

| 世界高端文化珍藏图鉴大系 |

香氛魅力

香水鉴赏

领略神秘的香水世界
体验气味的诱惑之旅

玮 珏 / 编著



为浪漫增添色彩，为爱情营造情调



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

— 世界高端文化珍藏图鉴大系 —

香氛魅力



香水

鉴赏

PERFUME



玮珏 / 编著

 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

香氛魅力: 香水鉴赏 / 玮珏编著. — 北京: 新世界出版社, 2013.11

ISBN 978-7-5104-4671-9

I. ①香… II. ①玮… III. ①香水—鉴赏 IV.
① TQ658.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 256951 号

香氛魅力: 香水鉴赏

作 者: 玮 珏

责任编辑: 丁 鼎

责任印制: 李一鸣 王丙杰

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发 行 部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总 编 室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版 权 部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 山东淄博汇文商务印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 115 千字

印 张: 18

版 次: 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-4671-9

定 价: 100.00 元



版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638



前

言

|

P

R

E

F

A

C

E

PERFUME

香水这个词，是从拉丁文“Perfumum”衍生而来的，意思是“穿透烟雾”。埃及历史中记载，香精和油膏，用于洗澡和洗完澡之后。它们通常储存在精致的容器里，在古埃及坟墓中被发现。在中东和远东的其他地区以及中国，人们也早已学会运用香料的芬芳来实现对美的追求。

其实早在原始社会时期，就已经有人用焚烧有香味的草木进行祭奠，这大概是最早的香熏，此后一直用于宗教仪式。但是我们的祖先使用香水与香熏的记忆，却变得模糊不清，无从考证。

从清朝到民国直至现代，香料在我国已被十分普遍地栽培、观赏和使用，香料已经成为人们喜闻乐见的高雅物品和人类文明的优雅象征。后来，随着社会的发展，人类香料、香水及香熏乃至多种衍生产品相继问世，人类活动中的宗教仪式、祈福、祭祀，发展到后来民间的社交礼仪、婚丧喜庆、驱疫避秽以及驱害灭病等，都会焚香。香，在馨悦之中调动心智的灵性，于有形无形之间调息、通鼻、开窍、调和身心，妙用无穷。正是由于深谙此理，历代的帝王将相、文人墨客才惜香如金，爱香成癖。

香，既能悠然于书斋琴房，又可缥缈于庙宇神坛；既能在静室闭关默照，又能于席间怡情助兴；既能在空里安神开窍，又可在实处化病疗疾；既是一种精英文化，又是一种大众文化。

以香达信，寄托人们的哀思、情思，也寄托自己对未来的憧憬和期望。特别是在科技还不发达的古代，烧香祈福就更普遍了。

» 前 言 | PERFUME

PERFUME

1709 年诞生了第一款香水——古龙水，到后来 1889 年第一款现代香水“姬琪”问世，期间相隔了 180 年。

香水是一种混合了香精油、固定剂与酒精或乙酸乙酯的液体，用来让物体（通常是人体部位）拥有持久且宜人的气味。精油取自于花草植物，用蒸馏法、挤压法、冷浸法、溶剂提取法等方法萃取。固定剂是用来将各种不同的香料结合在一起的物质，包括有香脂、龙涎香以及麝香猫与麝鹿身上气腺体的分泌物。酒精或乙酸乙酯浓度则取决于香水、淡香水还是古龙水。一般香水的保存期限是 5 年。

从古至今，很多文人雅士都把香水比喻成“液体的钻石”。随着人们的消费观念发生转变，香水变成了像吃饭、睡觉、穿衣、化妆一样，成为很多人生活、学习、工作、休闲，甚至爱情必不可少的一部分，用来增添人们的色彩，提升人们的品位。

经常使用香水的人绝对不会为了一日三餐而发愁，他们自然而然地就有一种来自于生活的优越感，而香水本身也传递出了一种时尚高贵的气息。

爱美之心人皆有之，但是什么是真正的美？时尚是美，高雅也是美，想象力更是美……在我们深入研究，并且去探讨香水的品香和审美的过程中，你也会深深地领略到香水美的享受，受到香水文化的熏陶。

Perfume

1 迷情的英伦之风—— 巴宝莉

品牌档案 / 001
品牌故事 / 002
经典系列 / 007
周末女士香水 / 007
绵羊宝宝儿童香水 / 008
英伦女士香水 / 009
红粉恋歌女士香水 / 010
情缘男士香水 / 012
动感节拍女士香水 / 014
周末男士香水 / 015

2 典雅奢华的化身—— 宝格丽

品牌档案 / 017
品牌故事 / 018
经典系列 / 026
蓝茶男士香水 / 026
亚洲典藏版女性淡香水 / 027
晶莹纯香香水 / 028
夜茉莉女士淡香水 / 030
海蓝男士香水 / 032
晶翠女性香水 / 034
蓝茶女士淡香水 / 036

3 惊世骇俗的性感与华丽—— 卡尔文·克莱恩

品牌档案 / 037
品牌故事 / 038
经典系列 / 044
CK One 香水 / 044
CK Be 香水 / 046

真实男性香水 / 048
永恒男士夏日香水 / 049
迷情诱惑男士香水 / 050
迷情晶莹女士香水 / 051
自由男士香水 / 052

4 时尚界永恒的经典—— 香奈儿

品牌档案 / 053
品牌故事 / 054
经典系列 / 060
五号香水 / 060
十九号香水 / 063
可可香水 / 065
白金男性香水 / 067
魅力香水 / 069
邂逅淡香水 / 071
魅力运动男士香水 / 073
可可小姐香水 / 074
力度男性香水 / 075
水晶恋香水 / 076
蔚蓝男士淡香水 / 078

5 经典大气的香味传奇—— 大卫杜夫

品牌档案 / 079
品牌故事 / 080
经典系列 / 084
冷水男士香水 / 084
回声女士香水 / 086
深泉男士香水 / 087
银影男士香水 / 088
冷水酷玩男士香水 / 089



水精灵女士香水 / 090

探险 (追风骑士) 香水 / 092

6 不可替代的时尚精品—— 迪奥

品牌档案 / 093

品牌故事 / 094

经典系列 / 098

迪奥小姐 / 098

迪奥蕾拉 / 100

迪奥紫毒 / 101

迪奥绿毒 / 102

迪奥红毒 / 103

迪奥白毒 / 104

花漾甜心 / 105

迪奥蓝毒 / 106

甜心精灵 / 107

桀傲男士香水 / 108

超越男士淡香水 / 119

华氏男士淡香水 / 110

迪奥真我香水 / 111

7 女人自信的完美诠释—— 雅诗兰黛

品牌档案 / 113

品牌故事 / 114

经典系列 / 119

白色亚麻 / 119

美丽 / 120

馥郁欢沁香氛 / 121

霓彩伊甸 / 122

摩登都市 / 124

欢沁异域 / 125

欢沁花雨女士香水 / 126

8 童话般的神秘与优美—— 伊丽莎白·雅顿

品牌档案 / 127

品牌故事 / 128

经典系列 / 131

绿茶香水 / 131

第五大道 / 132

美人 / 133

绒情红门 / 134

9 高贵完美的时尚至尊—— 古驰

品牌档案 / 135

品牌故事 / 136

经典系列 / 139

狂爱香水 / 139

狂爱2香水 / 140

古驰同名女士淡香水 / 141

亚洲版经典同名女士淡香水 / 142

嫉妒我粉色女性香水 / 143

古驰同名男士淡香水 / 145

原罪女性淡香水 / 146

10 浪漫古典的香味传奇—— 娇兰

品牌档案 / 147

品牌故事 / 148

经典系列 / 152

爱朵香水 / 152

帝王之水 / 154

莎乐美 (一千零一夜) / 155

熠动 / 158

娇兰男士淡香水 / 159

小黑裙 / 160



11 神秘性感的象征—— 爱马仕

品牌档案 / 161
品牌故事 / 162
经典系列 / 167
法布街 24 号 / 167
地中海花园 / 168
尼罗河花园 / 170
大地 / 172
凯莉驿马车女性淡香水 / 174
雨季后花园 / 176

12 高雅与奢华的代名词—— 让·巴杜

品牌档案 / 177
品牌故事 / 178
经典系列 / 182
欢乐香水 / 182
1000 / 184
傲慢女士香水 / 185
玫瑰情话 / 186
愉悦香水 / 187
印度西拉女士香水 / 188

13 浓郁的民族风—— 高田贤三

品牌档案 / 189
品牌故事 / 190
经典系列 / 194
花朵迷情女士（花神）香水 / 194
清泉男香（水之恋） / 195
一枝花 / 196
晨曦新露 / 198

爱慕女士香水 / 199

玉兰花露 / 200

14 玫瑰香的“魅惑”—— 兰蔻

品牌档案 / 201
品牌故事 / 202
经典系列 / 208
幻境香水 / 208
奇迹香水 / 210
魅惑男士香水 / 211
璀璨香水 / 212

15 自由自在的奢华—— 普拉达

品牌档案 / 213
品牌故事 / 214
经典系列 / 216
普拉达同名女性香水 / 216
男士淡香水 / 217
艾力仕淡香氛 / 218
琥珀美人 / 219
艾丽斯淡香水 / 220
男士琥珀香氛 / 221
糖果女士香水 / 222

16 东方唯美主义的化身—— 资生堂

品牌档案 / 223
品牌故事 / 224
经典系列 / 226
世纪禅香香水 / 226





17 让人意乱情迷的诱惑—— 伊夫·圣罗兰

品牌档案 / 227
品牌故事 / 228
经典系列 / 231
左岸 / 231
巴黎爱之桥 / 232
鸦片男士香水 / 233
情窦 / 234
鸦片女士香水 / 235
巴黎夫人浪漫女士香水 / 236

18 香水界的终极诱惑—— 克莱夫基斯汀

品牌档案 / 237
品牌故事 / 238
经典系列 / 241
皇家尊严1号 / 241
1872 香水 / 242

19 男士香水的典范—— 胡戈·波士

品牌档案 / 243
品牌故事 / 244
经典系列 / 247
午夜绅士淡香水 / 247
劲能男士香水 / 248
银地球男士香水 / 249
橙钻魅力女性香水 / 250
优客元素男性淡香水 / 251

20 优雅浪漫的代名词—— 纪梵希

品牌档案 / 253
品牌故事 / 254
经典系列 / 256
魅力纪梵希女性淡香水 / 257
巴黎爱之桥 / 258
海洋香榭中性淡香水 / 259
玩酷男性淡香水 / 260

21 与生俱来的高雅气质—— 乔治·阿玛尼

品牌档案 / 261
品牌故事 / 262
经典系列 / 264
密码女性香水 / 264
寄情系列男性淡香水 / 266

22 永恒之爱的化身—— 爱斯卡达

品牌档案 / 267
品牌故事 / 268
经典系列 / 270
秘密花园女性淡香水 / 270
摇滚森巴淡香水 / 272

附录

香水的分类 / 274
选香准则 / 277

巴宝莉的香水代表了
优雅简洁的风格，是
独树一帜的时尚。

1. 迷情的英伦之风—— 巴宝莉 Burberry

001

品牌档案

公司名称：巴宝莉

英文名称：Burberry

总部地点：英国伦敦

成立时间：1856 年

经营范围：男女装、童装、配饰、手袋、鞋履、香水、眼镜、

家居用品及礼品

创始人：托马斯·巴宝莉

设计风格：英伦经典



品牌故事

巴宝莉（Burberry）是英国国宝级品牌，是极具英国传统风格的奢侈品，其多层次的产品系列，满足了不同年龄和性别的消费者需求，公司采用零售、批发和授权许可等方式使其知名度享誉全球。巴宝莉创办于 1856 年，是英国皇室御用品。最初的几十年，巴宝莉主要以生产雨衣、伞具及丝巾为主，而今巴宝莉强调英国传统高贵的设计，赢得了无数人的欢心，成为一个永恒的品牌。

1856 年，年仅 21 岁的英伦小伙子托马斯·巴宝莉（Thomas Burberry）一手创立了巴宝莉品牌，在英国南部的汉普夏郡贝辛斯托克市开设了他的第一家户外服饰店。因其品质优良，面料创新，外套的设计新颖，使得托马斯·巴宝莉赢得了一批忠实顾客，到 1870 年时，店铺的发展已经初具规模。





1879 年，托马斯·巴宝莉研发出一种组织结实、防水透气的斜纹布料——华达呢，因坚实耐用的特性，这种布料很快就被广泛使用，由此赢得大家的认可。华达呢于 1888 年取得专利，并为当时的英国军官设计及制造雨衣。

1895 年，由托马斯·巴宝莉为英国军官设计的一款叫“Tielocken”的风衣成为今天风衣的鼻祖。早期的猎装和钓鱼装必须要有理想的防风雨效果，能承受相当大的风雨的同时又要有良好的透气性，巴宝莉的服装满足了这一要求，为顾客提供了优质的服装性能。

在第一次世界大战中，英国国王爱德华七世下令以巴宝莉这款专利风衣作为英军军服之一。同时巴宝莉也创立了品牌的骑士标志，并注册为商业标志。巴宝

莉设计的风衣一直是历久不衰的潮流。战后此款风衣更成为众多明星的大爱，当中包括奥黛丽·赫本（Audrey Hepburn）和《北非谍影》男主角亨佛莱·鲍嘉（Humphrey Bogart）及女主角英格丽·褒曼（Ingrid Bergman）。

1910年，巴宝莉推出女装系列，并在法国巴黎开设分店。

1911年，巴宝莉再次凭借为首位征服南极的旅行家罗曼德·阿芒登（Ronald Amunden）提供旅行服饰而扬名于世。

值得一提的是，1924年创作的巴宝莉格纹（Burberry Check Nova）——米色底，红色、驼色、黑色和白色的格子，亦成为巴宝莉的经典代表图案。此格子图案首次出现是用于巴宝莉风衣的内衬上，而于1967年注册成为商标后更广泛用于巴宝莉的其他产品，如雨伞及行李箱上。

巴宝莉一直深受英国皇室的爱戴，凭着传统、精致的设计风格和产品制作，于1955年获得伊丽莎白女王授予的“皇家御用”徽章。后来在1989年，巴宝莉又获得了威尔士亲王授予的“皇家御用保证”徽章。



1970 年，巴宝莉在纽约东 57 街上的旗舰店开张。1980 年，巴宝莉在美国不断扩大零售业务，除纽约外，旧金山、芝加哥、波士顿、费城、华盛顿等地都可以见到它的连锁店。

1997 年，管理阶层的变动，新任 CEO 罗斯·玛丽·布拉沃（Rose Marie Bravo）的加盟，使巴宝莉的方向产生了变化，由向来主要为皇室和年纪较长的名人提供服饰发展到向多个层面的客人生产产品，进一步扩大了客户网络。

2001 年，巴宝莉在创作总监克里斯托弗·贝里（Christopher Bailey）的带领下推出了珀松（Prorsum）高级男女装系列，不但为经典的风衣及格纹图案注入新元素，也为品牌建立了时尚的新形象，一洗以往古老的形象。

同时，公司为巴宝莉格纹图案加入了新色——黑、红格子，并找来名模凯特·莫斯（Kate Moss）和史蒂娜·坦娜特（Stella Tennant）穿上格纹图案的比基尼拍摄照片，这让处于低迷时期的巴宝莉重振雄风，也令销售额增加了一倍，并成为 100 多年来销售额最高的一年。2000 年和 2001 年，巴宝莉获得了英国时装理事会古典和现代两个设计系列的大奖。

2003 年，巴宝莉推出了以创始人托马斯·巴宝莉命名的新系列，提供更年轻及时尚款的轻便服饰，进一步把品牌推至年轻一族。

2006 年，巴宝莉建立 150 周年，品牌推出巴宝莉图标（Burberry Icons）系列以庆祝这个特别时刻。安吉拉·阿伦德茨（Angela Ahrendts）正式出任集团行政总裁，而前行政总裁罗斯·玛丽·布拉沃（Rose Marie Bravo）则成为了集团副主席。在这一年，巴宝莉推出了新款女性时尚香氛伦敦女香（Burberry London），采用品牌经典格纹图案做香水的外包装。

2007 年，巴宝莉推出巴宝莉节拍女士香水（Burberry The Beat），由英伦超模阿格妮丝·迪恩（Agness Deyn）担任广告代言人。设计总监克里斯托弗·贝里获得英国时尚颁奖礼最佳男装设计师殊荣。

2008 年，克里斯托弗·贝里获得在英国皇家剧院举行的第 21 届 GQ 男士颁奖典礼年度设计师奖，并获得伦敦时尚颁奖礼最佳男装设计师的提名。

2009 年，巴宝莉纽约环球总部落成于纽约市麦迪逊大街 44 号。纽约市长

BURBERRY
EAU DE
TOILETTE
NATURAL SPRAY
VAPORISATEUR
50ML e 1.7FL OZ



布隆伯格将5月28日正式称为“巴宝莉日”。巴宝莉的创意总监克里斯托弗·贝里对于这个地标式的新总部的建成感到十分兴奋。

2011年，巴宝莉北京旗舰店于北京耀莱新天地开业，该店共为三层，面积达1200平米，为亚洲最大旗舰店，开业当天更是举办了大型直播活动，向

全世界展示英国的音乐、数字技术以及时尚产业。

2012年4月26日，巴宝莉品牌在位于台北101大厦的一家旗舰店召开庆祝仪式，巴宝莉首席创意官克里斯托弗·贝里出席了活动，巴宝莉全球现场直播活动——一项360度的深入体验，在台北首次启用。

如今，巴宝莉通过不断提升它的设计和创新图饰来增强它的吸引力，将其经典的感性与现今的时代性完美结合，在时尚中注入品质，成为一个永恒的品牌。

巴宝莉深受亚洲人的喜爱，日本人对之更是极度追捧。巴宝莉鉴于在日本市场的号召力，以特许经营的合作方式让日本当地的生产商自行设计并生产，其中有颜色较鲜艳、较年轻化及较便宜的巴宝莉蓝标（Burberry Blue Label）和巴宝莉黑标（Black Label）系列。这些产品更是只以日本国内作为唯一的销售地域，连作为总部的英国都没有设立这两个系列品牌的零售服务。

巴宝莉蓝标有别于巴宝莉伦敦女士香水（Burberry London）的沉稳、厚实，给人的感觉是轻快而简约，故此很多少女也钟情于蓝标和黑标的产品。

Burberry

经典系列



周末女士香水



基本信息

香调：绿野花果香调

前调：诱人的绿野甘香、柑橘、多种绿叶

中调：风信子、野玫瑰、菠萝花、油桃

后调：柏木、檀香木、麝香

年份：1998 年

点评

清静怡情的典雅气质，流露出女性的璀璨魅力。

周末女士香水的设计灵感来源于人们在周末时的轻松愉快的心情，不管是家人聚会还是情侣的浪漫约会，都会让人带着一份期待的心情。周末女士香水正是一款清爽、充满活力的香水，具有橙子的香味，温和中略带正统的端庄，适合诗情画意的女子。

Burberry

经典系列



BURBERRY
ESTABLISHED 1856

绵羊宝宝儿童香水



基本信息

香调：柑橘香调

前调：橙皮、柑橘皮、马鞭草、青薄荷

中调：橙花、铃兰、茉莉、仙客来

后调：香草

年份：2002 年

点评

为了能让敏感的妈妈也能使用，此款香水在配方上以低过敏性为原则，采用温和的香调，避免刺激宝宝的嗅觉。在瓶身底座的设计上，贴心的不倒翁摇晃设计，让香水瓶充满着童真的乐趣。另外，瓶身中央更有着可爱的小绵羊，纸盒包装以钮扣式的设计方式呈现，这些细节都展现了绵羊宝宝儿童香水特有的童趣与创意。