

护肤品 DIY 玩家的乐趣



自己做的红酒面膜哦,听店员说这面膜还通过高温把酒精蒸发掉,所以过敏肤质的 mm 也不用怕哦!

文/摄 本报记者 李冰

一个喜欢 DIY 的男人

这个喜欢 DIY 的男人也就是 Orange Shop 的主人,自称老李。你一定很难想象,一个大老爷们怎么会喜欢这种东西呢。可他就是喜欢,他说:“护肤品成本很低,但是现在商场里的那些东西却贵得不得了,反正一句话,电视上广告多的东西都是暴利。我最早听说美容化妆品 DIY 还不是因为牛尔,是我在国外的一个朋友告诉我的,她说国外很多人都自己买原料做化妆品,一是有针对性,能把好的原料都放进去,二是性价比高。比如碧欧泉的橄榄二次精华乳液,用的配方就是橄榄油加水再加维生素,售价 600 多元,其实成本也就几十块钱。”

老李第一次动手做护肤品的经历也是相当好玩的。他说:“我迷上这个时候,就托别人去美国买书来看,整夜整夜地研究这个。从厨房里用的橄榄油、蛋黄、蒸馏水开始。蛋黄含有 10% 的卵磷脂,这就是天然乳化剂,能够将油水结合。我把这些东西都加在一起,一瓶橄榄油乳液就完成了。可惜没有抗菌剂,两个礼拜后乳液就长出毛毛来了。后来满上海地找化学试剂店。找司盘啊、吐温啊,想要做卸妆油。后来发现吐温这东西过敏率还是很高的,而且乳化效果也不好,我第一次做的那乳液简直跟水一

样。后来我还找过化妆品工厂的工程师讨教,现在技术终于过关了。”

说到这里,老李不无得意:“我要学习雅诗兰黛夫人,她当初不也是自己拿点蜂蜜花水什么的在自己小屋子里面捣腾的吗?哈哈。”

“我身边的亲朋好友一开始不接受 DIY 的东西,后来用了觉得很好。最夸张的那个就是我妈,她经常去美容院做脸的,一开始觉得我做的东西不安全,不要用。我每天教育她,慢慢地她开始用我做的东西了,后来美容院还是去做,只是带了我做的产品去,再到后来她索性给美容院的老师们上课来了。现在,一些亲戚朋友用的东西都是我做的,不过,我也只给我的亲戚朋友做。”

对于网上流传很盛的那几本书,老李说:“牛尔的白皮书是普及读物,虽然东西很不错,不过网络上流传的那些原料不一定能调出牛尔的东西来。至于那本《100 种天然美容亮肤自制配方》也是错误百出。其实,护肤品的制作是最低端的精细化学,可以说随便一个精细化工厂里的药剂师,在调配方面都是很专业的。不过和中医一样,同样的原料药材,良医治病,庸医就杀人罗。”

想开 DIY 护肤品店的女孩

这个叫小芳的女孩子是记者在 Orange Shop 里碰到的。她说她在这家店刚开出来的时候就过来玩了。一开始是因为看了牛尔参加的台湾综艺节目,觉得自制化妆品很好玩,一直很想试试看,可是找不到原料。有一次,路过金沙江路的时候看见这家店觉得有点像,进来看了一下便兴奋不已。

一开始做的时候,小芳怎么也做不好。她说:“记得那时候我做一瓶保湿的乳液,就是怎么做都做不好,具体的配方我现在已经记不起来了,只记得那时候觉得自己看了很多节目,也看了牛尔写的白皮书,已经很懂了。所以,虽然当时店里的工作人员给了我一张单子,里面把各种配方以及要调配的比例都写得很清楚,我也没怎么看,坚持要把原料带回家里去。结果做了半天也没成功,一开始是乳化剂放得太少了,乳液被我做得跟水一

样,多放点乳化剂又成了霜状的。我打电话到店里去跟他们说了我的状况,工作人员叫我把我的‘作品’带到店里,重新帮我配了原料,并且示范给我看要怎么操作。终于成功啦。后来我都是在店里做好了才走的。我每次都只做一点点,不放抗菌剂,这样可以保持护肤品的新鲜度哦。”

现在,小芳俨然已经是专家了。她家里除了眼霜是雅诗兰黛的,其他的乳液、化妆品、卸妆油包括面膜都是她自己 DIY 的。她说:“他们这里的玫瑰花水特别好,我直接用这个当卸妆水,不需要再经过任何调配。然后把透明质酸当精华液,效果很不错哦。我的皮肤以前很干,而且有明显的痘痕,现在你也看见啦,状况蛮好的。”最后她还偷偷告诉我:“我现在买了很多书在看,打算自己开一家 DIY 的小店呢。”



放满 DIY 原料的柜子



DIY 护肤品时原料的配比量需要很精细



DIY 美容的试用装



放置成品的各种可爱的瓶瓶罐罐

转发彩信就有机会获 5000 元大奖 中国移动浙江公司推出“快乐彩信”活动

日前,中国移动浙江公司推出“快乐彩信”活动。省内移动的彩信客户只要发送短信 H 至 06600 或者登陆快乐彩信网站 (<http://blog.zj.chinamobile.com/happymms>) 成为种子用户,即可下载种子彩信参与活动。

“快乐彩信”种子用户就是快乐彩信活动的第一发起人,种子用户通过转发种子彩信发起活动,接收到种子彩信的移动用户可以通过转发种子彩信来参与活动成为普通用户。活动用户发送或者转发种子彩信时,需在收件人号码前加上 06600。否则,将无法积累人气值。用户主动转发一条种子彩信可获取 1 个人气值,下一层用户继续转发一次,该用户获 1 个人气值,该用户的上层用户获 1 个人气值,该用户的上级的上级获 1

个人气值,依次类推,最多为 8 层。最终根据人气值的高低排名确定奖励等级,每一层用户转发种子彩信都可以为自己以及上家贡献人气值。转发越多,人气值越高,中奖机会越大。

此次活动设置了人气值排名奖和随机幸运奖,最高可获得价值 5000 元的缴费卡。此外,在转发种子彩信的过程中,所有用户都有机会获得随机幸运奖,奖励为 50 元话费。

所有用户转发彩信、短信查询人气值等均按正常资费收取通信费,可享受相应的彩信、短信套餐优惠(如彩信指上炫,动感地带短信套餐等);从网页上下载种子彩信每条 1 元;编辑短信 H 发送至 06600 获取种子彩信也是每条 1 元。活动将于 2006 年 12 月 31 日结束。

真金真情双辉映,投资送礼两相宜

——万隆珠宝“金玉满堂”旺宅金条引领商务礼品新风尚

文/furou

岁末年初,准备一份精美的礼品送给亲朋好友,尤其是对事业上、生意上给予自己支持和帮助的领导、客户及合作伙伴,以此表达自己的感谢之情和对来年美好前景的憧憬,已成为维系良好人际关系的一种惯例和习俗。

作为商务礼品,既要有良好的寓意,也要体现相应的经济价值。黄金是中国人心目中的福贵之物,赠送、收藏金条以祈福镇宅、招财进宝是自古就盛行民间的传统习俗和民族文化。黄金也是世界通行的硬通货,黄金储备是衡量一个国家经济实力的标准,黄金具有现实的财富价值。所以,越来越多的人选择黄金制品作为商务礼品。

购买、储备黄金是当今被热捧的投资理财方式,但购买黄金礼品却有着不同的考量标准。记者走访市场后发现,同样是黄金礼品,祝福寓意是否深厚是消费者选购黄金礼品最关注的着眼点之一,“金玉满堂”旺宅金条是一款经常为消费者所青睐的黄金礼品。

“金玉满堂”旺宅金条是万隆珠宝有限公司继 2005 年“金光大道”旺宅金条之后,融合更加丰富的文化和产品元素,开发推出的一款具有鲜明特色的黄金礼品。为了更好地体现祝福寓意,“金玉满堂”专门发掘我国传统的五福演绎为文化内涵,将黄金与翡翠结合,取意金玉临门,福贵满堂。“金玉满堂”旺宅金条礼品全套由精品礼盒包装,附有收藏证书,并随礼盒赠送五福玉猪、开光《金刚经》护身金卡,设计精美,文化深厚,寓意吉祥。

全球最大的黄金推广机构——世界黄金协会鼎力支持了本次万隆珠宝“金玉满堂”旺宅金条的开发和推广,金条的加工和计量程序受到极其严格的管控,分为 10 克、20 克、50 克、100 克、200 克 5 种规格,均为 999 千足金,完美体现了黄金安全、保值、永恒的特质。

投资理财是商业社会永恒的话题,购买、赠送黄金礼品是一项经济投资,但对更多的国人而言,这无疑更是一项良好的感情投资。

BenQ Joybook 再次发力 主攻 13.3 吋宽屏笔记本市场

在国内笔记本市场上, BenQ Joybook 素来以差异化产品及创新时尚设计而著称,早在 2003 年元月便首开先河,推出 15.4 吋宽屏机种,深受好评,直至 2005 年初又推出全球首台 13 吋 Sonoma 宽屏笔记本 S52,由此成为唯一同时拥有 12、13、14、15 吋等各大主流机种规格的宽屏厂商。一路走来, BenQ 始终引领宽屏大潮。为提供消费者至臻完美的影音娱乐体验, BenQ 近日又推出 S31 系列 13.3 吋宽屏机种,它们采用最佳黄金



切割比例,在可视面积最大化的同时又使整机在设计上兼具更轻薄、更小巧的特征。在新品发布会上, BenQ 精心演绎“公主与王子”童话故事,某种程度也折射出 BenQ 对 13.3 吋宽屏机种成为主流的美好憧憬与信心。