都是有非常高的敏锐度，而这些就是你能够分享给读者，并且让读者建立自己的观察力。我很开心当你休息一阵子之后，我们又可以开始有新的分享，然后把这些观察的想法跟经验分享给大家。

许：那你觉得我的新书如何？

包：我觉得这本书设计得很棒。而且有两件有趣的事，很难得你会把整本书交给别人，而导致另一件有趣的事情，如果是在广告这本书的话，那标题就是：“许舜英最人性化的一本书！”

许：哈哈哈！

包：因为书里的字没有颠倒、没有反过来，书的大小刚好可以放在书包里，但是我觉得这很符合你在书里讲的，就是生活的乐趣跟方式。另外还有里面的排版跟摄影很细腻，我觉得很棒！

许：如果完全顺着我一贯的倾向，我可能会觉得这本书不够 haute couture（高级定制），但或许这本书就应该友善一点，而且既然找了很专业的出版人，就应该尊重他们的设计观点。

包：我觉得有一点很重要的是，如果有某个人可以看完这本书并且接受里面的建议，跟着去做一些事的话，那会很棒，他只花了一本书的钱，然后为自己的生活品位补习，这绝对是一件很好的事情。因为这本书不是精选集，重新搜集之后只为了骗钱。这本书的内容被重新整理了，包括里面的照片是花了很多心力去表现的一种新概念，我相信那会是一个很成功的作品，对读者也会是很大的收获。

许：之前在 PPAPER 上刊登这些对谈的时候，内容看起来好像很轻松，其实还是有我自己讲究的“工序”，因为我自己就很痛恨言之无物、纯为填充版面之类的对谈。所以一开始从题目的策划，我就有很多挑剔，必须是自己沉淀过、真正有想法的题材，而且不能太俗滥。再来就是在内容上尽量能够涵盖自己的心得，给读者的建议，还有提供各种 tips 及 infos，最后，也是最重要的，是文字的表达。通常第一稿是录音的整理，这个工作主要由我的一个 copywriter 小豪来做，他本身对时尚产业也很有概念，所以整理出来的录音记录不会太不知所云，之后就是我自己的重新改写，还要找资料做补充，务求能真正传达自己最完整的想法，所以好的对谈并不仅是“谈”而已，最终还是要要有 rewrite 的功夫才能发表。