

# 吉米： 时尚乃轮回

文 / 徐秀雯 摄 / peter·冯

2007 吉米彩妆流行趋势发布在北京中国国际时装周上举行，化妆造型师吉米亲自登台演唱还客串了模特。在发布“变性”宣言后，这场新妆发布上的吉米也更令人瞩目。总是以黑色着装出现的他对记者说：“黑白的极至是我的最爱。”2006 年的时候，他发布了平民时尚，而今年的彩妆流行发布，他命题为《太极》，意为时尚就是一个轮回。刚刚在北京饭店发布完彩妆流行趋势的吉米这几天一直在湖南卫视做节目，碰巧在他空隙的时候打通了电话。于是彩妆的话题由此开始。

## 太极意为轮回 复古和中性将会风靡

“曾经的破落的贵族、波西米亚风、小资一族，的确让我们好好感受了一番。但急匆匆地来，急匆匆地去，留下的回忆似乎并未让我们流连忘返。黑色风暴的来临，伴随着白色的复苏。就如同在一段纷飞漂泊杂乱无章之中，有一股强大气流将这种杂乱梳理和归整。那就是太极的旋涡。它鲜明而简约，就如同又一次让我们回归到品质的高贵。曾经的高贵、典雅被遗忘，曾经的品位和品质被遗失。”

这是吉米对他这一次彩妆发布的阐释。

记者：什么是太极？

吉米：太极的形状你知道，同在一个圆中，分为两个半圆，又是相互包容与分离的，也就是在无形之中，人们的生活就没有界限。太极的意思，也包括在今天这个时代，性别也不能成为区分人的方式。

记者：那么今年的彩妆轮回到哪里了？

吉米：去年是平民时尚，今年则有点复古，风格有点像早期的欧洲。特别是黑白色的强烈对比，比如黑色的眼睫毛加上白色的眼影。还有就是中性路线正在成为主流，等于站在两性之间，有着相当的随意性。

记者：你自己是不是正好代表了这样的趋势？

吉米：可以这么说。好多人关心我变性的事儿，其实变性对于我来说是突然的也是必然的。我做了半辈子男人，再做半辈子女人，没什么可争议的，只要我是为我自己活就可以。



## 什么是流行？你就是流行

说起去年发布的平民时尚，吉米说，时尚的概念其实早已经模糊了，没有了平民百姓其实也就没有了时尚，谁都可以时尚，只要你足够自信。“时尚就是那么回事，只要活得自我活得开心就可以了。什么是流行？你就是流行。”

记者：彩妆的流行总有个具体的趋向吧？

吉米：趋势那是人给定的，我的彩妆总是希望平常人是可以用得上的，而我发布的只是一种概念，大家可以自己揣摩。

记者：你发布的就是一种意识形态？

吉米：对。我觉得时尚是很随性的，没有什么条框的，我发布的彩妆并不是要人们去按照怎样的规则化妆，这仅仅是一种观念，一种更深层次的阐释。你爱怎么穿怎么穿，你怎么舒服怎么穿，每个人对于时尚都有不同的理解。

## 展现黑白个性才能展现强烈自我

时尚是世界的也是我们的，它无处不在。吉米已经摒弃了所谓的流行色彩的发布，带给我们的是一种信号。他说：“不仅是在中国，乃至世界，这是人性的根源，这是一种深度的感受。”

记者：今年的主打就是黑白吗？

吉米：是的，黑白不再是像黑白胶片电影那样，成为一种粗糙感。黑白两色其实是极至到深处的美，极至的简单。这说明人们对于美的认同逐渐回归到品质上，不光光是那些肤浅的视觉刺激，这是人对于未来对于生活态度的一种认识。

记者：这次的妆容发布挺国际化的，平常生活中应该怎么弄？

吉米：说到平常的妆容，其实很简单。睫毛膏要用加长加密的，尽可能长尽可能密，眼周部分睫毛根周围，要尽量涂黑。口红的色彩要尽量使用偏灰的颜色。这样的妆容会显得很大气，没有多余的感觉。同时又有一种魅惑感，让人觉得很深邃。

记者：黑白色并不是那么容易表现出应有的气质的。

吉米：是的。但其实黑色和白色又是最能体现个性的色彩，当然每个人的气质不一样，要有自我的不同体现。在妆容的打造上要有那种色彩的强烈对比，比如眼底和眼皮就用白色的眼影，这样可以衬托黑色的双眸，显得极有魅力。

## 好女人太像白开水

吉米一直忙于录制节目，关于自己的妆容，他说都是亲自化的。对于妆容他没有说得很具体，只是一直强调一种自身的魅力。

记者：你喜欢化什么样的妆容？

吉米：黑白是我常用的，因为个人觉得比较有深度，有点诡异。上节目就会化一下。

记者：黑与白，更喜欢哪个？

吉米：应该是黑色吧。因为我是天蝎座的，神秘和性感，是我最喜欢的。你看过《天鹅湖》吗？那些白天鹅看上去那么的平庸，而黑天鹅就是那么神秘和性感，还很妩媚。女人如果都变成白天鹅就显得很傻，其实好女人太像白开水，没什么魅力。只有带点神秘带点性感，才能吸引人而且出众。

记者：你觉得这次发布会对于你有什么样的意义？

吉米：发布会之所以叫《太极》，其实是想传播一种理念。虽然时代在变迁，但美丽不会改变。我们在体会这场发布会的同时，也应该有所反思。希望我们今天的生活方式，我们的思维方式，也将如现在的主题《太极》一样有所改变！

## 度身定造你的超凡嫩白

著名高档化妆品品牌 Clinique 倩碧，一贯以其坚实的皮肤科背景享誉全球，除了人尽皆知的“通过过敏性测试，百分之百不含香料”，它更是“根据肌肤类型选择护肤品”理念的创导者。如今倩碧率先在美白领域提出“度身定造”的新概念，不仅根据不同肌肤类型提供适合的洁面皂、洁肤水和润肤乳/霜，更推出三款成分功效各异的至臻精华，为不同肌肤问题、不同美白需求提供各具特色的美白日志。

全面提升，极致嫩白

Clinique 倩碧超凡嫩白莹采精华露

专利技术 BlackOut 酵母精华和甘菊精华，能够淡化色斑，均匀肤色，令肌肤通透嫩白；同时稻谷精华、杨贵妃精华、刺梨果精华、白桦树皮精华和维生素 E，保护肌肤不受外界因素和自由基的侵害，并持续滋润；更有月桂酰和云母，使肌肤使用后瞬间手感柔滑，光泽熠熠。



美白抗衰，双管齐下

Clinique 倩碧超凡嫩白紧致修护精华露

高效美白的维生素 C 粉末被密封在瓶盖里，稳定而安全地隔离于瓶身中蕴含多肽的紧致成分。使用前只需按下瓶盖，封印破裂，嫩白便与紧致相会。每日两次，轻施于面部，色素色斑哑然消退，岁月痕迹悄然无存。

重点突破，完美无瑕

Clinique 倩碧超凡嫩白淡斑精华露

全新倩碧超凡嫩白淡斑精华露，独具三颗银色揉珠，轻柔按摩肌肤时，可帮助包括黄芩精华和桑椹精华在内的多种美白萃取成分释放，并被肌肤有效吸收。更含 Blackout 酵母精华和维生素 C 糖苷，把色斑逐一彻底击败，让色斑撤军不再那么举步维艰，而是速战速决。

## 500 万广告投入 新紫阳魅力化妆品牌大手笔开拓

文 / 豆豆

3月27日，杭州新紫阳日化有限公司发布了 VOV 以及丸美的新产品，并且邀请了袁咏仪作为新的形象代言人。董事长黄强透露，从4月起新紫阳将投入 3500 万的整年广告来扩大公司及其代理品牌的影响力，可见是一次大手笔。

杭州新紫阳日化有限公司成立于 1992 年 4 月。仅两年时间，就从年销售额不过百万的一家化妆品零售店，迅速扩展至 7 家连锁专卖店。1995 年底，新紫阳从代理丁家宜、安安开始涉足批发业务，并由此开创了浙江日化界由代理商出巨资，做产品广告、买断产品代理权的先河。跨入新千年，公司年销售额由 1995 年的不足千万迅速猛增了十余倍，成为浙江省内发展速度最快、发展势头最好的化妆品代理公司。

“代理一个品牌成功一个品牌！”这是业内人士对新紫阳的由衷赞叹。几年来，公司以独特的营销模式不断创造着日化界的奇迹。从南京的丁家宜、广东太阳神、希来美，到广西索芙特、佛山安安、成都奥岚雪、南京乱世佳人等等，无一不引起巨大轰动，积淀了丰富的品牌操作经验。目前又相继代理了日本高丝、美国露华浓、韩国高丽雅娜、日本丸美等国际知名品牌，品牌代理跨入高档化、国际化轨道。一系列品牌的成功操作，使新紫阳享誉业界，成为在国内日化界颇具影响的专业化妆品代理公司。公司在全省拥有 500 余家直接供货客户。庞大而畅通的销售网络，为品牌的成功推广和企业腾飞发展提供了更有力的保障。

新紫阳日化有限公司是韩国 VOV、日本丸美、高丝、法国柏芙、瑞士丝维诗兰、法国思寇尔 (skincode)、水姿媛 (waterwear)、法国宣妍 (Sue)、可爱东西、索芙特、奥岚雪、安安、美珊珊 (原名珊拉娜)、美国雅涛洗发水、太阳神沙金防脱洗发水等品牌的浙江地区总代理，所有产品均系原装进口，相应代理及进口资料齐备。此次发布会，新紫阳不但发布了各品牌的新产品，还为各代理商展示了各品牌的主要产品，现场招商。