

Чем различаются парфюмерные продукты?

На упаковке парфюмерного продукта всегда есть надпись маленькими буквами: parfum (perfume, extrait), eau de parfum, eau de toilette, eau de Cologne, esprit. Эти слова несут информацию о виде парфюма, его стойкости, а также о цене.

Самый дорогой вид аромата – parfum или extrait, то есть духи. Концентрация душистых веществ достигает здесь 30 процентов! Как правило, в состав духов входят натуральные ингредиенты. Духи обладают интенсивным стойким ароматом, поэтому очень экономичны. Нанесите две-три капли «туда, куда вы хотите получить поцелуй»...

Eau de parfum (парфюмерная вода) содержит уже от 15 до 25 процентов душистых веществ, но эффект от применения все равно достаточно стойкий.

Eau de toilette (туалетная вода) содержит парфюмерную композицию в гораздо меньшей концентрации – от 10 до 20 процентов, следовательно, и стойкость туалетной воды не такая, как у духов, и цена поменьше.

Eau de Cologne (одеколон) – традиционно «мужская» продукция, но бывают и одеколоны для женщин. Аромат одеколona нестойкий, легкий, еле уловимый, ведь продукт выполняет не столько ароматизирующую, сколько гигиеническую функцию.

В мире ароматов есть разные классы «общества». Высшая категория – это элитная парфюмерия, или, как ее еще называют, de luxe. Принято считать, что если цена парфюма составляет от доллара за миллилитр, то этот аромат относится к элитной категории. Элитные ароматы, как правило, выпускаются в сопровождении линии по уходу за телом или так называемой банной линии, которая включает ароматизированный гель для душа, крем для тела, мыло, дезодорант, встречаются даже гели и спреи для волос и гранулы или масло для ванны. Стоимость каждого из этих средств равна примерно половине стоимости духов, то есть полная линия обойдется тебе в маленькое состояние.

Следующая категория – middle-up, то есть «выше среднего». Стоимость продукции класса middle-up ниже, чем элитной парфюмерии, но дешевыми эти ароматы никак не

Чем различаются парфюмерные продукты

Автор: admin

12.08.2014 20:21 -

назовешь. Цена аромата класса middle уже значительно меньше, чем элитного, и обычно в этой категории нет продукции под названием «духи» – диапазон начинается с туалетной воды. В middle и middle-up банная линия, сопровождающая аромат, необязательна, но вполне возможна.

Категория massmarket – «парфюмерия для всех», – наверное, самая обширная. Ароматы этого класса могут стоить от 2-3 долларов за флакон объемом 100 мл. В парфюмерии massmarket практически не бывает линий по уходу за телом, продолжающих аромат, но зато имеется великое множество дезодорантов. Здесь могут встречаться как оригинальные композиции, так и «аналоги» популярных элитных брендов, которые (на первый взгляд) похожи на «старших братьев» как запахом, так и упаковкой.

Приобретая духи, учтите сразу: открытый флакон долго не «проживет». Максимальный срок хранения духов в открытом флаконе – год, а в закрытом – года два. Срок «жизни» туалетной воды в спрей-флаконе теоретически неограничен, а практически – никто не проверял, сколько она продержится – и вам не советую! Ароматы созданы для того, чтобы ими пользовались, а не для того, чтобы их хранили.

Автор - **Анна Краснорусская**

[Источник](#)