

中国女留学生眼中的双面巴黎

文 | 马子惟（曾就读于法国国立高等装饰艺术学院superior Ecole Nationale des Arts Décoratifs）

位于巴黎6区的圣日耳曼大街，是法国最古老的贵族区之一。百年之前，19世纪的30年代，来自英国的年轻贵族们在这里，用一杯下午茶开启他们车水马龙、咖啡鹅毛笔、红酒香槟、香水花囊的游学生活。两百年后的今天，来自世界各地的年轻留学生们在巴黎放肆快活，而这当中，黄皮肤黑头发的我也是座上客。

两个咖啡馆：中国的双叟，世界的阿玛尼

巴黎圣日耳曼最著名的咖啡馆：双叟咖啡馆。它的名字竟来源于中国，这个小知识，你知道吗？

在双叟咖啡馆正中央方柱上方悬挂着两尊一米多高的中国清代人像木雕。人像呈坐势，头戴官帽但无官翎，身穿官袍但无官绣，脖带官珠但无官品，端坐在由祥云图案雕铸的官椅之上。他们表情木讷，似笑非笑地注视着脚下的客

双叟咖啡馆



人们。而在法语中，双叟咖啡馆的名字“les deux maggots”有三层意思：一指无尾猕猴；二指奇丑的男人；三形容古怪可笑的瓷人、人像。巴黎人都亲切而又略带诙谐地称它“两个丑八怪”。

双叟的历史可以追溯到1812年，最初是塞纳河畔一条叫Buci小巷里的小咖啡馆。1873年为扩大店面，搬到了如今这个繁华地段：对面便是圣日耳曼广场。左前方是巴黎最古老的圣日耳曼教堂，身后则是举世闻名的法国奢侈品牌路易·威登专卖店。尽管地址变迁，然而双叟咖啡馆的古典气质仍然一脉相承：古木墙裙、老式吊灯、铜质扶栏，还有系白围裙黑领结的侍应生，气氛舒适而不张扬。在端庄古朴的一隅之地看窗外世上最时尚的街区，真有一种时空穿越的感觉。

如果你有幸来到巴黎，信步圣日耳曼大街。别忘记在街边的双叟咖啡馆做短暂停留。像本地人一样端坐下来，点一杯店里最受欢迎的意式咖啡，细细啜饮。上世纪30年代，毕加索、提欧雷、纪德、吉拉杜、卫普、海明威都曾在这里奋笔疾书。波伏娃的笔记是对这里最好的注脚：“我坐在双叟咖啡馆里，眼睛瞪着这咖啡桌上的白纸……我感觉我的手指蠢蠢欲动，我需要写作。”到时候，你猜，你会

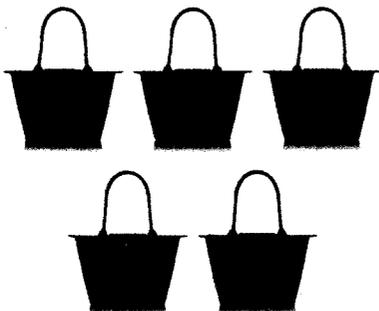
被怎样的灵感一击即中呢？

而另一家咖啡店，每一位慕巴黎“时尚之城”美誉而来的人都应该去逛一逛：阿玛尼专卖店，它是巴黎唯一一家经营阿玛尼品牌的咖啡馆。在这家店铺里，一楼是阿玛尼专卖店，以黑色调为基调，橱窗里满是诱人的元素——比如精致的裁剪与做工，与众不同的材质与卓尔不群的橱窗视觉效果。然而，你若沿着扶梯向下一层，其中更是别有洞天——位于地下一层的阿玛尼咖啡馆延续了品牌本身的奢华和优雅，又将音乐、美食、室内设计美学等概念融汇在一起，展示出了一代意大利名师阿玛尼的休闲生活哲学。这里不光只有咖啡，还有一些简单的菜式和甜品，都是由米其林三星厨师精心打造。一个主菜大概21-38欧，套餐50-75欧。比普通法国餐馆要贵出两到三倍，但对于阿玛尼的忠实粉丝或是美食爱好者来说绝对物超所值。

留学生的两个包：一个生活，一个颜值

巴黎，世界顶级大牌都在这儿扎堆。

因此，一到购物季，Peking Pound（欧洲对中国购物观光客戏谑的称呼，来源于中国境外观光军团巨大的奢侈品消费能力）就成为这个城市最蠢蠢欲动的生力



在中国“菜市场化”的longchamp包包军。几乎每个专卖店前面都排满长龙，而最长的队伍永远属于路易·威登。实际上，在法国乃至整个欧洲，辐射英国，女孩们更中意一种法国“国民袋”——longchamp。这个布袋并没有太大装饰、不耀眼不奢华，但是相当有容量。没错，它看起来是不是很眼熟？在中国，太多的仿造系列，让这个在法国年轻女孩中最受追捧的万能街袋成为了中国大妈大婶逛菜市场必用的包包。

在巴黎，每个女孩出门前都会带两个包。一个是普通实用，能装下所有的书本和日用品；另一个包，则一定要超级时尚美观，里面只装少量的化妆品和一小瓶香水。法国大学都是走读制。每一天，学生出门前都需要把一天的装备携带出门。大包里除了装书本和作业，还要装下课之后去打工的装备，比如一双备用的鞋子，以及一套黑色的waitress装。而那个小包，才是真正展现个人审美品位的利器。极端实用主义的longchamp布袋子，几乎成了巴黎女孩的标签。而这个习惯，也会延续到很多人工作之后，甚至年老。所以，在法国街头，常能看见打扮得相当时髦的老太太提着longchamp逛街头古董小店。

巴黎的时尚：一面奢华，一面奇巧

在巴黎，最为著名的百货公司大部分都集中在塞纳河两岸：Galeries Lafayette Haussmann（老佛爷百货公司）、

Printemps Haussmann（春天百货）、Le Bon marche（波马舍百货公司）。

如果，我跟你推荐首要购物点是老佛爷百货公司，你会不会觉得我是旅行社派出的托儿呢？别急，先听我慢慢道来：

老佛爷，建于1895年，巴黎最大的百货公司。老佛爷这个词儿，听起来有那么点儿威严之气，还有那么点儿复古范儿。总之，如果你知道“luxury”这个英语单词，就应该补补老佛爷的课。

站在老佛爷里，在新拜占庭风格的穹顶下，这座昔日公主的宫殿，现在挤满黑头发、黄面孔、连空气里都拥挤不堪地塞满了中文词汇。商场为了响应中国游客的需求，也应景地一遍一遍地播放中文广播。

在这个百货公司里，摊位与摊位之间排列紧张，一线名牌还能保存尊严拥有自己的独立容身处，Chloe、Marc Jacobs之类便如同北京动物园的地摊货一样随意支个摊子就练吆喝开卖。国内的旅游团都会识趣地把大巴停在老佛爷百货和巴黎春天之间，导游也会大大方方的给你好几个小时的购物时间，你走哪都是人山人海，排哪都是长蛇乱舞。你要是拍张照片回国显摆，清楚的人知道你在巴黎，不清楚的，以为你是春运被搁在北京西站遭罪了。

听到这儿，你是不是有点厌恶了？不要着急，老佛爷里也曲径通幽。

在百货商店的二层，你可以找到本

老佛爷



地原创、匠心独具、世间唯一、手工制造的巴黎时装学院的学生作品。我用了这么多的形容词，你就可以想见我对这里的喜爱。

巴黎时装学院在每年圣诞前后，学校都会组织学生拿出自己最棒的设计，在老佛爷这样的最好的百货公司出售。对于学生来说，这并不是获得一点点收入那么简单，他们更多的是从顾客的追捧中获得对未来设计师生涯的认可和肯定。这些年轻的、未成名的设计师的作品，卖价可一点都不便宜：一件刺绣点缀的连衣裙550欧元，带点儿嬉皮士味道的小上衣600欧，露背小礼服裙1200欧元，手工编织的帽子150欧元。相对于老佛爷一楼的奢侈品，价格当然要亲民不少，但是也不算便宜。

在巴黎，最有消费能力、最有时尚品味的潮流人士是退休老人。她们退休后的工作之一，就是流连于巴黎每个设计学院的橱窗，看到喜欢的设计马上出手，绝不含糊。

你不懂法语？在法国，你最需要熟记的一个词汇是：Soldes（法语，降价）。这两字绝对是一剂兴奋剂。在法国，所有的商铺在一年内只允许两次全国性的打折，其他时间不准打折，违者重罚。折扣季通常是每年过完圣诞节后1月中旬开始，持续时间大约2个月。夏季则从6月底开始，持续一个月左右。每年的折扣季里，在打折的第一天，会有相当多的法国人拎着空行李箱出门，夜晚星星漫天时，则装满战利品心满意足回家。

在我看来，时尚奢华的巴黎最精致奇巧的是法国女人。她们从跳蚤市场一路逛到名牌专卖店，她们前一秒流连独立设计师的作品橱窗，后一秒又出现在巴黎时尚周的秀场观台。所以，在巴黎购物，最美的不过是看见法国女人黑裙下的一双红色高跟鞋！U