

Nếu có mua n biệt tr n bảo kinh t năm qua đã hoành hành nh th nào, chúng ta cũng nh ng i vi t này có th ... đ m ch đ u xe.



*“Eau de Cologne 4711,” nhãn hi u n c hoa xa nh t c a Đ c, đ c bày bán t i Cologne, mi n Trung n c Đ c. (Hình: Henning Kaiser/AFP/Getty Images)*

Vào m t khu th hàng xa đ đi ch hay ăn m t bát ph , mình có th bi t ngay là tình hình đã sáng s a hay ch a khi tìm ch đ u xe. Vào cu i tu n mà còn d dàng có ch thì mình bi t là tình hình ch a khá. Nếu l i đ m nh ng b ng hi u “For Lease” trong khu ph th hàng s m u t t p n p thì kh i c n đ c báo chúng ta cũng bi t là bà con mình đang v t v .

M t s nh nh ng ng i may m n thì hi u ra th c t m đ m c a kinh t khi nh n đ c chuy n phù du. T m thi p qu ng cáo c a m t đ i gia chuyên v xa x ph m nh Tumi hay Hermès ph i làm h ng m ng i. Tumi hay Hartman là nhà bán hành lý h ng sang c a M . Còn Hermès là m t quý t c trong lo i công ty s n xu t các s n ph m phù du mà c c đ t c a Pháp.

Kh&i đ&u là m&t hãng ch& t&o hành lý cho gi&i quý t&c Âu Châu, Hermès tr& thành danh hi&u c&a nh&ng m&t hàng đ&t nh&t. Vuông l&a Hermès hay cái cravate có màu s&c nh&nh n& mà tân k& trong lo&i l&a r&t đ&y và m&n là bi&u t&ng c&a s& l&ch l&am, th&i th&ng. Nh&ng n&u mà đ&n hãng Hermès cũng gi&i thi&p qu&ng cáo kèm theo t&m phi&u h& giá thì mình bi&t là con sóng kinh t& đã đánh lên t&i đ&nh núi!

Các c& s& quý t&c sang c& nh& v&y luôn luôn có câu châm ngôn, “Gi&y rách ph&i gi& l&y l&!”

Nghĩa là dù th& tr&ng c&a bá tánh bình dân có xanh xao vàng v&t thì h& v&n không h& giá theo n&c th&y tri&u. &u đi&m c&a lo&i công ty này là ch& s&n xu&t m&t hàng quý phái và r&t đ&t. H& giá là coi nh& m&t luôn th& m&nh và b& kéo xu&ng th& tr&ng c&a qu&n chúng bình dân. V&y mà nhi&u đ&i gia quý t&c v&n ph&i b&m b&ng bán r& thì mình bi&t là tình hình đã kh&n tr&ng l&m r&i!

Ng&&i vi&t có c&m nghĩ &y khi lang thang vào khu ph& c& c&a mình, là các c&a hàng n&c hoa.

Là m&t đ&i gia thu&c lo&i quý t&c chân chính, hãng n&c hoa House of Creed đã có m&t t& năm 1760 t&i Anh. Ngày nay, đây là m&t trong nh&ng c&a hàng quý phái nh&t c&a Pháp trong qu&n Tám c&a th& đô Paris hoa l&. Hãng Creed còn v&ng gi& đ&n đ& c&t ch& n&c hoa riêng cho m&t s& khách quý. Fleurissimo cho bà hoàng Grace Kelly là m&t thí d&.

Grace Kelly là m&t tài t& thu&c lo&i đ&p nh&t Hoa K&, sau l&i gi& t& màn &nh mà l&y ông Hoàng Rainier c&a x& Monaco. Do l&i yêu c&u riêng c&a ông Hoàng này đ& t&ng n& hoàng Grace, nhà Creed ch& ra mùi “Fleurissimo.” N&u có ph&i d&ch nôm thì đ&y là tuy&t đ&nh c&a hoa, c&a h&ng và s&c. Còn l&i x&ng t&ng nào th&m

tho và xua đáng hân cho nàng Grace de Monaco?

Hãng Creed này cũng pha chế ra mùi Hoa Xuân, Spring Flowers, cho nữ tài tử Audrey Hepburn. Và trước sau thì có sáu loại nước hoa rất hân chế như vậy cho các nghệ sĩ tên tuổi như t.

Là nghệ sĩ, ai mà không muốn được ngợi khen, nhưng được ca tụng bằng một loại nước hoa pha chế cho riêng mình thì làm sao mà không bị ... phút say hân?

Tại Hoa Kỳ, có lẽ chỉ còn cửa hàng Neiman Marcus là phân biệt nước hoa rất riêng biệt quý phái này cho người biếm ái mà hân xua. Tính ra thì giá còn đắt hơn một vé cà cuống chính hiệu. Ngày xưa, ta còn thấy bán cà cuống nguyên chất, thì thì t, bằng tng đng cân. Bây giờ thì đành dùng cà cuống hóa học và bằng loại thng như ng ngi dùng nước hoa không thu được loại tinh chất u kể như cửa nhà Creed. Cửa kể mà thanh thoát mới là.

Thật ra, và đây cũng là một bí quyết hân đi. Nước hoa cửa nhà Creed này thoang thoang như nhàng chế không nặng nề và quá đm, quá hân. Nhưng nghệ sĩ đã thành danh, có tuổi và có cá tính rất mạnh thì thích dùng nước hoa có mùi như nhàng thanh thoát. Họ không muốn và không cần biết cái gì khác ngoài bên ngoài, kể cả nước hoa. Chính hân mới làm cho t m áo hay mùi th m có thêm hân ng s c cao quý!

Nếu là đi bác học như ông Einstein hay đi nghệ sĩ đã có cửa chế gi i Oscar bày trên lò s i, thì các nhân vật xuất chúng này có thể chế cửa x c... nước lã mà thiên hân v n ph i tr m tr ...

Trong lọ i d u th m hay n c hoa cho phái n , ng i ta có nhi u c p nhi u b c t nh đ n ng. “Eau de Toilette” là lọ i nh nh t, có th dùng sáng tr a chi u t i nhi u l n vì có đ y r i l i tho ng bay m t. K ti p m i là lọ i “Eau de Parfum” có cùng mùi th m nh ng đ m đ h n, đ n đ làm ng i đi qua ph i ngo nh l i. Đi vào ch thì ch ng ai bôi mùi đó c , dù là vào ch mua cá. Mùi nào ch y ch ! Trên cùng m i là tinh ch t g i là “Parfum,” có mùi đ m và b n h n mà ng i ta ch bôi vào bu i t i khi đi d ti c tùng đám c i, trong m t môi tr ng đ y nh ng h ng s c r c r n ng n n.

Các đ ng đàn ông t x ng là phái kh e th t ra l i r t y u vì không h có lọ i “Parfum” mà ch có n c th m “Eau de Cologne” mà thôi. Nh nhàn h n thì dùng after-shave có mùi. N u x c h ng th m quá thì có khi là tay anh ch , v a là anh v a là ch , n a này n a kia! Nói v y có l h i oan cho các ông, ch n c hoa c a M ch t o cho đàn ông th ng có mùi th m quá đ m và quá ng t, mà các bà có th tr ng thu và g i là “Parfum” thì cũng không oan tí nào!

Ng i vi t này thì a mùi Jicky nh t vì nh đ n... ông ngo i.

Nhà Guerlain c a Pháp đã ch ra mùi này t năm 1899, h n hai trăm năm r i. Hàng th m y đã chinh ph c toàn c u, qua t n x Đông D ng, và chinh ph c c hai phái. Đ y là lọ i n c hoa đ u tiên có th g i là “unisex,” dùng cho c anh l n ch , c ông l n bà. Nh ng ngh thu t tinh ch c a h qu là công phu vì trên m i da th t nam n l i t a ra m t h ng khác. Đàn ông dùng Jicky th y mình có thêm nam tính, và ph n x c Jicky th y mình v n kh ái nh th ng.

Vào m t mùa Xuân mà nh l i h ng xa thì may ra mình b t đ c m t giây phút băng khuâng c a m t thu xa x a...