



选唇膏先做“心理测试”

日本有化妆品品牌与千叶大学研究院工学研究室的合作企业“BBSTONE”一同开发的一套“皮肤测试×心理测试”科技,通过主观与客观的结合来给消费者不同场景下唇色选择的推荐。这套科技叫作——“TEN PICTURES”分析法,在肤色×血色感的基础上,将人的潜在喜好进行数值化测量的IAT分析法融入进去,让测试者在10张图片中快速作出选择,最终得出你的心理状态和性格特征。可能是象征酷感十足的猫头鹰、代表优雅端庄的孔雀,指代健康自然的海鸥,又或者是甜美可人的金丝雀。根据测试者卡片所显示的信息,最终会匹配到4种命名唇膏色号,对应受测试者在工作、约会、户外、Party的不同需求,在生活里的每一环节,都能展现自己的独特魅力。

QA 生活周刊×李连幸



Q: 哑光和光感唇, 应该怎么选?

A: 在唇膏中,有哑光和光泽度很高的不同质地可以选择,这只是两种不同的流行趋势,并不“挑皮肤”。比如欧美明星,乃至欧美品牌都更青睐哑光唇,追求饱和度高的唇色;而在日本,美妆意识中更重视妆容整体的协调性,认为一个妆容不应该被某一个局部强占重头。所以,她们会选择光泽感、透明感相对更高的唇膏,给人的印象也更具朝气、活力。

Q: 唇膏会让唇膏着色度更持久?

A: 唇膏着色持久大多只能靠唇膏本身的配方,或者涂抹后尽量少吃东西和少触碰嘴唇来做到。一些比较好的定妆喷雾也有“锁色”的功效,能大幅度降低因为触碰和摩擦引起的掉色。比如换衣服时,唇膏颜色会粘在衣服的领口。不必为了唇膏颜色持久,而去选择涂抹效果很“厚”或者反复涂抹,这是没有必要的。唇膏再好看,也是整体妆容的一部分,要有协调感。除非在一些非常正式的红毯、大型活动现场,本身底妆就非常重,那么唇膏也会相应地看上去更重一些。其他场合,都以“轻”为主就好。即使掉色,适当地补一下,甚至可以在唇膏之后补一些光泽感较强的唇釉也很好。



CPB肌肤之钥瑰丽唇膏
660元/4g



三燕玉丝芙兰限定版经典口红
155元/3.5g



Urban Decay Born To Run Vice限定唇膏
150元/3.4g



SKINFOOD绝美玩色果凝双色唇膏
135元/8g



资讯 · 广告

欧洲沙发销冠品牌CALIA登陆中国

9月11日,全球软体家居市场趋势论坛在上海召开。世界沙发巨头CALIA宣布与慕思集团建立战略合作关系。未来,CALIA将顺应全球软体家居发展趋势,以兼具沙发功能和生活美学思考的产品来满足人们的个性化需求,满足人们对美好家居生活的向往。此次论坛著名财经作家吴晓波、CALIA设计师兼市场营销总经理Saverio Calia、慕思集团总裁姚吉庆等众多家居行业精英出席,共同探讨新时代全球软体家居行业发展趋势及未来消费市场的变革与升级,开启软体家居新未来。



上海2018全球创投大会举行

近日Slush上海2018全球创投大会在上海举行,大会聚焦“智慧城市、未来出行、区块链、物联网、医疗科技”五大前沿高科技行业,场内搭建了主舞台、分舞台、初创企业路演大赛舞台、Slush



Café以及引擎站。创投圈万众瞩目的Slush初创企业路演大赛也将举行,本次大赛旨在医疗科技、区块链和物联网(含车联网)三个行业内选拔具有高成长性的科技创新企业。

连卡佛携手ELLECHINA三十周年风尚展开幕

上海淮海天地时尚月悄然而至,于连卡佛大上海时代广场店开启,携手ELLECHINA三十周年风尚展,诠释当代新风尚。演员薇薇、王丽坤、聂远与新晋演员梁靖康作为当晚特邀嘉宾莅临现场,更有多位时尚大咖与城中名流一同见证风尚再起。



2018上虞休闲旅游推介会举行

日前,由绍兴市上虞区休闲旅游工作领导小组主办,上虞区风景旅游管理局、同程旅游集团承办的上虞休闲旅游(上海)推介会暨上海“千人



游”启动仪式召开。推介会以“休闲上虞、品质之旅”为主题,进一步提升上虞休闲旅游品牌形象。

厦门国际银行上海两家新支行开业

9月10日,厦门国际银行股份有限公司上海虹口支行、上海市西支行正式开业,这是该行在沪开设的第十六、十七家支行,标志着该行在沪影响力进一步扩大,客户业务往来和银行业务拓展稳步提升。上海虹口支行、市西支行分别位于虹口区四川北路、普陀区长寿路,延续了厦门国际银行在成熟商业中心选址的一贯原则。

愿望成真这一年

时光匆匆,每一个曾经普通平凡的日子,被上海愿望成真慈善基金会(以下简称:基金会)的每一颗愿望星星点亮,一年的时间,基金会为近30位许愿的患病儿童实现了愿望。未来,基金会将为更多罹患重症的少年儿童们实现愿望。



植物魅力引热议 人气商品BIOLISS中日同步上新

9月7日,日本知名美妆品牌KOSE COSMEPORT携旗下全新植物洗发系列BIOLISS来到上海,开展线下体验活动。这款由新垣结衣代言的洗发水,在日本一经上市便迅速售罄,国内网友闻讯后更是纷纷“求上新”。



活动当天,KOSE COSMEPORT的战略事业部课长田边飞赴上海,为体验者详细介绍了新品BIOLISS洗发系列的特点。据悉,BIOLISS洗发系列主打天然植物成分,集中修护受损发质。由于采用的是温和的植物洗净成分,所以对头发和头皮的负担较小。此外,该系列还运

用低温压榨技术,逐渐萃取有机荷荷巴油和摩洛哥坚果油,在新鲜的状态下提取精油,增强了产品的保湿力度。BIOLISS洗发系列不仅拥有高颜值的包装,浓密细腻的泡沫也在瞬间就俘获了活动参与者的心。从洗发到护发,很快,清新怡人的花果芳香便在美发沙龙内蔓延开来。随着KOSE COSMEPORT携旗下人气商品登入中国市场,消费者们可以通过天猫国际、京东、屈臣氏、万宁、永旺百货、唯品会、小红书等多个线上线下平台轻松进行购物。如果你也想体验植物洗护成分的魅力,不妨行动起来吧!

拼假不拼车 新一代智跑发布中秋国庆出行攻略

前段时间的网剧《延禧攻略》已经完结,但更令人兴奋的“假期攻略”就要上演。据说,只要胆子大,拼成16天“史上最长中秋国庆假期”不是梦。怎么玩转超长假期?新一代智跑倾情发布出行攻略,走亲访友、自驾出游帮你全搞定。



新一代智跑配备的Nu 2.0L自然吸气发动机,最大马力可达161Ps/6500rpm,最大扭矩可达193N·M。在先进的技术支撑和精心的动力调校下,动力输出强劲又环保高效。

在肆意欢脱,疯狂开“燥”的旅途中,新一代智跑以领先安全配置给予驾乘人员全方位守

护。其搭载的起亚全球领先的安全技术品牌DRIVE WiSE(智享未来),涵盖FCA前方防撞辅助、LKA车道保持辅助等功能,不仅可实现对驾驶者的守护,更可为乘客、行人及周边车辆提供更好的安全保护。

每到假日,交通拥堵在所难免。怎样才能堵车不堵心呢?新一代智跑搭载丰富多样的科技配置,精心为驾乘人员打造舒适的驾驭体验。车身顶部配备通览式全景天窗,将沿途美景尽收眼底。

一起拼假一起浪,中秋国庆尽情嗨。现在就制定出行计划吧,让新一代智跑陪你共度闪闪发亮的假日时光。