



松弛的春天最时髦

2023春夏时装趋势显示“着装舒适性”成为设计师共同追求的设计要点之一,自然灵动的线条让服装更适合日常穿着,也让造型装扮“美”的表达不仅仅局限于身体曲线的勾勒而更多展现出“松弛感”,时髦得毫不费力又气场十足。

松弛感所追求的“松”不是“松垮”,而是拿捏分寸,在松与紧之间谋求一种恰到好处的“松”,这份“恰到好处”可通过版型、配色及单品风格三方面入手。

A 松紧有度,彰显廓形感

时髦精们切记盲目追求“衣不称身”的“宽”,容易给人造成“邋遢”感,正确的做法是让身体与服装之间留有恰当的“呼吸感”,这样整体造型装扮看起来尽管不是以紧身塑形,却依然有型。

因此在版型上应强调“合身”并辅以略微宽松的版型,还要注意保留服饰的廓形感,如上衣若版型是外扩型,很可能就拉宽身材显得虎背熊腰,直筒型会好很多,还能适度修饰腰身。

B 清亮素雅,高级显气质

颜色上松弛感穿搭的主基调往往选清亮、柔和、浅色系,一般以中性色如米色、卡其色、黑白灰等颜色为佳,显得干净高雅。

需要注意的一点是,全身浅素色系加宽松版型,容易让人担心显胖,那么除了廓形和线条感的打造之余,还需注意服饰的花纹,花色越是花哨或复杂就越容易显得“臃肿”,故此应选取花纹简约而具廓形感的宽松服饰,可极大程度扬长避短。

C 中性混搭,随性亦和谐

所谓“松弛感”,你可以理解成为其实营造的是一种自在惬意的氛围,要想拿捏好,需要多种风格混搭,看起来似乎有难度,事实上只要在不同风格中挑选相同气质的单品,就能轻松实现和谐混搭。

中性风格的单品就是实现这种“气质”的选择,即使在整体造型搭配融入街头、运动元素甚至一点常青藤学院风,都是没有问题的。

非常值得一提的中性化单品之一是宽松西装,既舒适又不失廓形感,用来打造松弛感造型穿搭简直不要太合适,轻松打造率性气场。

来源:新华网



香氛产品 「渗透」年轻人生活

从大牌香水到小众沙龙香,从蜡烛、精油到扩散器和香薰,能够带来感官愉悦和刺激的香氛产品,快速进入中国年轻人的日常生活。

提高幸福度 香水热度反超口红

近年来,戴口罩成为生活习惯,这让“香水效应”反超“口红效应”成为国人提高幸福感的重要品类。一项关于香氛经济的调查报告显示,除了满足大众对于美与个性的追求,香水香氛产品还因其独特的气味标识度和精神舒缓等功效颇受Z世代青睐。

艾瑞咨询数据显示,57.4%的中国香水消费者认为香水是他们个人气质和独到品位的体现。

相较于传统的商业女香,如甜香、花果香调,自带清冷和不羁气质的中性香被越来越多的女性消费者所青睐,而中性香也常常是小众品牌所深耕的领域。对小众香水的兴趣在用香经历丰富的高阶香水消费者中也得到了显著增长。

对小众品牌的偏爱往往与其高端性紧密相连。在过去三年中,来自海外的小众沙龙香水品牌潮涌般进入中国香氛市场,并广受年轻一代的欢迎。2022年的数据显示,来自法国、意大利、英国等国家的约20个小众香水品牌均首次参加国内电商平台购物节的促销活动,与前一年同期相比,国际品牌的数量增加了60%以上。

表达自我 Z世代用香营造氛围

营造氛围、感官享受和调节情绪是Z世代购买香水的三大主要目的。56%的Z世代表示用香首要目的就是营造氛围,也可以理解为表达性格,打造自带人设,吸引同好。此外,34%的人表示以此提高生活品质,25%觉得买香水也是对自己的一种小奖励,Z世代将香水和自我的联系越发清晰和紧密,成为他们发现自我和表达自我的媒介之一。

精细到不同的香氛品类,彩妆香水是过去一年最受Z世代和千禧一代喜爱的香氛类产品,其次是香氛蜡烛和车载香薰,液体香薰和固体香膏也呈现出较高潜力。

助眠安神 香薰成为家居热门

研究显示,香气能够缓解愤怒、烦恼、压力等负面情绪,同时激发快乐、放松等正面情绪。除了香水,香薰也是近年来的热门家居产品。调查显示,人们使用家居香薰的三大主要目的是:营造氛围(64%)、感官享受(52%)和舒缓工作和生活压力(42%)。代际差异上,千禧一代比Z世代更倾向于注重香薰所带来的感官享受,出于感官享受而使用家居香氛的人群比例随着年龄增长而不断攀升。

其中,相对于香氛蜡烛、线香等有火香薰,人们普遍更加偏爱液体香薰、扩香石、扩香木、香薰机等无火香薰,认为更加便捷安全。无火香薰的原理多是利用挥发性较好的植物或物体,将精油吸收并逐渐在空气中挥发,安全性相对较高。同时,香薰蜡烛是否“无烟”也成为了新的考核标准,以此来降低燃烧产生黑烟对健康带来的损害。

调查发现,家居香氛的主要使用场所为卧室(79%)、客厅(56%)和卫生间(53%)。除了传统认知的遮盖异味、营造氛围接待亲朋或居家独处时光,香氛产品的使用场合极大程度地扩展到了如卧室这样的私人场所。数据显示,家居香氛品类下对于卧室、助眠、安神等相关关键词搜索量呈上升趋势。不难看出,香氛在都市人群抗焦虑和缓解睡眠问题上的作用逐渐得到关注,并成为当代压力人群获取情绪自由的途径之一。

此外,比起千篇一律的香调,未来,为个人定制的“专属气味”或将成为趋势。不少国际美妆品牌、香精巨头已在此领域发力,通过与科技公司合作,帮助消费者做出准确和个性化的香水选择。

来源:新浪网