

✦ 天气炎热，汗如雨下，“捂”得时间久了，难免身上会散发一些令人不愉快的气味。用香水“覆盖”恐怕并不能真正解决问题，每天洗澡时不管洗头发，还是沐浴，“洗干净”是个非常重要的标准。还有，通过洗护产品与身体乳香调结合打造体香的方法可以了解一下哦！



路客 Luke
生活美学观察员



玛露妮花蜜滋润洗发露 (滋养丝滑)
RMB88/450ml

POLA盈虹美肤滋润乳
RMB320/200g

威娜德研丝晒后修护护发乳
RMB398/200ml

康如护色炫彩洗发露
RMB168/400ml

TSUBAKI丝蓓绮缇艳焕活洗发露
RMB108/500ml

Q: 身上涂的防晒霜该怎么洗?

A: 如果你不觉得浪费的话,用卸妆油来洗厚厚的防水防晒的确是最省力的。但一般沐浴乳也完全能把防晒霜清洗干净,用手效率比较低的话,建议配合能令沐浴乳起泡更丰富、绵密的沐浴球,并不需要很大力就能洗干净了。

Q: “汗味”重,再洗也没有用怎么办?

A: 如果你已经勤洗澡、勤洗发,但一旦出汗后身上仍然容易有“怪味”,那不妨自检一下饮食清淡。是否蔬菜水果摄入较少、荤菜油炸食物摄入较多。汗液也是新陈代谢“排泄物”的一种,与饮食、生活习惯息息相关。如果异味严重,可能需要进一步做身体检查。

Q: 含皂基的沐浴乳会越洗越干吗?

A: 皂基有很厉害的洁净力。以前的人生活条件艰苦,一周洗一次澡,身上“角质”厚厚一层,用肥皂洗感觉特别舒服,好像洗完后人轻了一斤。但现在几乎家家户户都有条件每天洗澡,甚至夏天要一天洗两三次,用清洁力很强的肥皂就有点“过”了。但含皂基的沐浴乳与肥皂还是有差别的,除了皂基以外,还有其他滋养、滋润成分,来“中和”皂基可能引起的干燥。所以,并不存在含皂基的沐浴乳就会越洗越干一说,就看个人喜好了。

资讯 · 广告

英氏全新2018秋冬系列发布

中国高端婴童品牌YeeHoO英氏日前携全新2018秋冬系列亮相上海恒隆广场,英氏本季以“守望星空”为主题灵感。现场,英氏联合高端家电品牌卡萨帝,呈现从婴儿衣面料到成衣空气洗高端护理360度全方位的新品体验。英氏首席执行官兼总裁栾熙忠、艺术总监张恩瑜亲临现场,畅谈品牌匠心与未来发展。接下来,本次体验展也将陆续登陆全国英氏精品店,届时将邀请更多消费者进行深入互动。9月英氏还将再赴敦煌天然有机棉种植基地。



的变化,多处小景,象征四季流转的观照,古董艺术品和精致美食一起,令观者感受丝丝清凉,而展出的古瓷珍品争奇斗艳。



多家机构携手改善儿童阅读习惯

华东师范大学出版社及钟书阁主办,明基WIT及大白安心医疗协办的,旨在推动亲子共读的公益讲座于7月20日在上海举行。主讲人陈德怀教授以“明日阅读”为主题,分享了帮助孩子养成兴趣阅读习惯的方法与心得。



2018上海漫控潮流博览会10月启动

2018上海漫控潮流博览会日前举办新闻发

布会,宣布将于10月26日至28日在上海跨国采购会展中心启动2018上海漫控潮流博览会。今年的SHCC以“美漫潮流文化盛会——全新起点,多元布局”为主题,为漫迷们呈现全角度体验的超大派对。



上海家纺展强势回归

中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会由法兰克福展览(香港)有限公司、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会及中国家用纺织品协会联合举办,于8月27日至30日在上海国家会展中心举行。今年展商数量逾1,000家,将揭晓2019国际时尚家居流行趋势等。



Dirty Pineapple新品派对

新晋高街潮流品牌Dirty Pineapple玩起跨界,现场被布置成“暗房”的风格,50余件单品像刚洗好的照片一样被晾晒。品牌旨在通过高质量的基本款和有个性化的时尚单品的多层次搭配,来适应不断变换的生活场景和身份转换。



和和影业2018片单多元崛起

7月26日,和和影业举行“HYPER ONE”发布会,公布缤纷耀眼的2018和动力年度片单,片单兼具商业艺术气质,多元风格引人注目。同时宣布与阿里影业将联手推进青年导演事业。现场亦公布“白马发行”的成立,汇聚电影行业投资、制作、营销、发行等知名成员加盟:联瑞影业、麦特文化、黑蚂蚁影业,强劲生态矩阵稳健升级,开启先锋自由的新篇章。

轩逸携手凯叔讲故事,以故事大赛传达共同品牌理念——“为家而生,为家而爱”

伴着夏日的热辣,席卷全国40城的“轩逸智趣家庭故事总动员暨第四届凯叔全国故事大赛”海选已经落下帷幕,上海、杭州、温州、西安、天津、合肥等赛区均收获喜人成果。



这批赛区决出的优秀小选手,将于8月22日参加在北京举行的总决赛,角逐2018年度最佳故事小能手。届时,总决赛现场,将会在全国的卫视上播送,让未能到场的大小朋友,可以一同领略小小故事家们的风采。

作为国内家庭用车领先品牌,2018年全国故事大赛的全程冠名赞助商——东风日产轩逸,已是二度携手凯叔讲故事。

两大优质品牌的再次合作,不仅是宣传“为

家而生,为家而爱”的共同产品理念,给更多的小朋友创造表达与沟通的锻炼机会;也是号召父母深度陪伴孩子,构筑高质量亲子关系。

凯叔讲故事的创始人王凯就表示,在历届筹备故事大赛过程中,最大的喜悦,来自于亲自见证许多家庭的成长 and 变化。

在本年度大赛同时发出的“12分钟家庭微故事”行动中,许多父母逐步意识到,用故事陪伴孩子成长的重要性;随着赛程的推进,家长与小朋友们之间亲子互动、协作和沟通等也日益增多。

预祝8月的总决赛,这场为年轻智趣家庭打造的夏日童真故事盛会完美收官。

刘宪华正式代言好丽友浪里个浪

8月2日,好丽友联合刘宪华及其工作室共同宣布,刘宪华(Henry Lau)正式代言好丽友旗下年度超级新品浪里个浪,并拍摄浪里个浪首支创意广告片。

2016年开始,刘宪华(Henry)在华语娱乐圈活跃起来,成为一颗冉冉升起的新星。参与《向往的生活》《梦想的声音》等热门综艺,让众多年轻人认识并喜欢上这个活泼、开朗、充满音乐才华的大男孩。

此次好丽友与刘宪华合作,正是看重他积极向上的形象,以及深得年轻人心的音乐才华。据悉,好丽友与刘宪华合作推出的首支广告片更是将他的音乐才能发挥得淋漓尽致——他穿梭



于不同乐器之间,伴随着浪里个浪四层结构带来的酥脆声响,奏出极富节奏感的律动。

不论是从代言人的选择还是拍摄创意,都透露着好丽友对新一代青年消费者的精准洞察。刘宪华在广告片中对“四层欢脆”的演绎,无疑会引起不少选择零食着重口感、敢于尝新的年轻消费者的情感共鸣,好丽友正以年轻人最喜爱的方式与他们建立情感联系。

据悉,浪里个浪为今年好丽友推出的最重要的年度单品,卓越的产品设计、新颖的市场推广使其从众多新品中脱颖而出,成为这个夏季最著名的网红零食之一。相信此次与刘宪华合作,必将会助力浪里个浪成为好丽友旗下又一款年度爆款超级新品。