

更看重成分功效、用个性彩妆表达自我、注重“妆养合一”、精致护肤遍及全身……

精准+安全,女性护肤日趋科学

生活发现



品牌也脱颖而出。数据显示,成分功效以及性价比成为消费者购买美妆护肤品主要考虑的因素。他们通过玻色因、水杨酸等功效化学成分实现“精准护肤”,山茶花等天然植萃成分助力“安全护肤”,益生菌等微生态成分帮助“科学护肤”。在高增长成分护肤品的消费中,国货品牌占比超五成,并且单价低于国际品牌,展现出较大的成分功效与性价比优势。

趋势二:医研共创,皮肤学级护肤品更受信赖

除了对成分功效的关注,消费者在护肤品信息上对皮肤科医生和专家意见的信赖度也显著提高。《蓝皮书》显示,皮肤学级护肤品销售规模逐年扩大,增速高于护肤品整体。除了科颜氏、理肤泉等国际品牌,以薇诺娜、玉泽、润百颜为代表的国货品牌也表现突出。

趋势三:彩妆要个性亦要养肤,“妆养合一”备受关注

彩妆领域,则呈现出个性化与养肤化的趋势。BNData调研发现,四成女性将彩妆视为自我个性与情绪的表达,而各种颜色的眼线也越来越受“大胆玩色”的消费者钟爱。

另一方面,线上养肤彩妆渗透率不断提高。《蓝皮书》显示,养肤彩妆的消费规模三年间翻了6倍多,而养肤底妆占比超9成,其中BB霜/CC霜的增速最高。消费者对于养肤彩妆的功效需求当中,保湿是核心需求,草本、古方、精华是养肤彩妆对成分的主要宣传点。

此外,男性养肤意识也在逐渐加强,其消费规模增速超过女性。在地域上,北方消费者养肤意识渗透率更高,引领养肤消费浪潮。

趋势四:护肤理念“上头”,全身上下都要精致呵护

消费者的护肤理念,不仅限于脸部,而是逐渐延伸到身体洗护、头部洗护等领域。《蓝皮书》显示,线上身体洗护成分意识的渗透率逐年提升,其中美白类成分最受欢迎。在美白功效的身体洗护品类当中,身体护理、身体清洁的消费规模最大,手部护理增速尤为亮眼,有较大消费潜力。不同美白成分以烟酰胺最为突出,其次是果酸。

头部护理也是越来越精细化,近八成消费者表示关注自己的头发健康。CBNData消费大数据显示,线上头部护理市场消费规模近三年增长了约2倍。在洗发水和护发素之外,精油、营养液、发膜等精致洗护也加入日常护发流程,尤其是头皮预洗产品和精



油,以突出增速展现出较大增长空间。对于头部护理的功效,不同代际有着不同的诉求,“85前”注重防脱发,“90后”“95后”则关注抗老抗氧和舒缓功效,而“Z世代”更在意头皮清洁。

趋势五:包装升级,便携小包装广博芳心

包装形态上,护肤个护品类的便携小包装广受欢迎。《蓝皮书》显示,线上小包装护肤个护消费规模逐年提升,消费增速明显高于其他包装。其中面部护肤产品的小包装消费占比最高,而头部护理的增速较高。

面部护肤产品当中,小包装精华发展最为成熟,同时小瓶防晒、片装卸妆等细分产品也呈现出较高增速。而小包装头部护理产品中,精华是消费占比最高的品类且增速遥遥领先,其中安瓶形态最受欢迎。

消费者购买小包装多是为了旅行时使用或看中其便携特性,而不同品类间也有一些差异。比如小包装的面部护肤也可能是为了锁鲜,而便携身体洗护产品则有卫生方面的考量。

总之,2021年我国化妆品市场在保持增长的同时,也正向着规范化、标准化、高质量、品质化升级迈进,随着未来化妆品行业在质量升级、科技创新等方面持续发力,将迸发出更多潜力。

记忆中的味道

■ 蔡浩杰

今年北京的雨比往年多了些,滴滴答答敲在琉璃瓦上,矮矮的屋顶多了往日看不见的清澈明亮。气温降得厉害,冷雨夜吃着王府井吴裕泰的抹茶冰淇淋,甚是有趣。从王府井走回四季民福时,嘴里的茶味尚未散去。

烤鸭的香气弥漫在每一桌,脆嫩的鸭皮用声声“卡兹”换回一桌桌的惊叹,枣红色的烤鸭、翠绿色的黄瓜丝儿、深褐色的酱料、圆圆的饼躺在跟前,不断向八方食客明示着皇城的热情与孤傲。

“这个你千万不能错过!”朋友端过来一碟盘成砖山的食物,浅黄色、亮晃晃的豌豆黄。“豆面糕、艾窝卷、糖卷果、姜丝排叉、糖耳朵、面茶、嫩子麻花、蛤蟆吐蜜、焦圈、糖火烧、豌豆黄、炒肝儿、奶油炸糕”,老北京的“小吃十三绝”中便有豌豆黄的身影。

似金砖通透明亮,神秘却又亲民,那是一种历练过的浅黄色。豌豆经过浸泡去皮以及研磨凝切切块,实现形态转化,在千磨万击之后顶着一抹遗世独立的绵密,惊艳了时间,惊喜着味蕾。

挑一块放入口中,只觉一阵清凉席卷而来,唇齿间的冷静仿佛格外默契,期待着即将到来的清甜。接着便是那款款而至的豌豆香气,在几番修炼之后,豌豆不再刚强,香气在舌尖缓缓萦绕,这种丝滑温润,宛若敞开心扉的老友在窗灯下谈着彼此的过往,啾啾也好,低调也罢,故知之间的冷场,永远只有恰到好处。可谓“一枚接一枚,不觉月黄昏”。

豌豆黄的清甜是舒适的,仿佛初解的春水在齿间融化,缓缓而过,落英缤纷,水流夹杂着过往的干草和初开的花瓣,用一泓清凉将好消息悄悄送达。而一枚枚讨喜的豌豆黄若藏在剔透的冰块中,便是“醉里乾坤大,冰镇豌豆黄”,天地澄澈,只觉万物可爱。

更可爱的是豌豆黄的形状,旧时店家会将豌豆黄捏成小黄人,抑或是一只只呆萌的小黄鸭,小黄鸭在光滑的白瓷盘上一字排开,憨态可掬,甚是可爱。

和其他北京小吃一样,豌豆黄也是带着吆喝的,据说慈禧是因为听了吆喝才将卖豌豆黄的小贩召进宫,豌豆黄从此平步青云。但乾隆年间的宫膳确有豌豆黄的记载。

走出小店,雨已经下了许多,红彤彤的灯与路上的倒影相依偎,让北京的夜明亮又浪漫,正如豌豆黄是浅浅的喜欢,是难得的明媚。

豌豆黄,遗世独立的明媚

■ 明文

彩妆护肤品是女性最偏好的品类之一;女性护肤观念发生变化,对于成分和功效的认知加深,对于专业医生的信任度提高,科学护肤意识增强;在妆容上主张用个性彩妆表达自我,同时注重“妆养合一”减轻肌肤负担;成分护肤理念也向身体护理延伸,头部洗护愈发精细……这是11月9日发布的《2021东方美谷蓝皮书(化妆品行业)》(以下简称《蓝皮书》)的主要内容。

据悉,今年“双11”,天猫美妆开售21分钟累计预售金额超去年12小时,开售45分钟预售即突破100亿。数据显示,2020年中国化妆品市场零售总额突破3000亿元,同时线上销售占比逐年提升,预计2023年将占四成。专家指出,疫情之下我国化妆品市场逆势增长的背后,是化妆品行业的消费升级和较大发展空间。

高频“剁手”爱尝鲜,“Z世代”展现美妆护肤的消费潜力

由第一财经商业数据中心(CBNData)联合东方美谷发布的《蓝皮书》显示,线上化妆品市场高速增长,各品类蓬勃发展,其中护肤品仍是主要品类,消费规模超六成。增长主要由消费升级驱动,每笔单价快速上升。

同时,线上化妆品消费者数三年来逐年上涨,“90后”“95后”消费占比最高,“00后”消费增速最为突出,年轻的“Z世代”正逐渐展现出其在美妆护肤领域的消费潜力。CBNData消费大数据显示,“Z世代”在消费频次上领先于其他代际,人均年消费的品牌数也相对更高,呈现出高频次、爱尝鲜等消费特点。

基于CBNData消费大数据,《蓝皮书》全方位解析了疫情常态化下中国化妆品行业现状,洞察中国化妆品消费者并提炼出五大消费趋势。

趋势一:国货品牌领跑,成分功效助力科学护肤

首先是注重成分功效的科学护肤方式逐渐成为流行,抓住这一趋势的高性价比国货

智饰家居

家居“微动作”,打造冬日温暖家

■ 木易

万木凋零,人更冬装,当季节翻篇至冬季,我们居住的家,也需要做出一点应景的改变。其实装扮冬天的家并不需要大动干戈,只需简单几个家居“微动作”,就能立马让家升温,变得温馨而时尚。毕竟,“重要的不是生活在哪里,而是怎样生活,用心装点生活”。

给家居穿上毛茸茸的温暖“外衣”

立冬后,可把家里原来铺的丝绒地毯收起,换上毛茸茸的绿色圆点粗毛地毯;把色彩清新的沙发靠垫、坐垫收起来,换上萌萌

萌猫头鹰图案的毛毯垫子;把轻薄的灰色印花窗帘收起来,换上橘色的厚窗帘……也可以买一些花格子呢料如红色、粉色、米色、橘色拼织的,每块刚好就是一块桌布大小,回家铺在床头或沙发上,或随意搭在躺椅上,或当桌布来用,瞬间给家一种温暖感。

冬天的家,应该是简洁、温暖和幸福的,换一套沙发或许是个大工程,而给沙发添置上暖色的抱枕以及毛毯织物犹如给沙发换一件“外衣”,简单易行。此外,床品的选择也极为重要,枕头、床垫应选有支撑和包裹感的,可让身体得到最大程度放松;同时也需给卧室换上暖色系的床单、窗帘,就如同给家穿上温暖的“外衣”。地毯则可选择配色简洁、线条明显的舒服款式,也可选择长毛绒材质的可爱温暖款式。因为这些温暖、柔软、亲肤的家居用品,直接决定了这个季节的幸福感。

打造温暖小角落,尽享居家小美好

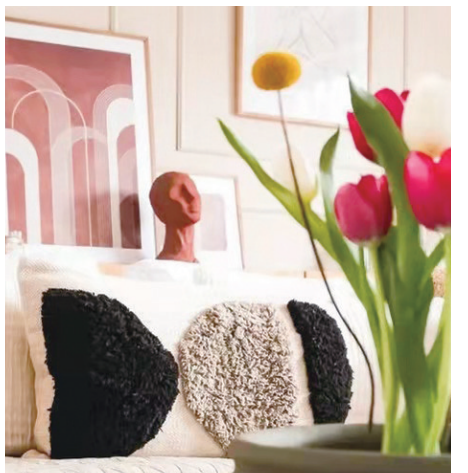
要把家变成自己喜欢的样子,不妨先从一两个小角落开始。装饰画在打造家庭氛围上是重要单品,这并不需要购买昂贵的油画或名画,一副内涵深刻的装饰画足以表达你的审美态度和生活态度。也可以选择自己钟爱的黑白照片,成本不高又非常有个性;或者自己做一面照片墙,家人的笑颜可以让你时时刻刻想起生活里的小美好。网友Comma说:“疫情在家期间,我用自己做的标本以及涂鸦画整理出一个丰富小角落。”

“我在二楼给自己留了一个开放式书房,正对着露台小花园,那里热烈生长的植物赠予我一小块自然天地。刚开始的简陋书房,也慢慢填进了喜欢的书、酒、杯子、咖啡、颜料还有绿植。‘家是生活的博物馆’,当带回家的每一件东西都经过精心挑选,它们的意义远不只是装饰。家居装修就是自我的表达,从这里可以看到我们走过的路、去过的地方,以及一点一滴的生活经历。”小熊妈妈说。的确,冬日里洒满阳光的阳台就是我们的追光时刻。心中有花园,阳台也精彩。这个冬天,试着让家里也有几个自己喜欢的温暖角落吧。

摆放绿植鲜花,带来一室浪漫和生机

如果想让家里生机盎然,绿植一定是必备。特别是冬季漫长,绿色植物就像暖阳一样,让我们身心舒畅。外面萧瑟寒冷,如果把暖橘色的花放在餐桌或茶几上,不仅为家增添暖意,还带来了一室浪漫。若将鲜花做成干花,更有秋冬的氛围感,还可长时间摆放。

其实,不管是大房子还是蜗居,打动我们的始终是筑家过程中付出的心力以及在这里安然享受的美好光阴。最美的风景,不仅在旅途,也在家。对于家居布置,最动人的还是从中间看到的“生活”,尤其是那份用心布置、用心生活的态度。家就是把房子慢慢变成自己喜欢的样子,你可以随着季节舞动双手,创造属于自己和家人的幸福。



智活妙招

洗衣服防掉色 用盐或醋固色

很多衣服穿久了都会掉色,尤其是颜色深的衣服,基本在每次清洗时或多或少都会掉颜色。应该如何清洗才能避免衣物掉色呢?

用食盐。准备一盆清水,倒入适量洗涤剂,将食盐搅拌均匀,将鲜艳衣服放进去浸泡半小时(注意有的衣服标签上注明浸泡不能超过半小时),之后再洗掉色就会减轻很多。

用白醋。白醋对于衣服也有一定固色作用,使用方法和食盐一样,但注意不要用太多醋。清洗之后如果还有醋味,可以多晾晒一会儿。

用柔顺剂。衣物柔顺剂主要是让衣服变得更柔软的,但也有漂白和护色作用。此外,衣服如果日晒时间太长,也容易褪色。

(潇潇)