

“须”势待发

作者: 廖敏 时间: 2013年11月14日 来源: 财富中文网

位置: 专栏 >> 生活廖理 字体 [大 中 小] 打印 发表评论

现在,就像女人去美容院换发型、种眉毛一样,男人们也可以带着他们心目中理想的款式照片到店里“种胡须”。

转贴到: [新浪微博](#) 关注 [腾讯微博](#) [开心网](#) 加入 [人人网](#) [豆瓣](#)



廖敏, 财富中文网专栏作家, 资深媒体人。

前往伊斯坦布尔的理由很多——看建筑、逛巴扎、洗土耳其浴、品尝特色美食、看回旋舞……太多的故事和积淀静等你来。如今,除了去蓝色清真寺喂鸽子,男士们又多了一个去那里的理由——种胡须。

就像女人一直跟自己的头发各种过不去——一直的弄弯,弯的拉直,黑的变黄,黄的变紫,生命不息,折腾不止,胡须对于男人来说也是一个很纠结的问题:有还是没有,留还是不留,留多长,怎么留……

有买的就会有卖的。

现在,就像女人去美容院换发型、种眉毛一样,男人们也可以带着他们心目中理想的款式照片到店里“种胡须”,这种胡须移植跟头发移植同属于毛囊移植的一种,使用局部麻醉手术,将身体其他部位的毛发,移植到嘴部周围。一次手术约5小时,价格5千美元起(约合人民币3万元)。土耳其的一名整形医生介绍说,近三年来这里种植胡须的外国男士越来越多。这背后的推动力正是风靡中东国家的土耳其电视剧。2012年土耳其健康事务部报告数据指出,近年来土耳其兴起的医美旅游热潮,产生10亿美元的外汇收入,参加医美团到土耳其的外籍游客人数增加到27万人次,这其中就有不少是要把自己变成胡须型男的男士。

胡须对男性并不是可有可无的。

胡须是一份声明。自罗马人始,蓄有胡须的男子代表英勇率直。人类进化专家的确曾经指出,脸毛为侵略、攻击的信号,它有扩大下巴,强调牙齿是武器的效果——人类进化专家所指的那个时代是一个多么清晰明了的世界,不用看车看房。

胡须是一种象征。在埃及国立博物馆里有一位女法老哈特舍特谢晋的雕像,她就戴着象征权力的假胡须。

胡须是一种态度。梅兰芳先生蓄须明志就曾传为一时佳话。

胡须甚至关乎政治是否正确。北宋大臣蔡襄有美须,一日侍朝,仁宗问蔡襄:“卿的胡须这么长,睡觉时是把它放在被外呢,还是被内呢?”蔡襄晚上睡觉时,想起了仁宗的话,辗转反侧,不得安宁。

中国男人自古爱留胡须。古时男子以胡须眉毛稠秀为美,故以“须眉”作为男子的代称。在古代,胡须有文武之分,武将的胡须以张飞的“虎须”为代表,但文士的胡须则是一种风神韵致。晋代大画家顾恺之在前朝画家裴楷画像,在其颊上添画三络胡须,并说:“颊上加三毛,觉神采殊胜。”因此,也就不难理解胡须在做官时是很重要的仪表,唐代刘禹锡诗:“近来时世轻先辈,好染髭须事后王。”说的是把胡须染黑,以便侍奉年轻的皇帝。传宋代的寇准为求得宰相位置,想办法把胡须弄白。黑与白,都是一时风尚。明代笔记《菽园杂记》中还记载北京吏部的附近墙上粘贴有许多小广告,其中大量就是染发染胡须、修补门牙的。书中说这种现象“大抵皆听选及恋职者耳”,也就是说这些人染发染须大多是为了在仕途上进步。

对于男人,胡须意味着改变。而这些年人们对胡须的态度也在变化。

2006年美国最高法院裁定,准许律师筛选陪审员时否决蓄八字胡的男士。2007年一项民调显示,超过半数受访的美国妇女拒绝跟蓄须男士亲吻。为此,美国八字胡学会(American Mustache Institute,简称AMI)主张重拾七十年代蓄须风尚,营造一个接纳与理解八字胡的环境。AMI主席珀卢特发表声明称:“当今社会肯定存在歧视,人们认为男士们在求职面试前必须先刮干净胡须,但是留蓄八字胡是表达自我的理想方法。”

曾经一度,人们将胡须和不干净、怪癖联系在一起。不过近来风向在变,胡须开始更受欢迎了。

根据近期英国的一项研究,不刮胡须的男性,要比刮得干净或是留大胡须的男性,更吸引女性。研究人员将15名男性的面孔,分别做了胡须干净、留小短须、较长短须、小胡须、大胡须五种处理,让76名妇女,根据男子气概、侵略性、跋扈、魅力、年龄、社会成熟度给分。研究人员并问他们与这些人建立长、短期关系的意愿。留大胡须的男性被认为最阳刚、最有侵略性、社会成熟度也最高,看起来也老5岁。女性认为这种男人最无魅力。小胡须男性则是最跋扈的男人。小短须的男人最性感,是长、短期的理想伴侣。至于胡须干净的男性,在男子气概、侵略性、跋扈、社会成熟度等方面均处于下风。

AMI另有一项研究表明蓄须的男士比脸刮得干干净净的男士更容易获得工作机会,且挣得更多。

胡须还可以是一门生意。虽说我们这边厢,在都市里要找个靠谱的刮脸服务还真不容易。有刮脸绝活儿的老师傅已经难觅踪,传统手艺濒临失传。但那边厢,精专此道并有志于此的后继有人。位于伦敦老邦迪街的“泰勒”(Taylor)男子剃须和洗漱产品店是19世纪50年代由泰勒家族成立的,现在已经成为英国最大的男子剃须和洗漱产品专业店。不少新生力量也看好这个市场。由孪生兄弟Anthony Tsai和Hubert Tsai创立的TwinLuxe就是一个为男士理容提供奢华享受的剃须用品品牌。这兄弟俩本是华尔街金融才俊,他们花四年时间研发亚洲植物,与劳斯莱斯Phantom系列的设计师合作创造剃须用品,为男士们提供了一套从剃须到皮肤护理的豪华产品线。美国品牌“剃须的艺术”(The Art of Shaving)的由来同样有趣。创始人夫妇丈夫皮肤过敏,妻子在厨房里给他捣鼓出了爱心牌剃须护理油并一发不可收拾。现在,品牌旗下的130家门店遍布从麦迪逊大街到比佛利山的美国全境,1996年创办的这个品牌2009年被宝洁收购。

自古以来,胡须就被赋予了各种各样的象征意义,成熟、智慧、性能力、身分地位等等不一而足。今天,至少胡须是男子用以表现自己气质、个性和独特风度的一种标志,也是追求精致生活的男士对生活中美好事物不断追求的必然产物。

为了将剃须变成一种更有趣的体验和享受,可以尝试的东西还真不少。剃须用品品牌中,Thiers Issard, Merkur, Truefitt & Hill, Muhle Thuya, Liz Earle, Edwin Jagger都是有历史、有口碑的推荐。Esquire杂志还曾做过一个专题推荐伦敦最佳剃须理容店,其中让人耳目一新的是Ted's Grooming Roo。没错,Ted Baker不仅出品服装,还推出了土耳其式剃须服务。这个服务在Holborn, Cheapside, Mayfair和Fitzrovia的四家奥莱都有,且无需预约。

有人说过,胡须是男人最私人的所有物。能在温暖、芳香、洁净中享受片刻的安宁和呵护,虽然琐碎,也的确是现世的一种小确幸。(财富中文网)