

· 资讯 ·

## sheme女鞋发布2014春夏流行趋势



秉承高级定制一贯的极致尊贵格调,sheme这一季,感性设计与理性手工制作的交集之处,是超越梦幻爱情故事的意蕴。昆曲《牡丹亭》所讲述的那段“穿越时空的生死之恋”,给予sheme 2014春夏系列妙不可言的灵感之源,刺绣、水晶、绑带等细节,以及华美绸缎和别致的纹样,令人暂时忘却自我,融化在中国明代私家后花园一派神秘迷离的春光之中。

在色彩上,遵循中国美学思想,娇嫩的玫瑰粉、顽皮的柳黄、纯净的天空蓝、心醉的薄荷绿,皆流露出独特而早已萌动的春意。在造型上,鱼嘴、尖头、超高细跟、镂空踝靴、T字形系带均出奇制胜又无比精准。材质上,绸缎、小羊皮、鹿皮以及具有清凉感的小牛漆皮都适合春夏季节,引发无尽想象。

## H&amp;M运动系列明年上市

日前,H&M隆重宣布,旗下H&M Sport系列(H&M运动系列)将于2014年1月全新亮相。焕然一新的H&M Sport将针对更多体育运动提供更多选择和全新设计,以迎合成人和儿童日益活跃的生活方式。全新的H&M Sport系列在设计中征询瑞典奥运队世界级专业运动员的意见,既侧重性能,又完美诠释出时装的精髓。此外,H&M Sport还将在指定门店特设专区。

H&M Sport女装推出了适合多种运动场合的服饰,包括跑步服、适合瑜伽等身心舒缓运动的宽松舒适型服饰,以及适合户外活动爱好者的防护型抓绒外套和防水裤。男装部分,除了主打跑步服之外,还有运动套装等。而童装则为不同年龄段的青少年男女推出了适合娱乐及健身场合的服饰。

H&M设计创意总监Ann-Sofie Johansson表示:“全新的H&M Sport采纳了瑞典奥运队员的专业意见,令人耳目一新。运动和健身在我们的生活中越来越重要,全新H&M Sport可以带给你美好的外在和感觉。”

## Stradivarius推出全新配饰

出众的造型往往需要到位的配饰装点。Stradivarius 12月全新系列以全黑调为主题,设计上简约时髦,配饰上也做足功力,为这一年的摩登形象做了完美的收尾。这次推出的配饰有不同的系列,亮金系列是其中之一。黑色为主的造型,配饰上就要很讲究光泽与颜色了。这个秋冬热门的金色系无疑是最佳搭档,一系列华丽却不媚俗的金色款式也出现在Stradivarius的这组全新系列中。黑色羽毛耳饰看上去神秘妖娆,有了金色链条作为辅助,更增添了华丽的氛围。

有着晶莹质感的人造宝石也出现在Stradivarius的全新配饰系列中。水晶系类,除了金色装点奢华的形象,大颗粒亚克力宝石是近年来最时髦的街头配饰元素,浮夸而有型的设计完成了造型的高度存在感。晶莹剔透的形态与银色金属流苏或者链条组合,锋芒尽显的女王感也有了迷人的特质。此外,银色亮片与水晶点缀的手包与配饰呼应金色系列。形态简约经典的高跟鞋与细节上不断体现的黑色装饰无处不在。即使黑色也借助缎面、丝绒、雾面处理等手段,呈现出层次丰富的色调。暗中有光,夜上华彩的装饰,正是Stradivarius 12月配饰系列的主体。

栏目主持:孙竹青

日前,一则方舟子宣称林志颖推销胶原蛋白饮品造假的新闻充斥在各大报纸网站,把被称为“深层水库”的胶原蛋白产品推到了风口浪尖。从胶囊到胶原蛋白粉,数十种相关产品的美容功效受到不同程度的质疑。

## 胶原蛋白美肤是伪命题吗

查中发现,多数网店上销售的胶原蛋白产品也都显示原料是鱼鳞。

行业内人士表示,市场上的胶原蛋白粉主要有鱼皮胶原蛋白和骨胶原两种。而国内的胶原蛋白产品,大多数都是从鱼皮或者鱼鳞中提取的,只有极少数几个品牌是从牛骨、猪皮或者软骨中提取。

华南理工大学轻工与食品学院教授曾庆孝告诉北京商报记者,胶原蛋白饮品的品质取决于两大条件:一是原料品质,二是提取工艺和水解技术。

以原材料为例,国内部分胶原蛋白产品原料来自猪皮、牛骨等,一定程度上存在易受污染、纯度不高、不易吸收、添加防腐剂和色素等问题。

而在调查中多家网店的客服人员都向北京商报记者表示他们的产品天然无添加,没有任何副作用。对此,曾庆孝给出了自己的看法,“由于缺乏市场监管,行业标准缺乏,现在市场上的胶原蛋白产品质量参差不齐”。

对于胶原蛋白产业,中国保健协会副秘书长贾亚光表示,国家食药监局并没有把胶原蛋白作为一个特定的保健品门类对待。而市场上却存在着大量使用胶原蛋白作为原料的保健品。行业标准缺失,市场监管不到位,也让胶原蛋白产品的质量广受诟病。

多产品混杂  
保健品不如食补

据了解,补充胶原蛋白的方法有四种,分别是通过日常饮食补充、口服胶原蛋白产品、涂抹胶原护肤保养品、注射胶原蛋白。

多家大型医院的医生都表示,口服胶原蛋白效果不大。北京祥云皮肤病医院的医生告诉北京商报记者,不少消费者反映口服胶原蛋白没有效果,这跟体质没有必然联系,口服的产品本身就没有太好的效果,而且见效比较慢,目前最有效的是采用仪器或是果酸的方式进行改善。

营养师王兴国表示,吃胶原蛋白并不能直接增加体内胶原蛋白合成,“也没有证据证明其营养作用超过鸡蛋、大豆等普通食物中的蛋白质”。空军总医院的医师也表示,市面

上不少胶原蛋白产品的成分含量具有不确定性,所以其效果不能一概而论。他建议,服用胶原蛋白保健品不如食补来改善皮肤状况。

面对业内人士的纷纷质疑,也有人给出了反对意见。一位知名护肤达人表示,口服胶原蛋白及其水解产物,可以显著提升皮肤中胶原蛋白的含量,并改善皮肤的含水量,是一种有效的皮肤改善营养品。

数十元到万元  
效果体验不明显

北京商报记者对比了目前市场上几大胶原蛋白品牌价格发现,以50ml的口服液价格区间在20-38元/支。某品牌胶原蛋白卖家称,普通的胶原蛋白价格并不高,每克市场实际售价应该在1元左右,如果大大高于这个价格,那就存在暴利的可能。相对来说,选择口服方式补充胶原蛋白价格相对便宜,但如果想到专业的医疗机构,价钱则要高出许多。

北京伊美尔医疗美容医院补充胶原蛋白采用皮下注射的方法,注射一支的价格是6000元。以面部为例,如果全脸注射的话,大概需要两支,也就是1.2万元。而在空军总医院激光整形美容中心一支胶原蛋白的价格要8800元。

不同的补充方式,商业企业对其见效周期的说法也不一致。网店主表示口服胶原蛋白只需一个月左右的时间,皮肤问题就可以明显改善。但是需要长期维持服用。而两家医疗机构的医护人员则表示注射效果当即见效,但效果仅可以维持半年左右。

消费者对效果的评估并不乐观。经过粗略统计几家网店的消费评价后,北京商报记者发现,在服用胶原蛋白后认为“滋补效果一般”和“皮肤得到有效改善”的买家数量差不多。而更多的消费者认为“效果有待观察”。

行业专家表示,从全球市场看,胶原蛋白早已广泛应用于医疗、化妆品及食品行业。但胶原蛋白产业在中国起步较晚,市场成熟度远未及欧美等发达国家,国内市场对胶原蛋白产品及功效的认知还有待培育。

北京商报记者 孙竹青

月销2万件  
周边产品受追捧

宣称能让肌肤逆生长的胶原蛋白产品受到了热捧,不少商场超市都不乏它的身影。仅屈臣氏北京商报记者就看到了十多个口服胶原蛋白品牌,粉剂、片剂、液体的都有,甚至还有胶原蛋白软糖。

在淘宝上搜索胶原蛋白随即出现了相关产品达19.2万件。从胶原蛋白粉、胶原蛋白胶囊,再到胶原蛋白口服液、胶原蛋白面膜,甚至还出现了胶原蛋白果冻。其中一款价格在120元的姿美堂的胶原蛋白粉销量达到了42万瓶,月销2万余瓶。

北京商报记者向商家咨询产品功效,客服人员均称产品对改善皮肤有疗效,可以很好地修复胶原及弹力蛋白,提高锁水能力,解决肌肤干燥等多种问题。

据美肤领域专家介绍,胶原蛋白分布在全身各个组织器官之中,尤其是在皮肤中,胶原蛋白的重量占了70%,胶原蛋白负责为皮肤提供弹性和紧致度,并扮演着“深层水库”的角色为表皮提供水分。但随着年龄的增长,人体胶原蛋白含量会逐渐流失,所以宣称能补充胶原蛋白的相关产品受到了不少爱美人士的追捧。

在国内,胶原蛋白产品的主要销售终端是品牌专柜、连锁药店、电商渠道。来自业内的统计数据显示,目前胶原蛋白在国内已经形成了一个近百亿元零售额、平均增幅25%的市场。与八九年前只有日本FANCL一家相比,目前国内胶原蛋白产品的生产厂家已有上百家。不少消费者都表示曾服用过胶原蛋白相关产品。

猪皮牛骨易污染  
质量无监管

查看姿美堂胶原蛋白粉的包装盒,可以看到配料表上显示:纯小分子鱼胶原蛋白粉,主要原料来源于鱼鳞。而北京商报记者在随后的调

## 胶原蛋白粉的鉴定窍门

## 第一招:看颜色

纯正的胶原蛋白粉是粉末状的颗粒,均匀细腻,颜色为乳白色。颜色偏黄的,一般都是明胶蛋白的纯度不够。若颜色过白,则很有可能是使用漂白剂导致的。

## 第二招:闻气味儿

市面上较为流行的养颜美容类胶原蛋白都是从鱼皮、鱼鳞中萃取的,因此有股淡淡的腥味,类似于鱼腥或豆粉的味道。而猪、牛等动物皮骨胶原蛋白一般都会有淡淡的骨香,而无其他异味儿。

## 第三招:看水溶性

纯正的胶原蛋白粉可以在温开水中溶解,无需搅拌。溶解时会出现透明的淡黄色。劣质的胶原蛋白粉不易溶于水,且溶解会导致腥臭味的增加,并需要进行搅拌才可达到溶解的效果。