

# 唇膏

## 也能这么涂



缤纷、夸张、怪诞……这是先锋时尚派们为“涂鸦”贴上的标签。作为一种极具草根性的潮流文化，涂鸦有着众多年轻的拥趸。不过，当许多“涂鸦控”还在“发奋涂墙”时，21岁的美国女孩 Paige Thompson 早已把创意秀到了嘴唇上。

Paige 说，那是在万圣节后的不久，“我在家闲来无事，就对着镜子玩起了万圣节用剩的化妆品。”Paige 本想画个南瓜，可黑色唇膏用多了，嘴唇被涂成了黄底黑条状，这时她忽然意识到“再加上几笔，就变成一只大黄蜂了。”于是，就诞生了第一个作品。原本就喜欢涂鸦的 Paige 仿佛发现了“新大陆”，接着她又用橘色画了只狐狸，用黑色、白色唇膏为狐狸画上了耳朵；还有用白色和绿色交替画出的变色龙，惟妙惟肖，白色打底，画上黑眼镜和黑耳朵的熊猫憨态可掬，也都是 Paige 的得意之作。

大黄蜂、黑猫、狐狸、螃蟹、毛毛虫、河马、变色龙、熊猫……随着“动物家族”不断“添丁”，Paige 将这些嘴唇彩绘命名为“动物唇膏”，“每幅创作都要花费半个小时左右，首先上底色，如红、蓝、黄、绿、黑等，接着再画上动物的花纹、眼睛和耳朵。”

夏小芥

## 4 甜美女生从收集“萌物”开始



对于不想长大、内心保持童真的都市女性，日本著名肖像品牌公司 SANRIO (三丽鸥) 旗下最著名的卡通人物——那只喜爱蝴蝶结的小猫咪 Hello Kitty，便是她们心中最爱的“萌物”。

初春时节，7-ELEVEN 打出“女生牌”，他们通过与 SANRIO 合作，在上海首次推出以 Hello Kitty 领衔代表的 27 款正版 SANRIO 明星家族水钻吊饰，作为该店“全店活动”的专属赠品，喜欢 Hello Kitty 的朋友可以通过集点方式来获得自己的所爱。

作为能与美国迪士尼卡通偶像分庭抗衡的传奇卡通公司，SANRIO 是日本最大的肖像品牌及卡通公司，由辻信太郎先生于 1960 年创立。其中享誉全球的 Hello Kitty、美乐蒂、酷企鹅等均是家族中极富盛名的卡通角色。

小文

## 5 做资深买家 学货比三家

购物哲学有很多，但根本永远是“花更少的钱，买到更好的商品”。你会去哪里淘货？不如看看资深买家的选择。

## ■ 钻石平价商场登陆上海

以“价格只有商场一半”的销售策略“攻城略地”，从持续近一年的疯狂扩张开店，到燃起价格战硝烟，全城热恋钻石平价商场被业内毫不客气地称为“搅局者”。在开了北京 5 家分店、昆山 1 家分店后，现在它已登陆上海滩，将触角伸入中国钻石首饰消费重地上海。

“我们就是想让钻石行业也出现苏宁、国美这样的连锁门店经营模式。比苏宁国美价格更透明、顾客满意度更高、更具品牌附加值的新商业模式，将由我们来打造。”全城热恋 CEO 季添羽的目标是，“以低价格、大量商品和钻石行业独有的奢侈品快消商业模式，来掀起钻石珠宝行业的变革。”而她推出的“杀手锏”就是“裸钻”、“国际报价单”、“零首付分期付款”、“全额网购”等关键词。

## ■ 网购交易会受大众青睐

网购已经深深改变了人们的消费习惯。据权威机构统计，我国国内网购市场从 2008 年到 2010 年，已经实现了连续三年翻番增长，而 2011 年保守估计将达到超万亿的规模。针对于淘宝卖家们普遍存在着进货渠道少，品牌资源稀缺的弱点，阿里巴巴集团特整合了集团下的所有核心资源，推出了以淘宝卖家为主体的、面向企业的网货交易会，这种新型的 CBBS 的商业流通模式，一经推出即大受欢迎。为了满足大批卖家，以及品牌企业销售的需求，阿里网货交易会将在 2012 年的 6 月、9 月、10 月分别在广州、杭州、上海各举办一届，覆盖长三角、珠三角地区，涵盖服装服饰、消费电子、母婴用品、家居家饰、文体用品、礼品工艺品、电子商务服务商等，相信届时一定会吸引许多资深买家。

叶子

## 2 环保卫士的节能行动

环保是这几年一直很热门的话题，离生活越来越远，又于生活中的不经意之处蔓延。如同时尚会渐渐融入呼吸的空气一般，我们也于生活中追寻环保的态度。



昨天正值第 20 个世界水日，关于“水资源保护”的命题也再次被摆到了公众面前。如同那句公益广告语说的，“如果人类不珍惜水，那么我们看到的最后一滴水将是自己的眼泪。”其实，环保并不难，一份决心的力量、一些质朴的行动，你便拥有了力量。

以点滴节能意识，汇聚无限环保力量。本周，可口可乐以“全诚义卖 让爱发芽”为主题，与大润发携手发起了一场节能行动，倡导人们积极改善人居和自然环境，关注身边环保细节，以点滴行

动保护资源。据悉，可口可乐一直致力于将可持续发展融入每个业务环节。至今为止，中国系统的装瓶厂已投资超过数亿元人民币用于水资源回收和净化设备，提高水资源的回收和重复利用以减少对水的消耗。而所有系统运营中产生的废水也经过严格处理，100% 达到甚至超过地方和国家标准，而且可以满足自然界水生动物的生存标准。这次的环保活动，也是希望与世界自然基金会齐心协力唤醒公众的绿色意识，不断汇聚无限的环保力量，共同创造绿色未来。

无独有偶，近日参展“2012 中国环博会”的飞利浦紫外光源也带来了一些

用于市政用水和居民用水设备的光源和镇流器。其中，一款具有极高输出和超大效率 800W 汞齐灯便相当引人注目。据悉，汞齐灯光源系统能够通过融入世界各地城市的水净化装置，使水净化厂在一定程度上减少安装占用空间，最终降低总拥有成本。近年来，各地政府都希望为居民提供尽可能安全和清洁的水。飞利浦提供一系列广泛的汞齐灯光源系统，这些系统融入了世界各地城市的水净化装置。如此一来，不仅能为居民提供尽可能安全和清洁的水资源，亦能通过对水和空气的净化，提供给大家更加健康的生活环境。

杨海荣

## 3 男星发力，领跑时尚

## “参演”高科技幻影秀

刚刚斩获港台地区最佳男歌手及年度金曲两项大奖的前信乐团主唱“信”(苏见信)，日前现身上海，为“辉煌宝山万达，闪耀上海之北”大型盛典担任表演嘉宾。盛典当晚，宝山万达广场上演一场令人惊叹的高科技 PG 灯影幻楼体秀，科技与艺术的完美融合，为到场的观众送上了一场视觉上的饕餮盛宴。

在现场，当问及前不久颁奖典礼上最惊艳的两岸三地混搭合作时，“信”开心地笑：“可以用‘不插电’的方式跟周笔畅一同演出最喜欢歌手的音乐，真的很爽。”提到 2011 年底首次触电的电影《赛车传奇》，他则是信心满满。对于第一次触电并赶上动作电影，“信”表示，精神上的压力要远远大过身体上的压力：“在高温下穿着密不透风的赛车服晒一整天太阳，我觉得那都还好，主要是背台词实在



让我很头疼，因为像窦骁、张钧甯、王柏杰、曾志伟大哥他们，都是非常专业的演员，跟这些人对戏我压力会特别大。”

## 助阵“美丽事业”

因出演“十四阿哥”一炮而红、直接

跃升至内地一线小生地位的林更新，初次演戏就横扫各大新人奖，商业活动也纷纷至。日前林更新受 SK-II 邀约，出现在上海八佰伴，与众多女性粉丝聊起了自己的护肤心得。林更新说自己不是那种化妆比女人还久的花样美男，比较注重的护肤步骤是卸妆和保湿，“上戏时会化很浓的妆，清洁必须很彻底。”必备的护肤品有洗面奶、爽肤水、防晒霜，有空的时候，还会动手 DIY 面膜。不过他非要补充一句，“美白的产品我可不用哦。”

而 1964 年出生的郭晋安因为外表年轻，所以具有“防腐男”之称。日前，他和辣妈谢安琪一同出现在屈臣氏美丽肤乐新品发布会上，也和广大女性粉丝交流了自己的保养心得。忙碌起来废寝忘食，闲暇时候宅家睡觉，都市人的生活节奏越来越失衡，身体亚健康现象也越见普遍。所以郭晋安认同这个观点：都市人既要“宠健康”，还要“爱新肌”。由身处美人堆的安仔来带出女士健与美的话题，这样的安排对主办方而言可谓别具心思。

周周

## 6 童话中的豆瓣“宝贝当家”即将落成



申城乃至国内规模最大的室内儿童职业角色体验中心——“宝贝当家”儿童乐园，目前正在大宁灵石公园建设，即将于明年 7 月落成。这个大型文化娱乐科普基地位于大宁灵石公园西区东北角，其造型宛如童话中的一颗豆瓣。

“宝贝当家”儿童乐园的功能包括儿童职业体验中心、高科技主题游乐区、休闲区等，其中面积逾 1.5 万平方米的儿童职业体验中心，是为 3 至 13 岁儿童建造的寓教于乐的虚拟职业角色体验中心。该职业角色体验中心建有百货商店、工厂、加油站、美容院、学校、报社、海关、警察局、飞行馆等 50 个职业和生活体验馆，这些场馆的内外设计和布置，亦均按比例将真实城市和职业场所缩小至与儿童相符的尺寸。儿童可根据个人的喜好和选择，在这些场馆中体验当营业员、美容师、医生、警察、飞行员或消费者等成人的职业和生活角色。

顾文 足天