

## 中式新美学，探索彩妆背后的艺术

出色的化妆师，大都有画画的功底，他们的审美和发现美的角度超越了普通人。在看似表象化的美妆品中，常常隐藏了许多美学探索的东西。曾经学习中国工笔画长达15年，在美妆行业工作超过10年的彩妆大师周毅觉得如今接近饱和的化妆品市场上，“中式新美学”仍然十分具有潜力。就拿他与美国Beautylish电商网共同打造的LINA CHOO品牌为例，中国制造、美国销售。他说：“我认为这个品牌应该要有中国传统元素，但同时它又代表了新美学的概念。比如在唇膏壳上压刻了像中国传统窗花样式的图案，它就是一扇连接世界的窗户，为全世界打开东方美学之窗。”实际上，在这支唇膏上有非常多的细节体现了这样的“小心思”，比如在唇膏管内上印刻了两个小狮子的图案，将唇膏转动时，两个小狮子也继承了中国的一句成语，时（狮）来运转。

常常有人质疑彩妆产品成本低、售价高，但正如同艺术品一样，上升到美学之后，就不应该只从看得见的价格去衡量它。售价26美元的唇膏，一共有6个色号，其中有一支9号色叫“Shakespeare”，又名“莎翁红”，灵感源自莎士比亚与英国女王伊丽莎白一世的一段情史。传说莎士比亚是伊丽莎白一世最为宠爱的皇家编剧，两人感情深厚，英国素有先有莎士比亚，再有大英帝国的说法。浓烈的红色，也赞颂莎翁名著《罗密欧与茱丽叶》中那忠贞与热烈的爱情火焰。而36号色Van Gogh梵高，则是从梵高举世闻名的向日葵中获得灵感，象征着生命的力量与对美好生活的向往，女性都应如向日葵般——向阳而生，充满光明。



羽德诗多用美妆光彩棒

LINA CHOO  
大艺术家丝绒哑光唇膏

贝洛之舞帷幕升起梦舞气垫调色霜



## 资讯 广告

## 闵行区发布营商环境评估报告

近日，闵行区在首届中国国际进口博览会联合国工业发展组织展台举办“贸易带动投资发展暨《对标国际 创造一流——上海市闵行区营商环境评估报告》发布会”。《评估报告》认为，闵行区包容可持续发展表现突出，投资开放成熟度稳步提高，创新和创业环境优势明显，政府服务效率获得高度评价。本次活动旨在向各国参展商和采购商展示闵行区优质的营商环境，抓住进博会带来的历史机遇和溢出效应，做好区内企业与各国企业的贸易洽谈、投资交流等，促进和提升闵行区的贸易发展。联合国工业发展组织总部代表贸易投资与创新司产业发展官Stefan Kratzsch，上海投资促进中心主任赵晓蕾，闵行区委副书记、区长倪耀明，副区长吴斌，以及经济学专家、参展商代表等出席发布会。



## 曹保平“催醒”众星演技

由曹保平导演，焦华静编剧，张雪迎、果靖霖、智一桐、周珍、代旭、黄诗佳、曹馨月等人主演的电影《狗十三》，曝光《从“灰色世界”到“她”青春》导演特辑。特辑回顾了曹保平导演刻画在极致状态下挣扎的小人物的功力。



## 三只松鼠2018新品发布

2018年11月7日，“三只松鼠”在南京举行了造零食发布会。松鼠老爹章燎原讲道：“很多人认识三只松鼠是从2012年的双11开始的，那天，上线三个月的三只松鼠卖出了



766万元，成为网上坚果第一品牌。去年双11，我们整个渠道的销售成绩是5.22亿，往前看每年的双11都是翻番，高速增长。今年是三只松鼠的第七个双11，举行造零食的发布会，是想告诉大家，三只松鼠已切换到一个新的时代，我们把2018年定位为松鼠新时代的创始元年。”

## 古往今来——李真个展举行

震旦博物馆携手艺术家李真，与亚洲艺术中心合作举办“古往今来——李真个展”。李真的创作生涯始于传统佛像，在研究儒、道、佛等经典的基础上，创造出兼融东方气韵与西方雕塑语汇的风格。这是李真在上海举办的首次个展。



## JETRO主办进博会配套现场活动

近日，日本贸易振兴机构（JETRO）主办，日本经济产业省、日本驻上海总领事馆、中国商务部等支持，首届进博会配套现场活动，日中“匠心×创新”合作论坛成功举办。论坛旨在介绍日本的匠心、创新之道，加深对日本企业的理解。



## 湾仔码头举办水陆狂欢摩登派对

近日，湾仔码头在上海打造了一场名为“饺情深 码头见”的主题派对活动，邀请多年一直支持品牌的消费者参与其中。让消费者与品牌一起，在码头见证彼此的交情，用美味的饺子作为桥梁，共诉深情。



## 防脱生发品牌Zaol滋尔沃登陆中国市场

德国研究开发的防脱生发品牌Zaol滋尔沃风靡韩国，其倍效固发生发剂单品自2016年12月发售至2018年5月，销量高达16万瓶。近日，Zaol滋尔沃召开了中国市场首发仪式，宣布登陆天猫国际，为消费者提供脱发、头发稀疏的解决方案。



## 《狗十三》定档12.14发口碑预告

11月5日，由曹保平导演，焦华静编剧，张雪迎、果靖霖、智一桐、周珍、代旭、黄诗佳、曹馨月等人主演的电影《狗十三》，曝光了《真相警告》版口碑预告。预告片中，充分展现青春特立独行的调性以及密封五年“神作”的底气。



## 以声传情，以爱传意

近日，《阿彦和他的朋友们》爱心团队携手本地福利机构历时一年精心打造的第八张爱心唱片《七彩阳光之传情篇》唱片首发会在万代南梦宫上海文化中心拉开了帷幕。来自福利机构的孩子为大家呈上了《草原的月亮》《好听》《时间都去哪儿了》等歌舞表演以及陶笛演奏，获得来宾热烈的掌声。长期支持爱心唱片活动的嘉超、又又和分别来自弹指之间、M-Box、iGroove爱律动音乐工作室的音乐人带来了专业的精彩节目，么么茶、图图和Koma以及董晓禾老师与她的学生的出色合作，也把整场活动推至高潮。会上，福利院的领导们和全国优秀志愿者、《阿彦和他的朋友们》爱心团队发起人之一的阿彦老师，向给予团队大力支持和热情帮助的合作伙伴及爱心人士表示了衷心的感谢。



## 传统与潮流的碰撞，“七福神”携G-SHOCK降临街头

如今，G-SHOCK不仅仅代表腕表的坚韧，Absolute Toughness作为G-SHOCK的精神标语，已经与多种文化尤其是街头潮流文化相融合。如今，G-SHOCK推出的“七福神”系列限量表款，从表盘、表带到产品包装的设计，细节之处都表现了对于日本传统与潮流文化碰撞的理解与诠释。

将G-SHOCK街头元素与日本古老的七福神主题相融合来表达日本古文化精神。

七福神是日本传统文化和佛教相融合后产生的日本神话传说。

惠比寿是七福神中唯一的日本神，是带来渔业丰收和商业繁荣的神祇。作为“七福神”系列的第一只表款，“惠比寿”款以

能在严苛环境下使用的高性能表款G-7900为基础，采用热情的红色为配色基调，在游环上呈现了象征着渔业丰收的金色鲷鱼。当表盘背灯亮起时，会显现出首字母“G”，集齐7只表款，便可展现完整的英文logo。

弁财天是七福神中唯一的女性神灵，是由印度的“圣河”而来的水神，也是音乐、智慧之神。

弁财天款以BABY-G人气表款BGD-560为原型，表带呈现象征音乐天赋的琵琶，以及象征财富的宝珠和象征水神的珊瑚手绘，使用元气满满的粉红色为基调。戴上它，让青春的荷尔蒙一触即发。

布袋尊是七福神中唯一在现实中存在的人物，他的原型为

中国唐朝的僧侣契此。因为一直携带着装满食物等物品的布袋而被称为布袋尊，时常面带笑容，在布袋尊身边，孩子们承欢膝下，欢乐声此起彼伏，在中国人们称之为“弥勒佛”。

布袋尊款以DW-5600为基础，使用灰色作为基色，游环上绘制扇子图案，表带和表框上则布满了布袋尊带在身上的木杖、布袋、松木等元素，以寓吉祥。

每一款都承载着一份独立的时尚宣言，是标榜自我个性的icon，传递着忠于自我的精神。

这一次，“七福神”携G-SHOCK降临街头，前三款表型已经公布，接下来的四款，敬请期待。

