

产气后颜值大飞跃 赵丽颖的「变美法则」值得圆脸小姐姐学起来

□ 株洲晚报融媒体记者 任远



▲让圆脸找到“骨骼感”。图片来自网络

法则1 让圆脸找到“骨骼感”

赵丽颖是典型的圆脸，脸型偏方，但胶原蛋白饱满，脸型曲线圆润，再瘦上镜还是偏短圆脸。从细节上看，鼻头圆润嘴巴小，眉眼皆短，圆圆钝钝的幼态，很适合演甜美的邻家小妹妹。

但这也限制了她的风格。前期的角色大多是“傻白甜”，虽然有亲和力，但总让人觉得不太大气。随着年龄增长，又生了孩子，之前的婴儿肥逐渐褪去，肉肉的包子脸骨相倒是更清晰了。高挺的鼻骨优势更明显，下颌角和眼窝线条也清晰起来。

笔记：圆脸内脸的小姐姐要坚持健康瘦身，骨相清晰能为气质加分不少，营造高级成熟的氛围感。不过减肥也要合宜，瘦脱相会更显疲惫。

法则2 妆容从圆润到棱角分明

赵丽颖是典型的大圆眼。早期她习惯用各种粗眼线来修饰，搭配红极一时的粗平眉，打造无辜可爱的大圆眼。唇妆也是偏韩系的粉嫩挂，强调亮泽度，甜美邻家，和她当时走的路线也比较符合，但也因此一直被说和“时尚感无缘”。

五官太邻家本来就吃亏，本来就唇小眉眼大，浅唇色就显得脸上半部分比重大——很漫画脸但视觉上舒展大气。不过这两年她的造型发生了许多变化。以前的粗圆眼线，改成细细的眼尾，眼线和眉形平行，轻轻上翘。眉毛也配合眼妆调整，既然眼妆不强调又大又圆，一字形平粗眉也变为温柔的细长挑眉，突出一点棱角，让眉眼拉长。

唇妆上，她现在几乎不涂裸色、或者一味水光感的嫩粉，改为偏雾面的口红，唇妆涂法上也涂得更饱满。嘴有了存在感，就调整了她五官“上重下轻”的问题，上下整体舒展平衡。虽然还是甜系，但看上去有“洋气”。

笔记：圆脸内脸化妆避免圆上加圆，强化五官锐度，加强棱角感。比如带一点眉峰的长挑眉、缩小眼尾眼影晕染范围，不用繁重夸张的假睫毛、过粗的眼线，都可以弱化钝感。

▲加重唇妆调节脸型比例。图片来自网络

前不久，网上爆出新闻称赵丽颖的老家拆迁了。对于拆迁款，赵丽颖一分钱都没有动，而是全部捐给了自己的家乡，用于家乡的建设，获得一致好评。

赵丽颖是我们非常熟悉的影视明星，凭借自己的努力成为娱乐圈的当家花旦之一。除了事业上的成功，许多人发现，赵丽颖这几年也是越来越好看了。作为曾经被嫌“土”的圆脸代表，在产后找到了适合自己的型格，实现气质飞跃。本期，我们就来盘点一下她气质进阶的法则，给普通姑娘一些借鉴。

法则3 发型上挡住额角

赵丽颖在早期总是高马尾、丸子头，公主头，整体是很可爱，但圆而整齐的发际线很容易显包子脸。

现在她放下刘海，改为偏分，适当挡住了发际线，没那么圆就没那么稚气，蛮符合她妆容想传达的清冷风情。

笔记：圆脸小姐姐尽量避免圆而整齐的发际线和繁重的齐刘海。偏分的发型可以为气质加分不少。

▲发型偏分增添气质。图片来自网络



法则4 服装造型倾向V领

赵丽颖早期穿搭给人感觉是保守、甜美。但这种搭配往往会显得不太大气。

现在的造型中，她更注重服装的质感，虽然还是甜美系，但气场中有力地透露出坚韧的矛盾感融于一体。

还有一个细节是，现在她更喜欢选择颜色更深邃的大V领或深V领礼服。这种服装会在视觉上调节头身，让脸显得更加修长。

笔记：圆脸内脸小姐姐，如果头肩比不够优秀，在服装选择时优先考虑V领，细窄深永远会比宽圆领更显比例，也让脸型显得更加秀气。



▲V领造型调整头肩比例。图片来自网络

每周来种一棵草



网友张涨涨：五年前开始重视防晒，各种热门防晒都用了，得出的结论还是要注重物理防晒。今年果断断了这件防晒面罩。360度无死角遮住面部，还有呼吸口，戴着去爬山，也不怕晒黑了。

编者的话

一件好物不仅可以提升生活品质，也给我们忙碌的生活带来更多幸福感。你生活中有哪些喜爱、好用的物品，欢迎“以图+描述”的形式向我们投稿，分享给其他人。物品可以是服饰搭配单品、日常用品，也可以是好吃的零食、家装用品。总之，只要这件物品是符合当下年轻人潮流时尚、生活时尚，都是我们的分享主题。我们将择取部分好物刊发出来，入选的作者将获得小礼品一份。

(联系人:任记者,微信:81104342)

玩趣味游戏 学垃圾分类

本报讯(株洲晚报融媒体记者 伍靖雯 通讯员 张硕)“核桃壳属于其他垃圾吗?”“纸箱肯定是可回收物”……5月12日下午,天元区栗雨香堤小区,一场别开生面的模拟垃圾分类知识竞赛游戏,吸引居民竞相参与。

看似是游戏,分类的道理都在其中。比如模拟垃圾分类投放,居民们要分辨每张卡片代表什么垃圾,并投入正确的分类容器。现场,天元区环卫服务中心党支部的党员们,也为居民们讲解垃圾分类的各项小知识。

“垃圾分类,最重要的是让大家真切感受到这项工作的必要性。”天元区城市生活垃圾分类工作领导小组办公室有关负责人介绍,再过不久,栗雨香堤小区、银苑小区,将作为辖区第二批试点小区启动生活垃圾分类。他们希望通过这类轻松有趣的活动,多向大家普及相关知识,并收集居民对垃圾分类的看法和建议,让垃圾分类更贴近居民需求。



▲活动吸引居民们纷纷参与。通讯员供图

微党课请“老革命”忆峥嵘岁月

本报讯(株洲晚报融媒体记者 杨凌凌 通讯员 罗金鹏)“为了打败敌人,哪怕是要用命去换,我也愿意!”日前,在芦淞区建设街道学堂冲社区老党员陈贤甫家中,社区的老、中、青三代党员及党员子女围坐在这位“老革命”周围,聚精会神地聆听老人回忆峥嵘岁月。

陈贤甫年近九十,曾在上甘岭战役中英勇作战,肠子及肋骨被炸断后才被抬下前阵地。老人为来访的党员、孩子讲述了自己的革命经历,一再叮嘱大家要珍惜来之不易的幸福生活,传承好革命精神。

电子商务培训进社区

本报讯(株洲晚报融媒体记者 李逸峰 通讯员 凌杏 杨霞)5月10日上午,云龙示范区龙头铺街道三搭桥社区电子商务职业技能培训班开课,48名社区居民参加培训。

如何让电商“小白”迅速掌握电商技能?云龙示范区龙头铺街道联合区劳动和社会保障局送培训进社区,助力乡村振兴。本次培训为期10天,授课老师从直播营销、短视频运营、短视频内容拍摄制作、实践强化等方面进行专题培训。

“此次培训受益匪浅,十分实用。我将尝试通过直播带货,将自家和周边村民的农副产品推销出去。”学员钟芳说。

新茶饮“涨”声一片 喝着还香吗? 吐槽归吐槽,消费者购买热情依旧不减

□ 株洲晚报融媒体记者 易蓉 实习生 刘雅倩

天气越来越热,一杯甜美冰凉的现做茶饮,成为很多年轻人的“续命神器”,也是众多“快乐水爱好者”的最爱。

但近来,茶饮却纷纷涨价了。“茶百道”“CoCo都可”“益禾堂”“1点点”等多个新茶饮品牌产品价格上调。

茶饮为何集体涨价?对市场影响几何?对此,记者连日来探访株洲多个茶饮店,进行实地调查。

多品牌集体涨价

网友的吐槽与热议,是从一封“信”开始的。

前不久,“茶百道”创始人王霄焜在朋友圈发了一封致茶粉的“信”,提到:受大环境的影响,水果设备、包装等原材料的价格上浮,将会进行饮品价格的微调。

5月11日,记者去“茶百道”看到,该店的热销饮品——黄金椰椰乌龙、杨枝甘露、西瓜啵啵、1L水果茶等招牌产品价格均上调2元。

这并非个例。“港道”奶茶店的热销饮品杨枝甘露由原来的18元涨到20元,“CoCo都可”的饮品“红果小姐姐”涨价2元,“双响炮”涨价1元,“益禾堂”“1点点”全线产品上调1元。

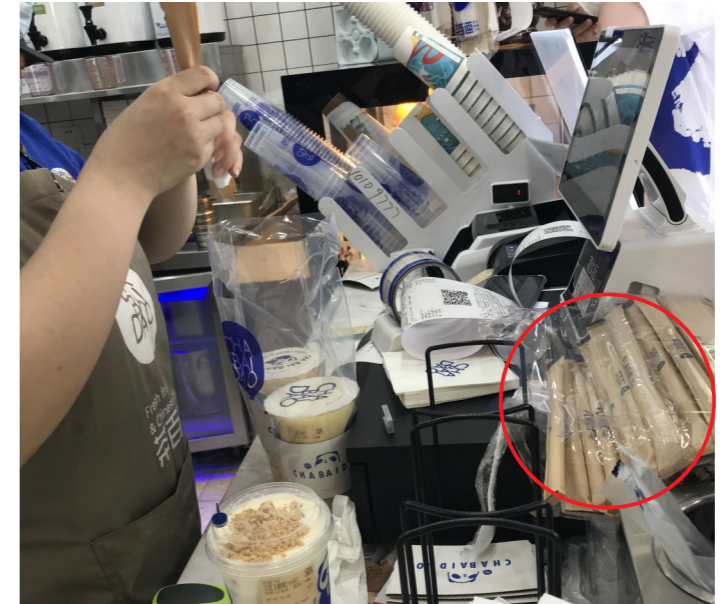
原料成本上涨是涨价主因

“光是水果的价格就在飙升啊!”“港道”神农城店的店员告诉记者,现在消费者都要健康、新鲜,所以饮品的原材料都尽量要好一点,而一些进口占比较高的水果,如西柚、凤梨等也出现了相当明显的价格上涨。

“我现在就指着西瓜等水果大量上市,价格下来后能把原料成本往下拉一拉。”“你好”茶饮店老板说。

此外,塑料粒子、纸张、PE膜等涨价,导致茶饮杯成本上浮。今年“吸管禁塑令”实施,茶饮店里都将塑料吸管换成了成本更高的纸吸管、PLA(聚乳酸)吸管。

位于市民中心的“你好 茶里”的店老板帮记者算了一笔账:杯子是定制的,成本大概要0.8元/个,每根PLA吸管的成本比塑料吸管贵1毛钱左右,比纸吸管贵几分钱。加在一起下来,光是一套杯子、吸管、杯套的成本都要1.2元,相当于每个月要多出好几千元的“硬成本”。对一家小店来说,这不是个小数字。



▲“禁塑令”之下,茶饮店都将塑料吸管换成了成本更高的纸吸管、PLA(聚乳酸)吸管。记者 易蓉 实习生 刘雅倩 摄

茶饮利润已经不复当年

茶饮,曾是暴利的象征。外界一度盛传“一杯10元奶茶,2元成本”的传说,吸引了很多创业者涌入。现在一杯茶饮的利润到底有多少?

“我当初是被这样的传说吸引进来的,所以加盟开了奶茶店。”天元区奥园广场的“不要对我尖叫”奶茶店老板欧阳伟告诉记者,去年11月,她加盟“不要对我尖叫”,开店半年以来发现,茶饮的成本也在不断地升高。

她告诉记者,一杯奶茶,原料成本占40%至50%,房租和人力成本占40%,纯利只有10%左右。还有一些“看得见”的成本。她表示,只要打开朋友圈,

就会发现“凹造型”的奶茶越来越多了。对于现在的茶饮产品来说,好喝只是及格线,想要达到优秀需要自带传播亮点,比如消费者愿意拿在手里拍照发朋友圈。而且多平台多渠道的推广,都要跟上。

在她看来,好喝需要成本,好看需要成本,好的产品更需要成本。一杯产品正在变得“无利可让”。因此,即使原料不涨价,茶饮的成本也在不断地升高。

“这波涨价潮,对大品牌来说,影响没有那么大,但对区域小品牌或者新品牌来说,是沉重一击,更不敢涨价,怕把顾客给推走。”欧阳伟说,开店半年,她已考虑关店,反正是亏了。

吐槽之后,爱喝的还是照样买

茶饮“涨”声一片,也引来一些消费者的吐槽。

“现在的奶茶店,老款涨价一两元,新款直接20元以上,我的经济能力已经跟不上奶茶涨价的速度了。”奶茶的忠实爱好者小琴说。

“车厘子难实现自由,现在连茶饮的快乐也要没了。”“90后”的上班族小肖感叹。

然而,吐槽归吐槽,但对消费者的购买热情影响并不大。

位于神农城的“CoCo都可”店员表示,因疫情原因和口感问题,热销饮品“红果小姐姐”的用

料变多了,价格也相应涨了2元,但消费者愿意为此买单。“港道”的杨枝甘露价格上调,也没有影响消费者的热情,销售依旧火爆。

“一两块钱的差异,还是在可承受范围内。”多个茶饮店的店员告诉记者。

茶饮业内人士表示,如今市面上茶饮品牌太多,消费者选择的范围是很大的,个别品牌涨价之后,找到一个替代品牌是轻而易举的事。因此,茶饮品牌要找到自身的不可替代性才是生存之本。

上海交通大学生命科学技术学院技术合作产品 不老莓多肽粉 27天量 限时1元抢购

不老莓的营养成分:不老莓含有大量的天然抗氧化剂:花青素、白藜芦醇、多酚。不老莓含有天然抗氧化物质“花青素”较高的植物之一,不老莓的原花青素含量为1480毫克/升,是富含胡萝卜素、膳食纤维、维生素(如B族维生素、维生素E、维生素C)、钙、维生素P等丰富营养成分的植物。

果实中花青素、黄酮,多酚是已知植物中含量很高的。果实还含有多种维生素和矿物质元素等物质。多酚是改善毛细血管和血管的结构与机能的非常重要的物质,还有助于刺激和改善循环系统。花青素和黄酮能够维持人的心脏和机体的健康,消除自由基。适用人群:养颜人群、养生人群、三高人群、护眼人群、肥胖人群、老年人群。

为了回馈广大读者朋友对不老莓的关爱和支持,厂家特举办限时1元体验活动:1.仅针对50周岁以上的中老年朋友。2.一组2盒,原价购买两盒,可以享受再加1元购买一盒体验。3.快递免费送到家,满意付款。4.活动截止日期5月20日。

抢购电话:400-888-1349

