



品鉴101款世界顶级香水
第一本时尚“博客”



香水日记

AN XIANG YING XIU
Xiang Shui Ri Ji

—AWO的香水日记

北京燕山出版社



网络连载精华帖
点击率超过140万

香水日记



江苏工业学院图书馆

著

藏书章

北京燕山出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

香水日记 / 蔡辉编著. —北京: 北京燕山出版社,
2005.8

ISBN 7-5402-0859-7

I. 香... II. 蔡... III. 香水—基本知识

IV. TS974.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 096701 号

版权所有, 侵权必究

书 名: 香水日记 (彩图版)

作 者: 蔡辉

责任编辑: 贵群

出版发行: 北京燕山出版社

社 址: 北京市东城区灯市口大街 100 号

电 话: 010-65243837 邮 编: 100006

经 销 商: 各地新华书店

印刷装订: 北京鑫富华彩色印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 毫米 24 开

字 数: 100 千字

印 张: 10

版 次: 2005 年 10 月第 1 版

印 次: 2005 年 10 月第 1 次

书 号: ISBN 7-5402-0859-7

定 价: 32.00 元

(如发现印装错误, 本社负责调换)



前言

这本书有几种读法：香水的入门书、时尚的参考书以及闲暇时的趣味读物。

可以把这本书视为香水的入门书，因为其中介绍了四十多个香水的品牌，以及这些品牌的数百款香水。另外，正文之间也穿插了一些关于香水的小知识和我个人的建议，供大家参考。

当作时尚的参考书来读，是因为这里说到的全都是在时尚界叱咤风云或者曾经叱咤风云的品牌，也有她们各自的品牌历史和相关的一些故事，还独家放送我对时尚文化的一些看法。

闲暇时泡杯咖啡或者清茶，读读这本书权作消遣也不错啊。我的文字中，除了香水，还有很多篇幅聊到了时尚、美食、旅游、娱乐……一切让自己的生活变得更惬意更活泼更多姿的东西。

现代生活的压力和节奏，往往会让人身不由己地加快前行的步伐。这样子时间长了，就需要偶尔“偷得浮生半日闲”，然后再奖励自己一瓶喜欢的香水，或者是一顿大餐、一次远游、一本小说、一部电影……总之，应该在力所能及的范围内善待自己。

所以，把这本书带回家吧，也算是善待自己的一种方式。

这是我自卖自夸做广告吗？就算是吧，谁会不希望自己的书有更多的读者喜欢呢？





不过，因为时间和篇幅所限，这本书里只收集了四十多个香水品牌的日记，当然还有很多重要的品牌没有能够收进来，例如Coty、Avon等，以及一些著名的沙龙品牌 Caron、Creed……

另外，书里的某些香水旁还附上了朋友们的使用心得，谢谢赵玢、Lake 和 Lady Samsara 提供了这部分文字。

最后，要感谢的是我的太太。感谢一直以来她对我的支持和鼓励，让我有好的心态去感悟生活，并将之变成文字；也要感谢她陪我走过的所有的时光，以及以后将要一起走过的日子。

AWO

2005 年 8 月 上海





1	Boucheron	宝诗龙	2
2	Bourjois	贝姿华	5
3	Burberry	巴宝莉	6
4	Bvlgari	宝格丽	9
5	Cacharel	卡夏尔	15
6	Calvin Klein	卡尔文·克莱恩	19
7	Carolina Herrera	卡罗琳娜·赫蕾拉	28
8	Cartier	卡地亚	31
9	Celine	赛琳	34
10	Chanel	夏奈尔	36
11	Christian Lacroix	克里斯汀·拉夸	47
12	Christian Dior	迪奥	50





13 Dolce & Gabbana 多尔切 & 加巴那 63

14 Donna Karen 唐娜·卡伦 67

15 Elizabeth Arden 伊丽莎白·雅顿 71

16 Est e Lauder 雅诗兰黛 77

17 Gianni Versace 范思哲 84

18 Giorgio Armani 乔治·阿玛尼 88

19 Givenchy 纪梵希 93

20 Gucci 古琦 98

21 Guerlain 娇兰 105

22 Guy Laroche 姬龙雪 122

23 Herm s 爱马仕 124

24 Hugo Boss 老板 133





25	Jean Patou	让·巴度	137
26	Jean Paul Gaultier	让·保罗·戈蒂埃	146
27	Karl Lagerfeld	卡尔·拉格菲尔德	149
28	Kenzo	高田贤三	152
29	Lacoste	鳄鱼	158
30	Lalique	莱俪	161
31	Lancôme	兰蔻	163
32	Lanvin	朗万	168
33	Moschino	莫斯奇诺	173
34	Nina Ricci	莲娜·丽姿	175
35	Paul Smith	保罗·史密斯	179
36	Ralph Lauren	拉尔夫·劳伦	180

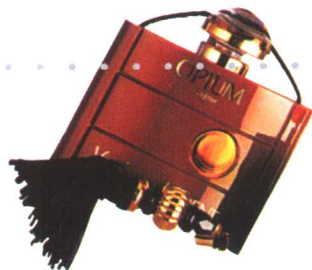




37	Salvatore Ferragamo 费利加莫	187
38	Shiseido 资生堂	190
39	Thierry Mugler 蒂埃里·穆勒	193
40	Tommy Hilfiger 汤米·希尔费格	195
41	Valentino 瓦伦蒂诺	197
42	Van Cleef & Arpels 梵克雅宝	200
43	YSL 圣洛朗	203
44	香水与四季	211

附录 :	香水品牌及设计师姓名中英文对照表	220
------	----------------------------	-----

	香水小常识	223
--	-----------------	-----





3月11日
1. Boucheron



宝诗龙

Boucheron 宝诗龙

2005年3月11日

宝诗龙，又是一个珠宝业的大佬，和 Cartier、Van Cleef & Arpels 等并驾齐驱。这个法国品牌有一百多年的历史了吧，目前是属于 Gucci 集团的。

说起珠宝的工艺之精，东欧（俄罗斯等国）在历史上一直非常有名；而要论民间的珠宝之丰和对珠宝的崇拜，印度、中东一带则不能不提。目前顶级的珠宝品牌几乎都集中在西欧，不过是近两三百年来经济战乱等历史原因的结果。至于美国，对了，美国是珠宝商最大的秀场。

不记得是什么地区的宗教说，每一颗闪亮的珠宝里面，都禁锢着一个灵魂。中国的古老文化中，也有很多类似的讲究，例如玉能辟邪，或者是陪葬过的珠宝会吸收主人的灵魂等等。说是迷信也可以，说是文化也可以。很多东西，我倒是宁可信其有，不愿信其无的，所以年纪越大胆子反而越小。

至于宝石啊，镶嵌啊，设计啊，这些我是不懂的，因为这类顶级的珠宝并不是为我等小民所准备的，他们的目标顾客主要是那些亿万富翁。如果普通人想倾其财产的百分之一甚至十分之一去购买他们最便宜的珠宝，他们也是无比欢迎的。

而大半个世纪以前，为什么 Chanel 女士要首创性地推出使用假宝石的服装配饰，其原因就不得而知了。不知道 Chanel 女士是不是为了向这些为各国皇室公卿服务的珠宝商示威，或者是珠宝的原材料被垄断，实在是没有货。

当然，文化和仇富心理是两回事。如果你自己本身就是这些珠宝商的 VIP 顾客，家里放了一大票珠宝赏玩，那么你可以说那些把硕大的宝石戴在身上出门的人不懂得韬光养晦，这是文化和品位的问题。如果你自己负担不起，看到人家手上的钻戒比较大只就忍不住要评论一声“俗气”，这难免会让旁人觉得有点吃不到葡萄的意思。



3月11日
2005年

宝诗龙 1. Boucheron

买不起 Boucheron 家的珠宝，她家的香水我总是买得起的吧。香水、化妆品什么的和珠宝不一样，大部分人都是消费得起的，即使是在中国，省吃俭用一点也是买得起的。

经常有人展示自己的香水彩妆等收藏，于是就有人跳出来这些朋友是在炫耀自己有钱。其实，谁没有自己的爱好呢？把钱花在电影DVD上、花在看足球上或者服装上，没有本质的不同；而把自己的收藏与同好者分享，也是非常正常的一件事，一定要说人家是炫耀未免武断。

我只尝试过 Boucheron 的一款男士香水，很久以前的事情了，已经不记得是 Boucheron Pour Homme (宝诗龙男士香水) 还是 Jaipur Homme (斋浦尔男士香水) 了。印象最深的是那款香水的木香很重，而且有点冷冷的感觉。

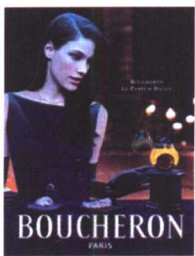
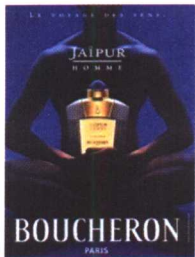
不是 Kenzo 或者 Issey Miyake (三宅一生) 的香水常见的恬淡妥协，也不是 Davidoff 的 Cool Water (冷水) 或是 Armani 的 Acqua di Gio (忘情水) 的清凉，这款男士香水给我就是冷冷的感觉：冷冷地看着涛生云起，冷冷地看着情生情灭，冷冷地挥去别人的叫嚣，仿佛拂去衣服上的一粒尘土。

这类香水以前应该是不喜欢，现在可能会喜欢一点。

Boucheron 的同名女士香水，则是走比较古老的路线，大家闺秀的感觉，而且味道先抑后扬。可能并不适合一切都摆明了出来的现代女子，更多的东西是需要时间和耐心去体会的，无论是香水还是人。

倒是这款香水瓶让我想起了放大好几倍的戒指，而且是那种有家族徽章的戒指，用来在信件的密封火蜡上盖戳为记。查了一下，这款香水瓶的设计果然来自戒指的造型。

Jaipur (斋浦尔) 的女士香水前调的酒精味很浓，有点晕，不过中调的花香和果香就要好得多了。广告中香水瓶被设计成为一个手镯——珠宝商本色，不是吗？



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

3月11日

2005年

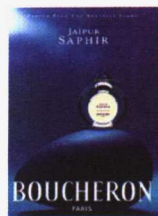
1. Boucheron



Jaipur 实物的香水瓶远远没有广告中的漂亮，这也不奇怪，很多款香水甚至很多别的产品都是这样的。表面看上去越是华丽耀眼让人心动的，往往内里越是平平无奇，甚至是金玉其外败絮其中，古今中外亦然。

Jaipur 还有一款 Jaipur Saphir (斋浦尔蓝宝石)，不过没闻过。Saphir 是法语中蓝宝石的意思。

Initial (最初) 的瓶子，形状像一根项链或者是耳环的珍珠吊坠。不知道是因为就是仿这么设计的，还是因为我先入为主认为其是珠宝品牌，越看她家的香水越觉得像珠宝。



这一款的前调似乎有点可乐味，中调有点类似 Boucheron 的女士香水，不过仔细分辨下来要更年轻活泼一点，甜甜的暖暖的。



品 香

Initial (最初) 女士香水

三调

前调：黑醋栗叶、铃兰、豆蔻、柑橘

中调：茉莉、土耳其玫瑰、胡椒、肉桂

基调：杏仁蜜、琥珀、香草

Trouble 是比较新的女士香水，前调有点粉，中调有点媚。广告的风格有点 Dior (迪奥) 的 Hypnotic Poison (红毒) 的味道，但是闻起来比红毒少了一份娇媚，对男人的杀伤力就少了很多：明摆着就是个麻烦，又缺乏能够吸引男人的强大诱惑力，还是躲远一点比较好。



12月19日
2003年

贝姿华 2. Bourjois

贝姿华

Bourjois 贝姿华

2003年12月19日

中文是贝姿华，法国品牌。可能这个牌子在国内不那么有名，但要知道 Chanel 的香水最开始几十年都是由 Bourjois 公司出品的，就可知这个品牌的地位了。

这个品牌有名的是其彩妆系列，随处可见，国内好像也看到过，价格不算高。

她家的香水不多，男士香水有 Acier（钢）、Ouragan（飓风）、Extreme（极限）等，女士香水有 Clin d'œil（眨眼，这个系列下面有好几款）、Soir de Paris（巴黎之夜）和 Mon Parfum（我的香）。这些香水都非常少见，连巴黎这边的店一般也没有。我也只见过 Soir de Paris。

Soir de Paris，法语的意思是巴黎之夜，英语的名称是 Evening in Paris。这款香水 1863 年在法国推出，1928 年推广到美国，当时引起了轰动。1991 年重新推出，是由 Chanel 的调香师 Jacques Polge 和 Francois Demachy 调制的。这款香水属于花香调，前调是紫罗兰，然后是玫瑰、茉莉、丁香等，基调是香草和雪松木香。

国内大概在 1994 或 1995 年的时候引进过这一款，当时在时尚杂志上做广告，说三四十年来这款香水就是当时上海滩卖得最好的，大半个世纪后重回上海，颇有一种沧桑的感觉。深蓝色的瓶子，恰好做了一个注脚。

这款巴黎之夜，当时风靡号称“东方巴黎”的上海。翻翻一些那个年代的小说文章，会有提到“夜巴黎”香水的，就是这一款了。大半个世纪过去了，斗转星移，物事人非，当年使用这款香水的女性大部分已经作古，年轻人中也没有什么人知道这款香水，它重新返回中国市场也没有引起什么反响。

这倒是有点类似于 Max Factor（蜜斯佛陀）的化妆品，也是当年



1月29日
2004年
3. Burberry



风靡上海的，最近返回中国市场，已经没有什么人记得她当年的风采了。

巴黎的夜，真的很漂亮。尤其是逢节日，香舍丽榭大道两旁的树上也挂满了彩灯，一溜延伸到凯旋门的流光溢彩。

想到就要离开这个迷人的城市了，颇有几分不舍和惆怅，就此停笔。

巴宝莉

Burberry 巴宝莉

2004年1月29日

Burberry，中文名称是巴宝莉。

这是一个英国品牌，创建于1856年，最开始专门制作雨具，雨衣雨伞什么的。

因为英国人有打猎和钓鱼的传统，这两项活动都要求外套防风雨的效果好；而且英国的雨雾天气比较多，所以英国品牌当仁不让地在这一领域领先。说起风雨衣的品牌，最著名的基本上就是两个英国的老牌：Burberry 和 Aquascutum。

顺便提一下后者，中文有翻译成拒水或者雅格狮丹的，也是很经典的以风雨衣起家的英国老牌子。在国内也有这个牌子的衣服和饰品卖，但是没有推出香水。

现代时尚界的四大时装之都，巴黎雅典，米兰浪漫，纽约简约，而伦敦一般都和前卫联系在一起。老一点的庞克女王维维恩·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood)、年轻一点的约翰·加里亚诺 (John Galiano) 和亚力山大·麦克奎恩 (Alexander McQueen)，还有无数新晋设计师，合力把叛逆反传统的接力棒传了下去。





1月29日

巴宝莉 3. Burberry

归根结底，英国的老派稳重的传统实在是太深厚了，大部分的年轻人哪受得了？哪里
有压迫哪里就有反抗，英国的传统越深厚，年轻人的叛逆性就越强，所以英国设计师们的
前卫程度令人侧目。摇滚乐的发源地也在英国，可能也是同样的原因。

Burberry 顶多是一个高级成衣品牌，并不是高级时装品牌；但算是传统的英国风格，实
用、稳重而不失精致。我喜欢这个品牌也恰恰是因为她的传统风格。

和很多人一样，十几年前我上中学和大学的时候喜欢叛逆一点的东西，例如有点怪的发
型、破洞牛仔褲、耳环什么的，但是工作以后就逐渐回归了，更喜欢传统实用简洁的东西。

年纪轻的时候玩点叛逆也没什么，再大一点就发现反社会好像是没有什好下场的，
总是骂骂咧咧地对什么都不满并不能改变任何现实。我还是降了吧。

所以喜欢的其实还是 Burberry 最传统的那种男士的风格，经典的 trench coat（风
衣）那一种的，毕竟以不变应万变的经典才是最有魅力的。

Burberry 在上个世纪90年代已经垂垂老矣，全球的其他市场的业务都在萎缩，只有在
日本还差强人意。从美国来的 Rose Marie Bravo 女士执掌了这个英国的传统品牌以后，进
行了大刀阔斧的改革，逐渐让 Burberry 重新散发出时尚的魅力。在日本推出的 Blue Label
副牌产品线更是大受欢迎。

如果要给 Burberry 找形象代言人，我心目中的最佳形象并不是英伦情人休·格兰特
（Hugh Grant），而是最近的一任 007 皮尔斯·布鲁斯南（Pierce Brosnan），这个有几分
温文尔雅的聪明男人。

男人就像酒，是需要经过时间的沉淀打磨的。他年轻时主演的侦探斯蒂尔（Remington
Steele）帅是够帅了，但缺乏成熟的男人魅力，十数年后在 007 系列里才逐渐慢慢散发出迷
人的味道，在《Thomas Crown Affair》（偷天换日）中其醇厚的男人味则达到了顶峰。
不知道有多少女生看过这一部非常有趣兼浪漫的电影，一个亿万富翁和一个美女侦探在纽
约大都会艺术博物馆斗智的故事，除了帅呆了的皮尔斯·布鲁斯南以外，蕾妮·罗素（Rene
Russo）的成熟女人魅力也为这部翻拍片添色不少。

在这部电影中，皮尔斯·布鲁斯南比在 007 系列电影里面要有风度有头脑得多。老派

1月29日
2004年
3. Burberry

的欧洲绅士的风度，再加上冷静、学识、修养和智慧，才算得上是优雅的女性，刚刚好搭配 Burberry 的英伦风情。

Burberry 的香水也贯彻了品牌的理念，不求搞怪另类，也不走妖娆性感路线，无论是味道还是香水瓶的设计都比较中规中矩。他家的香水包括 Touch（接触）、Weekend（周末）、London（伦敦）和新出的 Brit（风格）等。

Touch 的女士香水号称是清淡东方调，男士香水是果香型的。后来公司还推出了 Baby Touch 和 Tender Touch。

Tender Touch（触感柔情）和 Touch 的瓶子形状一样，不过是粉红色的。

Weekend（周末）是 1998 年推出的，也是男士女士香水都有。女士香水没有什么特别印象，我买的是男士香水，很轻松随意的感觉。感觉这一款男士香水比女士香水还要受欢迎，除了男士使用外，很多女孩子也喜欢用。

很多男士香水都同时适合女孩子用，只要自己喜欢就可以。一些中性香水的推出，也是为了适应这种潮流的。不过男士最好别用女士香水。

Brit 是去年推出的，香水瓶别出心裁地采用 Burberry 经典的格子图案。

