

我亲爱的 时尚病患者

一个巴黎名店导购
的秘密日记

[法] 艾薇琪·马丁 著
戴巧 何拉 译



我亲爱的 时尚病患者

一个巴黎名店导购
的秘密日记

[法]艾薇琪·马丁 · 著
戴巧 何拙 · 译



CS 湖南人民出版社

Luxomania

copyright©Plon, 2012

Simplified Chinese language edition published by arrangement with

Editions Plon, through The Grayhawk Agency

著作权合同登记号：18-2012-196

图书在版编目 (CIP) 数据

我亲爱的时尚病患者：一个巴黎名店导购的秘密日记

/ (法) 马丁 (Martin,E.) 著；戴巧，何拙译. —长沙：湖南人民出版社，2013.3

ISBN 978-7-5438-9227-9

I. ①我… II. ①马… ②戴… ③何… III. ①长篇小说

—法国—现代 IV. ①I565.45

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 055289 号

我亲爱的时尚病患者：一个巴黎名店导购的秘密日记

[法] 艾薇琪·马丁 著 戴巧 何拙 译

出 版 人 谢清风

出 品 人 陈 昱

责任编辑 夏新军

封面设计 王佳音

出版发行 湖南人民出版社

长沙市营盘东路 3 号 (410005)

网 址 www.hnppp.com

出 品 方 中南出版传媒集团股份有限公司

上海浦睿文化传播有限公司

上海市巨鹿路 417 号 703 室 (200020)

经 销 湖南省新华书店

印 刷 北京市艺辉印刷有限公司

版 次 2013 年 9 月第 1 版

2013 年 9 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 7.875

书 号 ISBN 978-7-5438-9227-9

定 价 32.00 元

版权专有，未经本社许可，不得翻印。

如有倒装、破损、少页等印装质量问题，请与印刷厂联系调换。

联系电话：010-89481861



一月



“您好。您有没有销售方面的经验？”在一家介绍临时工作的中介公司，接待人员这么问我。

“我曾经在一名年轻设计师的商店工作过一段时间，就在巴黎格雷奈尔路上。”

“是奢侈品行业的吗？”

“不是，还谈不上是奢侈品。”

“您的工作背景和经验非常好。不过很不巧，我们现在暂时没有什么适合您的工作……稍等……也许老佛爷百货商店有个职位，我来看一下……您喜欢香水吗？”

“是的……我非常喜欢！”

“下周他们将会举办迪奥(Dior)香水新品推广活动，约翰·加利亚诺¹也会出席。这将是场盛大活动。我们正在为揭幕仪式

¹ 迪奥公司前任首席设计师。

招人。”

这个完全出乎预料的建议正合我意。我都快乐疯了。

“噢，这真是太好了！”我对她报以灿烂的微笑。

“我们需要一个人，那天晚上在商场中央圆顶下方的香水空间，负责给客人试喷香水。”

“.....”

“您觉得怎么样？”

“.....”

“您觉得怎么样？”

经历公司裁员后，我在家待了两年，其间也做过一些零零碎碎的工作。可是欠费账单越积越多，我别无选择，不得不去敲开那些职业介绍所的大门。两天后，一名招聘人员联系了我——圣奥诺雷街有一个销售的职位。我似乎隐约看到了黑暗隧道尽头的一丝光亮。不管怎么说，精品店销售的工作也不算太差，不是吗？

那天早晨，尽管气温极低，将近零度，我依然朝气蓬勃地向圣奥诺雷街进发。蒙田大道的这名竞争对手看起来更像是电影里

的布景：马路两边洁净的人行道上，各种精品店一个紧接着一个，一眼望不到头。真是个神奇的地方。我在玛德莲广场站下了地铁，怀着不安的心情向那家商店走去。心跳开始加速，仿佛我正要去参加面试一般。我身上裹着黑色长大衣，肩膀有些僵硬地微耸着，边走边辨认着门牌号。天色尚早，巴黎刚刚醒来。远远望去，协和广场上空空荡荡，没有一个人影。我似乎来到了按照原始尺寸复制而成的城市模型里，又仿佛置身于漂亮的明信片里——在这里，时间都停滞了。我迅速地扫了一眼圣奥诺雷街上的各色玻璃橱窗，这才抬起头来，看到三个金色大字：蒙特卓（MONTEZZO）。商店招牌上这个神奇的名字足以令它的千万拥趸战栗。我挪动着早已在轻便皮鞋里变得冰凉的双脚，带动冻僵的身体，走进这所充满意大利风情的豪华神殿。

商店大堂非常宽敞，天花板很高。店里空无一人。我觉得自己似乎走进了一家大酒店，似乎被空投到了少数幸运儿才能进入的绝妙胜地。在这里，一切——空间、楼梯、花瓶，还有硕大的绣球花束——都体现出一种阔绰的感觉。只有打扫卫生的保洁员悄无声息地在店堂里忙碌着。她们身穿蓝色工作服，手拿白色抹布，在厚实的灰褐色割绒地毯上来回走动，仔细擦拭那些家具，看起来就像是一群小蚂蚁。一片寂静。货架上，货品摆放得十分

齐整，一排排展架上陈列着各色服装，每件衣服之间的距离都是相同的。店堂内装饰着巨大的镜子、玻璃橱窗、金属镶边木质柜台，以及印有品牌首字母 MM 装饰图案的巨大壁毯，制造出一种庄严肃穆的气氛。整个店堂笼罩在一片修道院式的肃静之中。所有物品都井井有条。这座神殿马上就要打开大门，迎接那些忠实信徒。仪式即将展开。对我来说，这将是全新的体验，因此我不禁有些怯场。

一位老妇人接待了我，把我带到位于商店地下一层的更衣室。她略微有些驼背，鼻尖上架着副眼镜，头发盘得活像枚奶油夹心烤蛋白甜点。下楼梯时，她嘴里一直碎碎念着什么。这是卡门，蒙特卓精品店严厉的制服保管员。她又轻声咕哝了几句后，叫我把头发扎起来，然后让我换上一身品牌经典色的制服：柔和的栗色西裤套装、浅口单鞋、衬衫和带有 MM 标志的丝巾。无懈可击。只需要再戴上副手套，我就活脱脱变成了模范女仆，随时准备为客人服务：“喝咖啡还是喝茶？”

“您就四（是）新来的吗？”她问我。

“是的。”

“您擗（穿）几号的鞋子？”

“39。”

“给，试一下仄（这）双 41 号的吧，只有仄（这）个了。”

“太大了，走路会掉的。”

“唔，没办法。您垫一双鞋垫吧！”

接着，她把剩下的几件制服发给了我：一件已经被人穿过、散发出汗味的 T 恤和一件经过多次洗涤后显得有些缩水的衬衫。我梳理好头发，化了妆，整装待发。我第一天的工作就将开始了，她又给了我一些建议。

“记得每天都要系好围巾，不然他们会吃了我的。”

我沿着主楼梯走上去时，遇见了另外几个和我穿得一模一样的店员。克隆人。我已经无法退缩了。我需要这份工作。这份低收入家庭补助金是我唯一的选择。



蒙特卓 (MONTEZZO)

1910 年，由保罗·蒙特卓创建于米兰。作为奢华与优雅的象征，蒙特卓品牌借助卓绝的吸引力，在国际上享有良好声誉，创造了持续一个世纪的成功。

经营范围

蒙特卓隶属于环球精品集团，经营皮具、皮鞋、高级成衣、丝织品、高级珠宝、宠物饰品以及美容产品，是该领域的世界领先者。

数字故事

蒙特卓拥有 6000 名员工和遍布世界的 220 家精品店，实现营业额 20 亿欧元。

品牌理念

蒙特卓通过优质产品传播梦想，为顾客提供杰出的服务，让顾客体验独一无二、难以忘怀的时刻。意大利工艺和独家经营是品牌的成功关键。



在广告业工作十多年之后,我终于对这个领域完全失去幻想。我每天苦苦思索,不断寻找新创意,一遍又一遍地修改设计稿直至深夜,这让我精疲力竭。那些滔滔不绝、孤芳自赏的客户会议则让我感到厌烦,我的创意总监更令我恼火——这个从头到脚都用杜嘉班纳(Dolce & Gabbana)武装起来的男人特意用紫外线灯把皮肤晒成小麦色,他总是一天到晚在我耳边循环播放一句话:“你明白我的意思吗?”¹现在,每当想起那些日子,我就想吐——我厌恶这个行业的一切。我曾经为多款香水、神奇的抗皱霜、闪亮的唇膏和滋养洗发水做广告推广活动——各种各样的美容产品一应俱全。

我们的创意总监居住在纽约,他只乘坐协和客机旅行,总是在法航机务人员簇拥之下,在飞机上庆祝生日。飞机几乎成了他的第二居所。在巴黎,他只住考斯特酒店。我们经常去他的套房开工作会议。在等待他做完按摩的空当里,我们顺便享用酒店的服务或者游泳池。按摩结束,他就裹着睡衣和我们开会,脚趾头上涂着金属蓝指甲油。那时,我们公司真的花钱如流水。但是好景不长,公司遇到了危机,客户越来越少。协和客机旅行被远程

¹ 此处原文为英文: Do you know what I mean?

廉价航班取代。广告业的戛纳电影节式庆典、那些无穷无尽的账单、奖金、奖品，都结束了。再也不能享受酒店服务了，什么都没有了。我悄悄离开了。

十点钟。高级女装成衣部的主管梅兰妮接待了我。她应当只有三十来岁，看起来却有四十岁了，脸上搽了厚厚的粉底和遮瑕膏，活像一幅军旅画。她的眼睛是棕色的，身高一米八，高大瘦削的身体自豪地套着部门主管的制服。她的支配力和身材让她看起来仿佛是名军官——就差几枚勋章了。她是伦敦人，学历很高，拥有法语专业硕士学位。最初，她加入了塞尔福里奇百货公司，很快被升职成为经理。她说一口完美的法语，只有一点点英语口音。她对我说：

“在这里，思考就是服从！我们坚决执行，从不提问。”

我看她并没有开玩笑的意思。接着，她简短地把我介绍给了团队里的其他成员。

好吧，调子就这样定了下来。她悄然离开去喝咖啡，我独自留下来，和其他销售待在一起，其中有弗洛朗，一个胖胖的年轻男人，活像条虫子，浑身上下唯一的饰品是舌头上的舌钉——这

实在与通常人们心中精品店销售的形象相去太远；还有苏珊——店里最资深的老员工，马上就要五十八岁了，以及塔提亚娜——来自莫斯科的年轻俄罗斯女孩。苏珊给我解释这一行的入门规矩，并且告诉我怎么去库房。

“过一会儿你就会明白，这可简单了。你喜欢寻宝游戏吗？”

她把门卡递给我，又告诉我密码。接着，我得一个人来应对将要发生的事情了。

到库房去还得爬两层楼，并且经过多个步骤才能进去——那里就像个处于高度警戒状态的保险箱。第一步，先爬一层楼，然后沿着走廊一直向前走，输入密码，打开走廊尽头的门。接着，再爬一层楼，用磁卡打开第二扇门。这扇门后面又是一条长长的走廊。沿着走廊前进，首先会看到更衣间，走到尽头就会看到库房，仍然是用那张磁卡把库房的门打开。爬了三十几级台阶之后，虽然有些晕头转向，我还是找到了阿里巴巴的山洞。“芝麻开门！”

库房里装满了挂着衣服的展架，一眼望不到头。我感到头晕目眩——那是一件不可思议的衣服，穿上它，完全可以走红毯。我慢慢地沿着展架之间的过道向前走，欣赏那些俄国羔皮大衣、水獭皮和猞猁皮制成的双排扣裙摆式大衣、塔夫绸连衣裙、蟒蛇

皮和鳄鱼皮外套、用施华洛世奇（Swarovski）水晶绣花的抹胸长裙，以及饰有半宝石的印花丝绸薄纱晚礼服。真是令人心醉神迷！多少年来，我只能在时尚杂志上看到这些华美服饰，而此刻，它们就在我面前。我不由激动起来，从内心升起一种欲望，想把这些衣服都试一遍，想穿上这些令人梦寐以求的华服，化身为被闪光灯闪得眼花缭乱的女神。我在走道上来来回回闲逛，一一欣赏完那些出奇华丽的服饰，最后在凳子上坐了下来。我依然沉浸在幻想中，一时缓不过神。我需要些时间让心情沉静下来。

现在，圣奥诺雷街变得热闹起来。我听到几声交警的哨声和汽车喇叭声，向窗口走去。透过天窗，我看到了巴黎各式各样的屋顶。广场上矗立着雄伟的玛德莲大教堂。广场周围，汽车川流不息。和圣奥诺雷街交汇的皇家街上，拉杜丽甜点店¹门口排着等待的队伍，长得望不到队尾。广阔的天空下，协和广场上竖立着用金箔装饰的方尖碑。就这样，我在时下最被人艳羡的服饰环绕中，隐藏在屋顶下。突然，电话铃声响了起来：

“喂，夏洛特？你迷路了吗？”

¹ 巴黎著名高级甜点店，创建于1862年，其招牌美食马卡龙（Macaron）深受顾客喜爱。

“呃，没有。请问是哪一位？”

“我是塔提亚娜。你回来吧。梅兰妮要做简报了。”

我重新回到现实中。部门里的所有成员都已经集合在一起，梅兰妮双手背在身后，在他们面前来回踱着方步，仿佛是将军要向他的部队训话一般。十一点整，她正式开始做简报。这是高级女装成衣部每天雷打不动的程序。

“首先，我想欢迎夏洛特加入我们团队。接着，我打算和你们看一下今天的销售指标。今天，高级女装成衣销售需要达到13000 欧元。这一周销售情况总体还不错，大家继续加油。另外，记得把陈列的商品重新布置一下，做到万无一失。不要把你们的时间浪费在聊天上面——记住，只有钱说了算¹。好了，就这些。希望你们今天过得愉快！”

她说话和玛格丽特·撒切尔一样从容不迫。这支小部队立刻投入工作。我站在原地，感到束手无策，不知道应该做些什么才好。店员们来来回回，忙碌起来。弗洛朗一阵风似的从我面前经过，准备去库房找些货品布置陈列区。他突然停住脚步，问我：

“那衬衫有汗臭味，不是吗？”

¹ 此处原文为英文：Money talks.

最让我感到惊奇的，是整座店铺的规模与结构。这是由三层迷宫构成的建筑，像座迷你购物中心。底层是高级定制男装、旅行箱和男式皮鞋。底层店堂中央升起一座玻璃楼梯，仿佛使用了科幻小说里的传送技术，将顾客送上二楼。二楼前侧是皮具专区，这是本品牌最具有代表性的配饰，久负盛名。蜂窝形的洋槐壁龛里摆放着手袋，它们被烘托得像艺术珍品一样。玻璃橱窗里陈列的蟒蛇皮包，散发出魅惑的气息，它们的标价可以高达 13000 欧元；还有一些鳄鱼皮包的售价更是接近 25000 欧元。我看得心惊肉跳，一身冷汗。穿着制服的店员们严阵以待。这真是一支名副其实的国际军团——五十多名员工，来自二十个国家：荷兰人、爱尔兰人、德国人、意大利人、俄国人、巴西人、中国人、法国人、日本人、摩洛哥人、瑞士人，还有英国人，以满足世界各地的顾客们的挑剔需求。

皮具专区后方是女鞋展区。鞋子被小心翼翼地放在有机玻璃基座上，灯光照在上面，看起来就像是舞池的地板一样。一个由镜子构成的巨大立方体被当作货品陈列架，上面摆放着最近一次时装发布会上展示的限量版女鞋样品。这里还有一些标价 1900 欧元、带着十五厘米高跟的长筒皮靴，以及售价 11000 欧元的鳄鱼皮靴——它们像真正的艺术品和受人膜拜的图腾一样，被供

奉在店堂最显眼的地方。这款靴子被称为“比弗利山庄”——这个名称就足以令那些女顾客们动心，并且激动不已。

音乐响了起来，是凤凰乐队¹的一首歌曲，这让顾客更加陶醉于“寻找圣杯”的活动中。再远一点的区域是珠宝部。橱窗里摆满了各种宝石，在柔和的灯光下，看起来就像一个丝绒首饰盒。这个区域十分隐蔽，令人感觉仿佛置身于教堂忏悔室一般。另外这里的货品也没有标价。真是个神秘的地方。三楼就是高级女装成衣部，而它的VIP贵宾室位于四楼，占领了这座金字塔的制高点。一架直达电梯能将顾客们从圣奥诺雷街直接送到这安静的小岛上来。一个天使般的声音会告诉您到达了哪一个楼层；接着，一眨眼的工夫，电梯门就向两侧滑开。在这里，当季服装就像处于失重状态，飘浮在空中——仿佛吃了迷幻药而产生幻觉了一般。一切的一切都是为了打造一种独一无二的氛围，以吸引那些时尚达人。高级女装成衣部沉浸在半明半暗的乳白色光线中，看起来像是这座金字塔迷宫尽头突然出现的服装绿洲，海市蜃楼般纯净而难以靠近。

1 法国乐队名，由四个巴黎年轻人于1999年组建，堪称法国韵味的最佳代言人。