

致 YECO 客户：解码香水消费者的灵魂—— 基于 Reddit 洞察的设计美学、叙事趋势与 用户动态深度分析报告

I. 执行摘要：香水作为“图腾物件”——超越嗅觉的消费者心理

本报告基于对 Reddit 香水社区的深度定性分析，为 YECO 的品牌客户提供关于消费者心理与行为的关键战略洞察。分析揭示了一个核心的市场转变：香水瓶身正从一个单纯的“容器”(Container) 演变为一个“图腾物件”(Totemic Object)。当今的消费者购买的不仅是嗅觉体验，更是一种美学表达、一种叙事工具和一种身份徽章。

本报告围绕三大核心支柱展开：

- 设计美学：**瓶身设计已成为品牌的第一道“守门人”。消费者对“廉价感”(Tackiness) 有着高度一致的共识，例如对 Carolina Herrera Good Girl “高跟鞋”造型的普遍嘲讽¹。与此同时，他们极度渴望“艺术品”级的设计，将 Dries Van Noten 或 Argos 的瓶身誉为“博物馆藏品”³。材质（如 Xerjoff 天鹅绒瓶身的“脱皮”⁵）和功能性（如 Bvlgari Omnia 的“易翻倒”⁶）的失败，被视为对品牌承诺的严重背叛。
- 叙事趋势：**市场正在经历一场从“品牌讲述的故事”(Brand-led Storytelling) 到“消费者寻求的氛围”(Consumer-led Vibe-Seeking) 的深刻变革。消费者不再被动接受营销信

息，而是主动在 r/fragrance 等社区提问：“我如何才能闻起来像‘旧书图书馆’⁷、‘森林女巫’⁹或‘雨后泥土’¹¹？”

3. **用户动态：**美学与叙事正在直接驱动（或阻碍）购买行为。分析发现了一种强大的“美学否决权”（Aesthetic Veto），即消费者会因为瓶身设计“无聊”（lame/boring）而拒绝试用甚至完全忽视某些高端品牌，如 Byredo 和 Nishane¹³。此外，“爱香味，恨瓶子”（Love the scent, hate the bottle）¹⁴的冲突现象极为普遍，这暴露了品牌在嗅觉体验与视觉传达之间的严重脱节。

战略结论：未来的市场赢家将是那些能够将其物理产品（瓶身）、嗅觉产品（香水）和情感产品（叙事）完美统一的品牌。品牌必须停止将瓶子视为包装，而应将其视为产品体验的核心组成部分，一种能够传达身份、激发情感并建立持久联系的战略资产。

II. 瓶身美学分析：渴望的形态与美学的战场

本章节深入解构消费者在 Reddit 上评判瓶身美学的复杂标准，从被集体鄙视的“廉价感”到被高度崇拜的“艺术性”。

2.1 设计的“七宗罪”：消费者眼中“廉价感”（Tacky）的共识

“廉价”（Tacky）是 Reddit 香水社区中用以表达负面情绪的最高频词汇之一。它并非由单一缺陷构成，而是由一系列“设计失当”的元素集合而成，这些元素在消费者心中引发了强烈的审美排斥。

- 罪证 1：模仿非香水物品 (The Gimmick)

消费者强烈反感那些“看起来不像香水瓶”的噱头设计，认为这拉低了香水作为奢侈品的定位。

- 数据点：Carolina Herrera Good Girl 的“高跟鞋”造型是受批评最多的设计。消费者称其“奇怪”、“荒谬”(ridiculous)，并带来了“尴尬的 50 度灰氛围”(awkward 50 Shades of Grey vibes)¹⁶。一位用户直言不讳地表示，她不希望“抓着一只鞋子来喷香水”¹。
 - 数据点：Marc Jacobs Decadence 的“手提包”设计同样被指“太俗气”(SO TACKY)¹。
 - 数据点：Moschino Fresh 的“Windex 清洁剂”瓶身虽然被少数人认为“有趣”¹⁷，但引发了更现实的担忧，例如“我担心我的孩子(或我丈夫)会真的把它当作 Windex 来用”¹⁷。
- 罪证 2：幼稚化与卡通化 (The Juvenile)
当面向成人市场的产品外观过于“玩具化”时，会引起消费者的反感，因为它传达了一种与成熟、精致不符的“幼稚感”。
 - 数据点：Paco Rabanne Phantom 的“机器人”瓶身¹⁷ 和 Carolina Herrera Bad Boy 的“卡通闪电”(cartoon lightning strike)¹ 均被归为此类。
 - 数据点：Lattafa Yara 的亮粉色瓶身被形容为“幼稚”、“像儿童玩具”¹⁹。一位用户的评论尤为尖刻，称其颜色和质感“让我想到生猪排”(makes me think of raw pork chops)²⁰，这种强烈的负面联想极大地损害了品牌形象。
 - 罪证 3：过度夸张的“Bling” (The Gaudy)
过度使用“闪耀”元素，尤其是当这种元素与品牌定位或香水内涵脱节时，会被消费者视为“俗气”(gaudy / tacky)而非“奢华”(luxurious)。
 - 数据点：Paco Rabanne One Million 的“金条”造型是“俗气”的典型代表²。
 - 数据点：Roja Doves 瓶盖上的“水钻”(rhinestones)受到批评，被指“并不能尖叫‘低调的精致’”(don't exactly scream "quiet sophistication")¹。
 - 数据点：Bond No. 9 品牌是这一类别的重灾区，其瓶子被普遍认为是“丑陋的”、“过于花哨和俗气”(loud and tacky)²²。
 - 罪证 4：廉价的材料质感 (The Cheap Material)
在香水这一高度感官化的品类中，触感上的“塑料感”是不可饶恕的“原罪”。
 - 数据点：Gucci Rush 的“红色塑料块”被形象地比作“该死的乐高积木”(a damn

LEGO)¹。

- 数据点：Cacharel Eden 的“淡绿色塑料”¹ 和 Benetton 品牌的“塑料”瓶²⁴ 也被明确指责为“俗气”，导致用户（¹ 中的用户）将 Eden 香水“倒入了一个不同的雾化器中”。

2.2 设计的“圣杯”：消费者眼中的“艺术品”（Artistic）与“高级感”（Class）

与“廉价感”相对，消费者不吝赞美那些他们认为是“艺术品”的设计。这种积极的感知来源于强大的艺术概念、卓越的材料质感和独特的雕塑形态。

- 圣杯 1：艺术与神话概念 (The Concept)

当瓶身设计传达了一个超越香水本身的宏大故事或艺术概念时，它最能俘获消费者的心。

- 数据点：Argos 品牌被多位用户誉为“最佳之一”，其瓶身上的艺术品，如“维纳斯的诞生”（Birth of Venus）和“法厄同的陨落”（Fall of Phaeton），被形容为“真正令人惊叹”（really stunning）²⁵。

- 圣杯 2：雕塑感与独特性 (The Sculptural Form)

消费者渴望那些本身就可以作为独立艺术品展示的瓶身。

- 数据点：Dries Van Noten 的瓶子（尤其是“Soie Malaquais”）被反复提及。用户称其“相当引人注目”（quite striking），一位用户甚至表示：“我第一次看到照片时，我以为它是一个博物馆展品”（I thought it was a museum piece）³。
- 数据点：Mugler (Angel, Alien) 和 Lalique 的瓶子被普遍认为是“美丽且独特的设计”（beautiful and have very unique design）²⁷。

- 圣杯 3：经典与永恒 (The Iconic & Timeless)

某些设计因其深厚的历史底蕴和标志性的市场地位而备受推崇，它们超越了短暂的流行趋势。

- 数据点：Guerlain 的 Shalimar 瓶被描述为“不仅漂亮，而且如此具有标志性”（not

only pretty, but so iconic)³。Guerlain 历史悠久的“蜂瓶”(Bee Bottle)也被视为永恒经典的代表²⁸。

- 数据点: Chanel 的“经典斜面瓶”(classic beveled bottle)和“方形瓶”²⁹因其“简洁优雅”(simple, elegant)而受到喜爱,即使用户不一定喜欢其香味²⁹。
- 圣杯 4: 现代极简的“图腾”(The Modern Totem)
简约的设计并不一定“无聊”。当简约与强烈的辨识度、高级的材质和重量感相结合时,它就成为了一种“现代图腾”。
 - 数据点: Tom Ford Private Blend 的“棋子”(chess piece)风格瓶身,虽然“朴素简单”(plain and simple),但被认为是“标志性的”(iconic)²⁷。消费者欣赏其“不同颜色的瓶身和瓶盖为香水架增添了多样性”²⁷。
 - 数据点: Dior Homme 系列瓶身因其“现代感”(modern)和“美感”(aesthetic looking)而受到赞誉²⁵。

2.3 审美战线: 极简主义(Minimalism) vs. 极繁主义(Maximalism)

在美学偏好上,消费者群体明显分裂。一方寻求“中性/米色/极简美学”(neutral/nude/minimal-aesthetic)³²,以匹配他们的家居风格;另一方则认为这种趋势“无聊”(boring)³³,渴望更具表现力的设计。

- 极简主义阵营
这一阵营的消费者欣赏 Le Labo 和 Maison Margiela Replica 的“简约而独特、干净的设计”(minimal yet unique, clean designs)²⁸。他们寻求“简洁、现代的瓶身”(sleek, modern bottles)³⁴,并赞赏 Issey Miyake 瓶身的“干净线条”(clean lines)³³。
- 极繁主义阵营
这一阵营的消费者抱怨“方形瓶、白色或黑色标签配上粗体文字的趋势很无聊”(square bottle, white or black label with block text trend is boring),并表示“更喜欢极繁主义”(generally prefer maximalism)³³。他们渴望更多像 Lolita Lempicka 或 Anna Sui

那样的“华丽瓶身”(gorgeous bottles)³³。

然而，深入分析数据会发现，极简主义的“成功”与“失败”之间存在着微妙但关键的差异。Maison Margiela Replica 的极简主义²⁸广受好评，而 Byredo 的极简主义⁶却常被抨击为“无聊”。

这种差异的根源在于“叙事”与“触感”。Replica 的瓶子通过“药剂瓶造型”³⁵、“织物标签”³⁶和“打字机字体”²⁸成功传达了“怀旧”(nostalgic)和“日志条目”(journal entry)²⁸的温暖氛围。相比之下，Byredo 的瓶子则被认为“冷漠、贫瘠”(cold, sterile)³⁷，缺乏这种情感联系。因此，成功的极简主义并非“空无一物”，而是“精准传达”。它利用触感(织物标签)和概念(复刻记忆)来填充简约的形态，创造出一种“有温度”的极简主义。

2.4 不可原谅的罪：材料、品控与功能性的失败

无论美学偏好如何，物理上的失败(品控)和功能上的缺陷(实用性)都会引发消费者一致的愤怒，因为这直接影响了使用体验和感知价值。

- **品控失败 (Quality Control Failure)**

- 数据点：Xerjoff 天鹅绒瓶身的“脱皮”(peeling)问题是品控失败的典型案例³⁸。消费者报告称，香水中的酒精会“溶解胶水”(dissolves the glue)³⁸，导致天鹅绒“自行脱落”(peeled itself)³⁸。
- 数据点：消费者对这款售价 250 美元的“自毁瓶子”(self destructing bottle)³⁸感到愤怒。一位用户尖锐地评论：“为什么人们要制造涂层产品？它们是绝对的垃圾……它们会随着时间的推移变得黏糊糊和俗气……停止给东西上涂层！！！”(STOP COATING THINGS!!!)³⁸。
- 数据点：Lattafa 作为“平替”品牌，其“喷头很烂”(atomizers SUCK)也是一个高频抱怨点¹⁹。

- **功能性失败 (Functional Failure)**

- 数据点：Bulgari Omnia 的“两个相连的环”设计因其不稳定性而备受诟病，被批评为“丑陋、容易翻倒、难以瞄准和喷洒”（ugly, tip over, and are difficult to aim and spray）⁶。
- 数据点：不透明的瓶子（如 Parfums de Marly⁴² 或 Lattafa Yara⁴³）让消费者“恼火”（annoy），因为“我想看到我还剩多少”（I want to be able to see how much I have left）⁴²。
- 数据点：难以存放的瓶子（如 Bulgari Aqua⁴¹）或需要放在盒子里才能“堆叠”（stack）的瓶子⁴⁴，也引起了消费者的不满。

表格 1：审美光谱：消费者对瓶身设计的感知矩阵

感知类别 (Perception Category)	消费者赞誉的元素 (Praised Elements)	消费者诟病的元素 (Criticized Elements)	关键品牌案例 (Key Brand Examples)
形态 (Form)	雕塑感、艺术性、经典永恒、有机形态 [3, 4, 34]	模仿物品（鞋、包）、卡通化（机器人）、不稳定形状 [1, 6, 18]	(赞誉) Argos, Dries Van Noten, Xinu (诟病) CH Good Girl, MJ Decadence, Bulgari Omnia
材质 (Material)	重量感、优质玻璃、木质、织物标签 [34, 36, 46]	廉价塑料、涂层脱落（天鹅绒）、水钻、廉价金属感 [38, 1,	(赞誉) Tom Ford, Replica, Xinu

		5]	(诟病) Xerjoff (Velvet), Roja, Lattafa
极简主义 (Minimalism)	干净线条、“药剂瓶”氛围、优质字体 [28, 35]	“无聊”、“冷漠”、“贫瘠”、缺乏特色 [33, 13, 37]	(赞誉) Replica, Le Labo, Tom Ford (诟病) Byredo, Nishane
极繁主义 (Maximalism)	艺术概念、神话叙事、“哥特” / “复古”细节 [28, 4, 47]	“俗气”、“闪耀”、动物纹、过于花哨 [22, 1, 2]	(赞誉) Argos, Mugler, Anna Sui, Guerlain (诟病) Bond No. 9, Paco Rabanne, Creed (彩色瓶)

III. 瓶身美学案例研究：赞誉、矛盾与“翻车”

本章节深入探讨 Reddit 讨论中反复出现的关键品牌，分析其瓶身设计策略如何具体地塑造了消费者的认知、忠诚度和购买行为。

3.1 赞誉案例 (1) - Maison Margiela Replica：成功的“氛围极简主义”

分析: Maison Margiela Replica 是极简主义设计的典范, 它成功地通过触感和概念的叠加, 避免了“无聊”的陷阱, 创造了极高的品牌拥护度。

设计元素解码:

- **形态 (Form):** 消费者普遍将其形态与“药剂瓶”(apothecary inspired / old medicine bottle vibe)联系起来²⁸。这种形态本身就带有一种复古、专业的医疗或炼金术的内涵。
- **标签 (Label):** 其设计的点睛之笔在于“织物标签”(cloth label / canvas label)²⁸。这在视觉和触觉上都与行业标准的纸质或塑料标签形成了鲜明对比。消费者称这种织物触感“非常舒适”(so cozy)⁴⁹。
- **字体 (Typography):** “打字机风格的字体”(typewriter-esque font)²⁸进一步强化了其复古和叙事的属性。

消费者感知:

这种“药剂瓶 + 织物标签 + 打字机字体”的设计组合, 在消费者心中产生了一种强大的化学反应。它成功地唤起了“怀旧感”(nostalgic)²⁸。消费者将其与“旅行者”、“旧火车”、“皮革日记本和钢笔”等具体意象联系起来²⁸。一位用户精准地总结道, 这个瓶子感觉“就像一个日志条目”(like a journal entry)²⁸, 这与 Replica 品牌“复刻熟悉的场景与记忆”(Reproduction of familiar scents and moments)的核心叙事完美契合。

Replica 的成功在于其“多感官”的极简主义。品牌不仅仅在视觉上做减法, 更在触觉(织物标签)和智力(打字机字体和叙事)上做加法。这创造了一种“有温度”的极简主义, 与后续案例中 Byredo 的“冷漠”³⁷形成了鲜明对比。品牌可以利用材质和字体设计作为低成本但高影响力 的工具, 在简约的瓶身中注入丰富的情感和叙事层次。

3.2 “翻车”案例 (1) - Byredo & Nishane: 被“美学否决”的“无聊极简主义”

分析: Byredo 是“美学否决权”(Aesthetic Veto)的主要受害者。其极简主义设计因缺乏个性

和情感联系，正面临被核心消费者群体“忽视”的风险。

设计元素解码：

消费者将 Byredo 的瓶子描述为“简约”、“极简主义的现代室内设计”(minimalist modern interior design) 37。

消费者感知：

然而，这种简约并未被普遍接受为“优雅”，反而引发了强烈的负面评价。瓶子被形容为“无聊”(lame / boring) 33、“冷漠、贫瘠、不受欢迎”(cold, sterile, and unwelcoming) 37。

用户动态（核心）：

这种“无聊”的美学感知直接导致了消费者的忽视和拒绝。

- **数据点：**一位拥有 120 瓶香水的资深消费者承认“完全忽视了 Byredo”，因为“瓶子没有让我认为里面的香水会刺激我的感官或提升我的情绪”³⁷。
- **数据点：**另一位用户表示：“我从来没有对 byredo 或 nishane 感到兴奋过，因为他们的瓶子太无聊了”¹³。
- **数据点：**更具破坏性的是，有消费者指出，Byredo 的瓶子“可以在亚马逊上买到一模一样的通用瓶子”(generic bottles the exact same shape on amazon)²³。这种看法直接摧毁了其作为奢侈品品牌的独特性和溢价基础。

在一个视觉饱和的市场中，“无聊”可能比“丑陋”更致命。像 Good Girl¹ 这样“丑陋”的瓶子虽然备受嘲讽，但它引发了讨论并创造了极高的品牌辨识度。而 Byredo³⁷ 的“无聊”则导致了消费者的彻底忽视(avoidance)。“丑陋”至少还能激发“又爱又恨”的购买(一位用户称 Good Girl “太俗气了以至于很好”²)，而“无聊”则直接被“否决”(Veto)¹³。对于品牌而言，设计必须有记忆点(A Point of View)。一个引发争议的“极繁主义”设计，可能比一个“安全”但“无聊”的极简主义设计具有更高的市场穿透力。

3.3 “翻车”案例 (2) - Xerjoff：高端定位的“品控悖论”

分析：Xerjoff 品牌展现了高端品牌在美学和品控之间面临的独特挑战。消费者对其美学存在分

歧，但对其物理品控的失败却高度一致地表示愤怒。

美学矛盾：

- **赞誉：**一部分消费者将其列为“最佳瓶身设计”之一，称其为“优雅”(classy)²⁵。
- **诟病：**另一部分消费者则认为其“浮夸”、“俗气”(gaudy and tacky)²⁰。甚至有用户将其独特的瓶身形形状与“Amphorae”(古希腊装橄榄油的陶瓷罐)乃至“屁股塞”(butt plug)进行比较⁵¹。

压倒性的品控失败：

真正的品牌危机来源于其天鹅绒涂层瓶身。

- **核心问题：**大量消费者报告了天鹅绒“脱皮”(peeling)、“变粘”(gummy and tacky)、“粘灰”(dust and oil clings)的问题³⁸。
- **根本原因：**这一问题被归咎于香水(酒精)的泄漏会“溶解胶水”(dissolves the glue)³⁸。
- **消费者反应：**消费者对此极为愤怒。一位用户报告说，当他拿着“自行脱落”(peeled itself)³⁸的瓶子回去时，品牌方“众所周知”(well aware of this)这个问题，但却将其视为“用户错误”(user error)且“不予退款”(no refunds)³⁸。这种态度激怒了消费者，一位用户尖锐地喊道：“停止给东西上涂层！！！”(STOP COATING THINGS!!!)³⁸。

高端品牌的“体验链”中，物理品控是最脆弱的一环。消费者支付了250美元³⁸的高昂价格，这种高价设定了极高的“体验期望”。当瓶身(作为奢侈品体验的核心部分)在物理上“自毁”³⁸时，消费者感受到的不仅是“失望”，更是“背叛”。这种背叛感(“他们知道这个问题，但称之为用户错误”³⁸)比美学上的“俗气”²⁰造成的影响要大得多。对于高端品牌，任何物理上的缺陷(喷头、涂层、瓶盖)都是不可接受的。在追求独特材质(如天鹅绒)时，必须优先确保其耐久性。

3.4 赞誉与“翻车”并存案例 - Lattafa：“平替”品牌的“包装天花板”

分析：Lattafa（及其他阿拉伯“平替”品牌）代表了市场中的一股颠覆性力量。消费者对其“价格-价值比”（Value）赞不绝口，但其包装（Aesthetics）却是其品牌升级的最大障碍。

赞誉（香水本身）：

消费者对 Lattafa 及其“平替”同类产品感到震惊。他们称赞其“疯狂的品质”（quality is insane）和极低的价格（例如，100 欧元购买 5 瓶 100mL 的香水）⁵²。Lattafa 甚至被一些用户誉为“GOATED”（Greatest of All Time）⁵²。

“翻车”（包装）：

然而，这种赞誉仅限于瓶内的液体。

- **美学：** 包装被普遍批评为“廉价”（cheap）¹⁹、“俗气”（tacky）⁵⁴、“幼稚/卡通化”（childish / cartoony）¹⁹。
- **具体案例：** Lattafa Yara 的粉色瓶子是重灾区，被形容为“笨重的砖块”（clunky and brick like）²⁰，以及前文提到的“生猪排”（raw pork chops）²⁰。
- **功能性：** 糟糕的“喷头”（atomizers SUCK）是另一个被反复提及的槽点¹⁹。

Lattafa 赢得了嗅觉，但输掉了视觉和触觉。包装是“平替”品牌（Dupe Brands）无法逾越的“阶级鸿沟”。消费者虽然购买了产品，但伴随着一种“尴尬感”（embarrassed）⁴⁰。一位用户承认：“我有一个专门的角落，用来放那些俗气、幼稚的瓶子”¹⁹。这种“尴尬感”意味着 Lattafa 仍然是“私下使用”或“图便宜”的选择，而无法成为消费者“引以为豪”并“公开展示”⁹⁵的品牌。包装是品牌从“平替”转向“受人尊敬的独立品牌”的最后一步。如果 Lattafa 投资于更成熟、更高质量的设计，它可能会从根本上颠覆设计师品牌市场。

表格 2：关键品牌案例研究：消费者情绪与战略洞察

品牌 (Brand)	核心美学策略 (Aesthetic)	消费者赞誉 (Consumer)	消费者诟病 (Consumer)	关键战略洞察 (Strategic)

	Strategy)	Praise)	Complaint)	Insight)
Maison Margiela Replica	“有温度的”极简主义 (Warm Minimalism)	“药剂瓶”氛围、织物标签、打字机字体、叙事性强 [28, 35, 49]	性能 (EDT) 、价格 [57]	成功的极简主义需要触感和概念来填充，而不仅仅是视觉上的简约。
Byredo	“冷漠的”极简主义 (Cold Minimalism)	(无明显赞誉)	“无聊”、“冷漠”、“贫瘠”、“像通用瓶” [13, 23, 37]	“美学否决权”：在视觉上“无聊”比“丑陋”更危险，它会导致消费者彻底忽视品牌。
Xerjoff	矛盾的极繁主义 (Contradictory Maximalism)	“优雅” ²⁵ 、“高级感”	“俗气” ²⁰ 、灾难性的“天鹅绒脱皮” ³⁸	高端品牌的品控是绝对的。物理缺陷（涂层、喷头）会摧毁高定价所建立的品牌承诺。
Lattafa	价值驱动的俗气 (Value-Driven Tacky)	价格极低、香味品质高 ⁵²	“幼稚”、“廉价”、“俗气”的瓶身、糟糕的喷	包装是“平替”品牌升级为“受尊敬品牌”的最终关

			头 ¹⁹	花板。
--	--	--	-----------------	-----

IV. 叙事趋势：从“品牌故事”到“个人氛围”

本章节探讨品牌如何利用“故事”以及消费者如何利用“氛围”来构建意义。分析显示，市场正从品牌单向输出的“故事”转向由消费者主导的“氛围”寻求。

4.1 品牌驱动的叙事：打造“嗅觉宇宙”

消费者对那些提供完整、概念性“宇宙”的品牌表现出高度的参与度。购买这些香水就像“购买一个故事的一部分”，极大地增强了产品的吸引力和收藏价值。

- **案例 1：Penhaligon's Portraits 系列**

- **数据点：**该系列是品牌叙事的黄金标准。它为每款香水创造了一个维多利亚式的虚构“角色”(character)，如“被诅咒的雅斯敏”(The Bewitching Yasmine)或“无与伦比的威廉·潘海利根”(The Inimitable William Penhaligon)¹³。
- **数据点：**消费者，尤其是一位自称“作家”的用户，表示“很欣赏”(appreciated)去阅读每个角色的“背景故事”(backstories)⁵⁸。瓶身设计(动物头像瓶盖¹³)与这一叙事完美契合，创造了强烈的购买欲。

- **案例 2：Jusbox**

- **数据点：**该品牌围绕“音乐”构建其宇宙。其理念是“音乐有其香味”，瓶盖被设计成“迷你黑胶唱片”(mini vinyl record)⁶⁰。
- **数据点：**每款香水都受到“音乐流派、特定乐队或时期”(musical genres, specific bands or time periods)的启发⁵⁸。
- **数据点：**消费者愿意深入参与这一概念，例如，详细讨论Black Powder如何致敬

Kurt Cobain⁶⁰, 以及 Use Abuse 如何试图重现 Queen 音乐会的气味⁶²。

- **案例 3: Masque Milano**

- **数据点:** 品牌使用“生命歌剧”(The Opera of Life)作为概念,将其香水分为“四幕,每幕四景”(4 acts, and 4 scenes per act)⁶³。消费者对这种“美丽的盒子”和分幕式的体验表示赞赏⁶⁴。

- **案例 4: Imaginary Authors & Olfactive Studio**

- **数据点:** Imaginary Authors(虚构作者)围绕不存在的作者和书籍构建叙事⁶³。
- **数据点:** Olfactive Studio(嗅觉工作室)的前提是“交给当代摄影师拍摄照片,然后调香师围绕照片开发香味”(hand the reigns to contemporary photographers...perfumers develop a fragrance around the photo)⁵⁸。

4.2 消费者驱动的叙事:解构“氛围寻求”(Vibe-Seeking)现象

这是 Reddit 洞察中最重要的新兴趋势。消费者的话语权正在发生转变。他们不再仅仅是“品牌故事”的被动接受者,而是成为了个人叙事的主动构建者。

核心转变: 消消费者的提问方式正在从“我想要一款带有 X 香调的香水”转变为“我想要闻起来像[某种抽象概念/场景]”。

- **数据点:** r/Indiemakeupandmore 和 r/perfumesthatfeellike 等社区(⁹⁶)充斥着各种“氛围请求”(vibe request)⁶⁶。

消费者正在寻找能够作为其个人身份和情感状态的“嗅觉道具”(Olfactory Props)。香水不再是装饰品,而是角色扮演工具。

品牌叙事的新角色是“赋能”而非“说教”。品牌驱动的叙事(如 Penhaligon's)是封闭的——品牌定义了角色(Lord George)⁶⁸,消费者去扮演它。而消费者驱动的叙事(“我想闻起来像女巫”⁶⁹)是开放的——消费者自己定义了角色,品牌需要提供工具(带有特定香调和氛围的香水)来帮助她们成为该角色。YECO 的客户应考虑开发“氛围工具箱”(Vibe Toolkits)——

即，围绕消费者已在寻求的“氛围”来设计产品和营销，而不是强加一个全新的品牌故事。

4.3 “氛围”深度分析：三大高频需求

通过对“氛围请求”的聚类分析，我们识别出三个最主要的需求领域：

- **氛围 1：“智识与怀旧” (The Intellectual & Nostalgic) - 图书馆/旧书**
 - **消费者需求：**“我如何闻起来像一个旧宅邸中的图书馆？”⁷⁰。他们寻求的是“旧书”、“羊皮纸”、“木质书桌”、“铅笔屑”的气味⁷。
 - **品牌与香水推荐：**
 - **独立品牌 (Indie) 主导：**独立品牌在这一领域表现出色。Alkemia 的 "Book of Shadows"（被描述为“古书的圣经香气——厚重的羊皮纸、古老的橡木墨水、破碎的皮革装订”）⁷¹ 和 The Strange South 的 "Je Veux Mon Livre"⁷¹ 被高频推荐。
 - **小众品牌 (Niche)：**Commodity 的 "Book"⁷ 和 Nui Cobalt 的 "Bibliophilia"（“老化纸张的香草味、新墨水的味道、橡木和红木书架”）⁷⁵ 也是热门选择。
 - **设计师品牌 (Designer)：**Maison Margiela Replica 的 "Whispers in the Library" 尽管名字切题，但被一些核心用户批评为“更多的是蜡质香草”(more of a waxy vanilla) 而非真实的旧书味⁸。
- **氛围 2：“神秘与自然” (The Mystical & Natural) - 女巫/森林/哥特**
 - **消费者需求：**这是一个非常强大且具体的身份寻求。用户提问“我想要‘森林女巫’香水”⁶⁹，“能闻起来像一个古老的存在/森林之神”(ancient being dwelling in the deep forest)⁷⁸，或寻找“哥特氛围”(gothic smelling)的香水⁷⁹。
 - **品牌与香水推荐：**
 - **小众品牌 (Niche)：**Ormonde Jayne 的 "Ormonde Woman" 因其首次使用“黑铁杉”(black hemlock)而被认为具有“女巫气质”(witchy quality)⁶⁹。Amouage 的 "Memoir Man" 被描述为“黑暗、苔藓的森林地面”(dark, mossy)

forest floor)¹⁰。Zoologist 的 "Moth" (飞蛾) 被形容为 “你 80 年代的哥特衣柜” (Your 80s goth closet in a bottle)⁷⁹。

- **设计师品牌 (Designer):** Anna Sui 的同名香水 (原版) 被认为是 “年轻哥特” (young goth) 的最爱, 其瓶身设计也强化了这一形象⁴⁷。Lolita Lempicka 也被认为具有 “森林中的女巫” (witch in a forest) 的氛围⁴。
- **氛围 3: “环境与体验” (The Atmospheric & Elemental) - 雨后泥土 (Petrichor)**
 - **消费者需求:** 消费者寻求对特定自然现象的超写实主义复刻, 尤其是 “雨后泥土的真实气味” (the real scent of petrichor)¹¹。
 - **品牌与香水推荐:**
 - **独立品牌 (Indie) 主导:** 独立品牌再次主导了这一 “氛围” 。Demeter 的 "Thunderstorm" 或 "Petrichor"¹²、Solstice Scents 的 "During the Rain" (“混凝土上的雨”)⁸³ 和 Osmofolia 的 "Geosmin" (土臭素, 即雨后气味的主要化学成分)⁸³ 被认为是最好的选择。
 - **小众品牌 (Niche):** Heretic 的 "Hermann" (主要成分是 Geosmin)¹¹ 和 Zoologist 的 "Bat" (蝙蝠, “潮湿的土壤”)¹¹ 也有被提及。

表格 3: “氛围寻求者”词典：将消费者叙事解码为产品简报

消费者寻求的 “氛围” (Sought- After "Vibe")	消费者使用的 关键词 (Key Consumer Descriptors)	翻译后的香调 与元素 (Translated Notes & Elements)	驱动的情感 (Emotional Driver)	关键品牌提及 (Key Brand Mentions)
“图书馆/旧书”	"羊皮纸" (parchment), "	香草醛	智识	Alkemia, Nui

(Library / Old Books)	墨水" (ink), "旧纸" (old paper), "皮革装订" (leather binding), "铅笔屑" (pencil shavings) [7, 71, 72]	(Vanillin) (来自老化纸张), 皮革 (Leather), 雪松 (Cedar), 纸莎草 (Papyrus), 烟草 (Tobacco)	(Intellect), 怀旧 (Nostalgia), 安静 (Quiet), 舒适 (Comfort)	Cobalt, Commodity, Replica
"森林女巫/哥特" (Forest Witch / Gothic)	"潮湿森林地面" (mossy forest floor), "焚香" (incense), "黑暗" (dark), "泥土" (earthy), "黑玫瑰" (dark rose), "神秘" (mysterious) [78, 79, 84]	广藿香 (Patchouli), 香根草 (Vetiver), 橡木苔 (Oakmoss), 没药 (Myrrh), 焚香 (Incense), 黑醋栗 (Blackcurrant)	力量 (Power), 神秘 (Mystery), 个性 (Individuality), 自然连接 (Nature)	Ormonde Jayne, BPAL, Zoologist, Anna Sui
"雨后泥土/暴雨" (Petrichor / Rain)	"雨后的泥土" (earth after rain), "潮湿的混凝土" (wet concrete), "臭氧" (ozone), "绿色植物" (greenery) [11, 82, 83]	土臭素 (Geosmin), 广藿香 (Patchouli), 香根草 (Vetiver), 紫罗兰叶 (Violet Leaf), 臭氧醛 (Ozonic)	净化 (Cleansing), 宁静 (Calm), 怀旧 (Nostalgia), 自然 (Natural)	Demeter, Solstice Scents, Heretic, Zoologist

		Aldehydes		
--	--	-----------	--	--

V. 核心用户动态与未满足的需求

本章节分析上述美学和叙事偏好如何转化为具体的消费者行为、市场摩擦点和未被满足的商业机会。

5.1 冲突的消费者：“我爱它的灵魂，却恨它的皮囊”

分析：“爱香味，恨瓶子” (Love the fragrance, hate the bottle)¹⁴ 是 Reddit 上的一个核心主题。这代表了一种品牌体验的严重脱节 (Brand Experience Disconnect)，迫使消费者在“嗅觉愉悦”和“视觉审美”之间做出痛苦的妥协。

高频提及的“冲突”品牌：

- **Parfums de Marly (Delina):** 一位用户评论道：“不喜欢粉色少女的外观，但该死的它闻起来太棒了” (Not of fan of pink girly look but damn it smells amazing)¹⁴。
- **Paco Rabanne (Million / Lucky):** “Million 系列的瓶子超级俗气，但我很喜欢 Lucky 这款香水” (million line bottles are super tacky, but i adore Lucky)¹⁴。
- **Mugler (Angel):** 被直接点名为“喜欢但讨厌瓶子”的香水⁸⁶。
- **Bond No. 9:** “漂亮的香味，丑陋的瓶子” (Gorgeous scent, pig-ugly bottle)²¹。
- **Glossier You:** “我非常喜欢这个香味，但瓶子让我想起洗甲水或洗衣液” (adore the scent but the bottle reminds me of a nail polish remover or laundry detergent)⁸⁷。

消费者的应对行为 (Coping Mechanisms):

这种审美上的冲突迫使消费者采取规避行为，这直接损害了品牌体验的完整性。

- **隐藏 (Hiding):** 一位不喜欢 Daisy 瓶子的用户表示：“我把瓶子藏在盒子里，这样我就不用看它了” (I keep my bottle in the box so I don't have to look at it)⁸⁵。
- **降级购买 (Downgrading):** 消费者会转而购买旅行装 (travel sizes) 或小样 (decants) 来规避购买“丑陋的”全尺寸瓶⁸⁸。
- **极端行为：重新装瓶 (Re-bottling):** 这是消费者不满的最终体现。一位用户报告说，她无法忍受 Sabrina Carpenter 香水的“粉色塑料巧克力棒”瓶子，于是将其倒入一个“玻璃展示瓶”中，甚至“添加了粉色染料”和“香草提取物”⁸⁹。

这种“爱恨交织”的状态是品牌忠诚度的腐蚀剂。消费者（如⁸⁹中的用户）愿意花费额外的精力（购买新瓶子、染料）来“修复”品牌体验，这表明了他们对“香味”的高度忠诚和对“包装”的极度不满。这种“摩擦”(friction)是一种不稳定的状态。消费者最终可能会寻找一个“香味”和“瓶身”都令人满意的替代品。YECO 的客户不能依赖“香味好就行”。每一次消费者因“丑陋的瓶子”而感到尴尬¹⁹或需要“藏起来”⁸⁵时，都是在削弱品牌忠诚度，并为竞争对手创造了机会。

5.2 美学否决权：瓶身作为“守门人”

分析：这是“爱恨交织”的B面——消费者甚至没有机会爱上这款香味，因为瓶身的美学已经提前否决了试用的机会。瓶身在此扮演了“守门人”(Gatekeeper)的角色。

- **数据点：**“瓶身美学对我来说是成败的关键”(Bottle Aesthetics are Make it or Break it for me)¹³。
- **数据点：**“如果我不喜欢瓶子，我真的不在乎里面的汁液”(If I don't like the bottle, I really don't care about the juice inside it)¹³。
- **数据点：**“有时候我甚至不会去闻香水，纯粹是基于品牌(瓶子)”(Sometimes I will not even smell scents purely based off the branding)²⁰。

被否决的品牌：

如前文案例研究所示，Byredo 和 Nishane 是被“无聊”(lame) 否决的典型¹³。此外，Amouage 和 Xerjoff 也被一些用户因为“不好看或没品味”(ugly or distasteful) 而“完全避免取样”(avoid sampling entirely)²⁰。

5.3 未被满足的实用主义：超越美学的“隐形需求”

分析：消费者不仅是“收藏家”，更是“使用者”。当设计妨碍了日常使用时，他们会感到沮丧。这些“隐形需求”往往被品牌的美学追求所忽视。

- **需求 1：可见性 (Visibility)**

- **数据点：**消费者对不透明瓶子（如 Parfums de Marly⁴², Lattafa Yara⁴³）普遍感到“恼火”(annoy)，因为“我想看到我还剩多少”(I want to be able to see how much I have left)⁴²。

- **需求 2：稳定性与人体工程学 (Stability & Ergonomics)**

- **数据点：**对 Bvlgari Omnia（“容易翻倒”）⁶ 和 Bvlgari Aqua（“只能躺着”）⁴¹ 的强烈不满。不稳定的设计让产品难以使用和存放。

- **需求 3：存储效率 (Storage Efficiency)**

- **数据点：**消费者明确表示，他们将香水保存在盒子里，因为“更容易堆叠和存放”(easier to stack and store)⁴⁴。这表明对可堆叠性或方形设计（如 Chanel²⁹, Tom Ford²⁷）存在着巨大的潜在偏好。

- **需求 4：旅行友好 (Travel-Friendliness)**

- **数据点：**消费者抱怨瓶子“太重”或“太花哨”而无法旅行⁹⁰，并积极寻找“不会泄漏”(doesn't leak) 的旅行喷雾瓶⁹¹。

5.4 新兴机遇：“瓶子的来世”(The Bottle's Afterlife) - 可持续性与多功

能性

分析：这是 Reddit 洞察中一个单一但极其有力的信号，预示着一个全新的设计趋势和强大的营销角度。

- **数据点：**品牌 **Xinu** 受到了一位用户的热烈赞扬，因为其“华丽的沙漏形瓶子”(gorgeous hourglass-shaped bottles) 带有“木质顶部”(wooden top)，并且“当你用完香水后，瓶子可以变成花蕾花瓶”(once you're done with the perfume, the bottles can be turned into bud vases)³⁴。
- **数据点：**消费者对此反应热烈（“这有多酷？？”³⁴），并计划在用完后“将其用作装饰”(using it as decor)³⁴。

目前市场上的“可持续性”营销(如可再填充)是功能性的。而 Xinu 的“花瓶”概念是情感性和美学性的。它将一个“已用完”的废弃物(空瓶)转变为一个“新的”有价值的物品(花瓶)，从而无限期地延长了品牌在消费者生活中的存在感。

这为 YECO 的客户提供了一个强大的战略方向：设计时就考虑“第二次生命”。这不仅符合可持续发展目标，还极大地提升了产品的感知价值和消费者与品牌的长期情感联系。

VI. YECO 的战略机遇：给您客户的建议

基于以上 Reddit 洞察，我们为 YECO 的香水品牌客户提供以下可执行的战略建议，旨在将消费者洞察转化为市场优势。

6.1 产品设计与开发建议

- **优先考虑“物理体验” (Prioritize the Physical Experience):**
 - **品控是基石**: 绝对避免使用会“脱皮”(peel)³⁸或“变粘”(gummy)³⁸的涂层。
Xerjoff 的案例³⁸表明，一次品控失败足以摧毁昂贵的品牌形象和消费者信任。
 - **投资于喷头**: 绝不能忽视喷头。Lattafa 的“烂喷头”¹⁹是其“廉价感”的主要来源之一。一个能喷出“细密薄雾”(dense mist)⁹²的优质喷头是传达品质的关键触点。
 - **重量与材质**: “重量感”(weight)⁴⁶和“优质玻璃”(intricate glasswork)⁸⁹是“高级感”的简单信号。在预算允许的情况下，优先使用玻璃、金属、木材³⁴，避免使用大面积、廉价质感的塑料¹。
- **在“美学”与“实用”之间找到平衡点:**
 - **避免“功能性失败”**: 确保瓶子可以“稳定站立”⁶且“易于喷洒”⁶。不稳定的设计(如Bvlgari Omnia)会招致长期的负面口碑。
 - **解决“可见性”焦虑**: 避免完全不透明的瓶子⁴²。如果设计要求不透明，请考虑使用“透明窗口”(window)⁹⁰、清晰的瓶底，或在营销中明确说明。
 - **考虑“存储效率”**: 消费者喜欢“堆叠”(stack)⁴⁴。像Tom Ford²⁷或Chanel²⁹那样的“方形”设计因其易于存储和展示而受到“隐形”的偏爱。
- **设计“瓶子的来世” (Design for the Afterlife):**
 - **超越“可再填充”(Refillable)**: Xinu 的“花瓶”概念³⁴是一个金矿。YECO 的客户应在设计之初就思考：“这个瓶子在用完后能成为什么？”它可以是花瓶、笔筒还是装饰雕塑？这是一种强大的可持续叙事，能极大提升产品的感知价值。

6.2 品牌叙事与定位建议

- **从“品牌故事”转向“氛围工具箱” (Shift from Storyteller to Vibe-Enabler):**
 - **倾听“氛围寻求者”**: 积极监测Reddit等社区，了解新兴的“氛围”需求(如图书馆⁸、女巫⁶⁹、雨后¹¹)。
 - **使用消费者的语言**: 营销文案应从“这款香水包含佛手柑、玫瑰和檀香”转向“这款香

水闻起来像你最喜欢的旧书店”或“这是‘森林女巫’的终极氛围”。

- 赋能角色扮演：品牌定位应是“我们提供工具，让你成为你想成为的人/置身于你想去的场景”。
- 为“极简主义”注入灵魂：
 - 避免“Byredo 陷阱”：如果选择极简设计，必须避免“冷漠”(cold)和“贫瘠”(sterile)³⁷。
 - 学习“Replica 策略”：利用材质(如织物标签³⁶)、触感(如磨砂玻璃)、字体(如打字机字体²⁸)和概念(如药剂瓶³⁵)来赋予简约瓶身“温度”和“故事感”。

6.3 市场沟通与营销建议

- 解决“美学否决权”(Address the Aesthetic Veto)：
 - 绕过“守门人”：如果品牌(如 Byredo¹³)知道自己的瓶身被认为是“无聊”的，营销重点应完全放在“香味体验”上，大力推动小样(samples)和盲测(blind tests)，绕过瓶身这一“守门人”。
 - 利用“美学吸引力”：如果品牌拥有“艺术品”级瓶身(如 Argos⁴)，则营销应首先展示瓶身，将其作为吸引消费者探索香味的“钩子”。
- 管理“爱恨交织”的冲突(Manage the Love/Hate Conflict)：
 - 不要忽视负面评价：对于像 Delina¹⁴或Good Girl¹这样瓶身有争议的品牌，假装问题不存在是无效的。
 - 提供解决方案：品牌应主动提供精美、简约的“旅行装”(travel atomizers)或“补充装”(refills)⁹⁰，让那些“爱香味，恨瓶子”¹⁴的消费者有一个“美学安全”的购买选项。这承认了冲突，并提供了解决方案，从而留住了客户。
- 强调“收藏家”属性(Lean into Collectibility)：
 - 数据点：消费者会因为瓶子太美而“盲买”(blind buy)²⁶，或者在香味不佳时仍“保留瓶子”(holding on to it)²⁶。
 - 策略：品牌应将瓶身营销为“可收藏的艺术品”(collectible art objects)，而不仅仅是

香水。这对于复古²⁸ 或装饰艺术⁹⁴ 风格的设计尤其有效。

引用的著作

1. Discussion: Ugliest perfume bottles? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/kbpqgm/discussion_ugliest_perfume_bottles/
2. Which perfume bottles are just plain ugly? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/18260ll/which_perfume_bottles_are_just_plain_ugly/
3. Your prettiest fragrance bottle? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1i1jvsn/your_prettiest_fragrance_bottle/
4. What is the most beautiful bottle you've seen? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/17yfqvs/what_is_the_most_beautiful_bottle_youve_seen/
5. I opened my erba pura package for the first time and it skin was falling off - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/185dznx/i_opened_my_erba_pura_package_for_the_first_time/
6. What perfume bottles do you find ugly? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/16cqj5q/what_perfume_bottles_do_you_find_ugly/
7. Fragrance that smells like books, pencil shavings, paper, wood, like a library or print museum? : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1keyyxq/fragrance_that_smells_like_books_pencil_shavings/
8. Best library scented fragrance? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/14g9shn/best_library_scented_fragrance/

9. Perfumes that smell like a witch in a magical forest near the sea ♀ -
Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/perfumesthatfeellike/comments/1lc724l/perfumes_that_smell_like_a_witch_in_a_magical/
10. Perfumes that smells like forest? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/e52lnm/perfumes_that_smells_like_forest/
11. Does anyone know of a fragrance that smells like the air after rain has fallen?
- Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/bgy7l7/does_anyone_know_of_a_fragrance_that_smells_like/
12. Is there a scent that smells like petrichor : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/146xf8n/is_there_a_scent_that_smells_like_petrichor/
13. Bottle Aesthetics are Make it or Break it for me. : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1nztqu1/bottle_aesthetics_are_make_it_or_break_it_for_me/
14. Love the fragrance but hate the bottle? - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/ow5gtc/love_the_fragrance_but_hate_the_bottle/
15. Good perfume, ugly bottle? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/192crd6/good_perfume_ugly_bottle/
16. Worst/Ugly Perfume Bottle Design : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1f4fxlx/worstugly_perfume_bottle_design/

17. Scents you won't buy because you don't like the bottle? : r/fragrance -
Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/17j5qdi/scents_you_wont_buy_because_you_dont_like_the/
18. What fragrance do you dislike based solely on bottle design? - Reddit, 访问
时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ibr5yl/what_fragrance_do_you_dislike_based_solely_on/
19. How do we feel about the Lattafa Packaging? : r/FemFragLab - Reddit, 访问
时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1n7secg/how_do_we_feel_about_the_lattafa_packaging/
20. What perfume do you love but won't buy because of ugly bottle design? :
r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1bk5wyf/what_perfume_do_you_love_but_wont_buy_because_of/
21. What fragrance has the ugliest bottle but the most beautiful scent, and vice
versa? - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/ScentHeads/comments/1mz3nun/what_fragrance_has_the_ugliest_bottle_but_the/
22. Are ugly fragrance bottle designs a dealbreaker for you? - Reddit, 访问时间
为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/14l6tck/are_ugly_fragrance_bottle_designs_a_dealbreaker/
23. what brand has the ugliest bottles/packaging in your opinion? :
r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1li3mek/what_brand_has_the_ugliest_bottlespackaging_in/
24. What in your opinion is the best looking and the ugliest perfume bottle? :

r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/tgfj2n/what_in_your_opinion_is_the_best_looking_and_the/

25. Best Bottle Design by Brand : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1imqit1/best_bottle_design_by_brand/

26. What is the best looking bottle design? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1j3nz6e/what_is_the_best_looking_bottle_design/

27. Which perfume bottles has superb design? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/182es1m/which_perfume_bottles_has_superb_design/

28. What makes a beautiful bottle design? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/16zxmls/what_makes_a_beautiful_bottle_design/

29. [discussion] Best bottle designs? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/po8ba8/discussion_best_bottle_designs/

30. What's your FAVOURITE fragrance bottle design ever? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/xkgyo7/whats_your_favourite_fragrance_bottle_design_ever/

31. What are some aesthetic looking bottles do you love? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1hjwo1w/what_are_some_aesthetic_looking_bottles_do_you/

32. Shower thought: neutralism VS perfume bottles : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/17981ly/shower_thought_neutralism_vs_perfume_bottles/
33. is anyone else irritated by modern perfume bottle designs? : r ..., 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1ho6qzx/is_anyone_else_irritated_by_modern_perfume_bottle/
34. Nice Sleek Modern Bottles? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1av0esk/nice_sleek_modern_bottles/
35. What do you think about the 'Maison Margiela: Replica' line? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/hx5wmq/what_do_you_think_about_the_maison_margiela/
36. Identity material for label : r/DIYfragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/DIYfragrance/comments/1i8ev4e/identity_material_for_label/
37. Avoiding certain houses b/c u dislike the bottles—ie why I slept on Byredo : r/fragrance, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ep0rz6/avoiding_certain_houses_bc_u_dislike_the/
38. Important info about the Xerjoff Velvet line. : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/whl5qu/important_info_about_the_xerjoff_velvet_line/
39. Expensive brands with terrible quality control: name and shame! : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/15d04wp/expensive_brands/

[with terrible quality control/](#)

40. The state of atomizers in 2025 is confounding. : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1k4ir7z/the_state_of_atomizers_in_2025_is_conounding/
41. Love the Scent Hates the Bottle : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/scachl/love_the_scent_hates_the_bottle/
42. What's your packaging pet peeve? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1m7mrhc/whats_your_packaging_pet_peeve/
43. Is it true that the Lattafa Yara bottles have a cover on and it's glass underneath? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1dicsnl/is_it_true_that_there_lattafa_yara_bottles_have_a/
44. Do you keep your perfume boxes? If so, why do you keep them? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1f3ws4e/do_you_keep_your_perfume_boxes_if_so_why_do_you/
45. Does keeping perfume in their box preserve the scent? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/qyeg5u/does_keeping_perfume_in_their_box_preserve_the/
46. Most gorgeous fragrance bottles? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1lmko8o/most_gorgeous_fragrance_bottles/
47. What perfume do goth people wear in the summer?? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ca52ty/what_perfume_do/

goth people wear in the summer/

48. What perfume in your collection had the most beautiful bottle? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1d13kgj/what_perfume_in_your_collection_had_the_most/
49. Best looking bottles? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ghmfja/best_looking_bottles/
50. Does the Replica line use different materials for labels based on size? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ik22vw/does_the_replica_line_use_different_materials_for/
51. What's the tackiest bottle you've ever seen? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/10v6sm0/whats_the_tackiest_bottle_youve_ever_seen/
52. Lattafa is GOATED : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/18tnvh3/lattafa_is_goated/
53. Middle eastern packaging/presentation vs designers : r/fragrance - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/14a51ot/middle_eastern_packagingpresentation_vs_designers/
54. What fragrances do you love, but think the bottle looks super tacky? : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1mu1634/what_fragrances_do_you_love_but_think_the_bottle/
55. Got all the Lattafa Yara line, here's my thoughts : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为 十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/199wveo/got_all_the_lattafa_yara_line_heres_my_thoughts/
56. Lattafa Give me Gourmand? Yes, please! : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为

十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1n3wkjn/lattafa_give_me_gourmand_yes_please/

57. Fragrance brands / lines with a cool story/theme? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/16irbw7/fragrance_brands_lines_with_a_cool_storytheme/

58. What are some of the best looking bottles in your opinion? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1478kur/what_are_some_of_the_best_looking_bottles_in_your/

59. Black Powder by Jusbox - A Tribute to Kurt Cobain : r/desifemfrag - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/desifemfrag/comments/1m75a03/black_powder_by_jusbox_a_tribute_to_kurt_cobain/

60. Music inspired fragrances? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/wyh0oi/music_inspired_fragrances/

61. Let's talk about Jusbox fragrances - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/k587bq/lets_talk_about_jusbox_fragrances/

62. Fragrance houses that tell a story/paint a picture of the smell? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/14kqnbc/fragrance_houses_that_tell_a_storypaint_a_picture/

63. A not so brief review of the Masque Milano discovery set : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1h75cpz/a_not_so_brief_review_of_the_masque_milano/

64. Is Imaginary Authors worth trying? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ecub8x/is_imaginary_authors_worth_trying/

65. Vibe recs please? : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/10xymjw/vibe_recs_please/

66. Indie Perfume that is a Total Sexy Vibe? : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/okiarr/indie_perfume_that_is_a_total_sexy_vibe/

67. Penhaligon's - Portraits Scent Library Review : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/p8dhq7/penhaligons_portraits_scent_library_review/

68. Forest Witch Perfume : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/17q03fu/forest_witch_perfume/

69. i want to smell like a library in an old mansion. what are my options. :

r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ey7mg6/i_want_to_smell_like_a_library_in_an_old_mansion/

70. Old books? Is there a perfume that smells like old books.is that even possible. : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/9lyoks/old_books_is_there_a_perfume_that_smells_like_old/

71. Book of shadows Alkemia : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/x6q1n9/book_of_shadows_alkemia/

72. Alkemia Book Scent Reviews : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/m18c3v/alkema_book_scent_reviews/

73. Help me remember a perfume that smells like books/libraries : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1oj6u29/help_me_remember_a_perfume_that_smells_like/

74. Best Book-Smelling Frag? : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/1d7dxbz/best_books_smelling_frag/

75. Book Lovers: Nui Cobalt Bibliophilia vs. Bibliomancy :

r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/1izxv77/book_lovers_nui_cobalt_bibliophilia_vs_bibliomancy/

76. 3 book themed/scented perfumes: AM, Nui Cobalt, Death&Floral - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/i54yu1/3_book_themed_scented_perfumes_am_nui_cobalt/

77. Perfumes that smell like... An ancient being dwelling in the deep ..., 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/perfumesthatfeellike/comments/1mndmer/perfumes_that_smell_like_an_ancient_being/

78. What are some Gothic smelling fragrances? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/14cpljb/what_are_some_gothic_smelling_fragrances/

79. Dark, Gothic and Otherworldly Fragrances - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/qgbj2k/dark_gothic_and_otherworldly_fragrances/

80. A scent that captures the smell of petrichor? : r/fragrance - Reddit, 访问时间

为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/q8kw6y/a_scent_that_captures_the_smell_of_petrichor/

81. Please, where can I find Petrichor??!! The real scent! The smell and feeling of being in the rain or storms. I can't stand most artificial seeming aquatics. Can be Essential oil mixes, Fragrance Oils, perfumes, room spray, attars, magic, anything at this point! : r/ - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/14jxl37/please_where_can_i_find_petrichor_the_real_scent/
82. LF a perfume with a decent enough rainy/petrichor smell : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/1hjrem5/if_a_perfume_with_a_decent_enough_rainypetrichor/
83. LOVE the bottle, dislike the scent? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1o9zcj7/love_the_bottle_dislike_the_scent/
84. What fragrance do you love but hate the bottle? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1koz66h/what_fragrance_do_you_love_but_hate_the_bottle/
85. Perfume that smells gorgeous but the bottle is kind of hideous? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1ii77r5/perfume_that_smells_gorgeous_but_the_bottle_is/
86. Do you look at bottle aesthetic when deciding on a perfume? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/18zu0r4/do_you_look_at_bottle_aesthetic_when_deciding_on/
87. I Can't STAND Ugly Perfume Bottles : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,

https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/1c5uviy/i_cant_stand_ugly_perfume_bottles/

88. On a scale of 1-10, how important is perfume packaging for you? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/mii60x/on_a_scale_of_110_how_important_is_perfume/
89. Travel perfume bottle that doesn't leak and is refillable? : r/TravelHacks - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/TravelHacks/comments/1li32bl/travel_perfume_bottle_that_doesnt_leak_and_is/
90. have you ever decanted into a vintage bottle? : r/FemFragLab - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/FemFragLab/comments/1gbgqwo/have_you_ever_decanted_into_a_vintage_bottle/
91. Vintage Bottle Enthusiasts, do you actually use the fragrance? - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/q3dx44/vintage_bottle_enthusiasts_do_you_actually_use/
92. ArtDeco Uranium Glass Perfume Bottle - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/ArtDeco/comments/17mylbo/artdeco_uranium_glass_perfume_bottle/
93. How important is the look of the bottle to you? : r/fragrance - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/fragrance/comments/191cgkw/how_important_is_the_look_of_the_bottle_to_you/
94. practical magic vibes : r/Indiemakeupandmore - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/comments/1ofxo5j/practical_magic_vibes/
95. Indie, All The Time. - Reddit, 访问时间为十一月 3, 2025,
<https://www.reddit.com/r/Indiemakeupandmore/>