

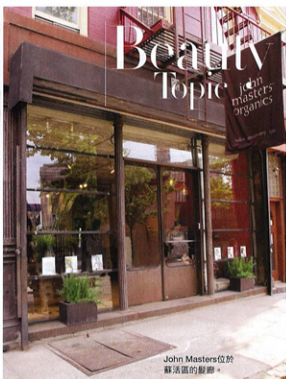
NEW BEAUTYTREND

複合式美妝空間新勢力

不同於一般的藥妝店，複合式美妝空間就像select shop一樣，販售的不只是產品，而是一種生活態度、一種美妝保養美學，講究的不只是從頭到腳全方位的商品，在這空間中，眾多精緻、獨特的品牌與服務，提供你不同的保養哲學，療癒美化身心，讓你內外兼備！

撰文：陳煒娟

John Masters Organics 柑橘
橙花潤髮乳，236ml，NT950。
John Masters Organics 亮采護
髮造型凝露，113g，NT1,750



John Masters位於蘇活區的髮廊。

複

合式美妝空間的風潮在國外已蔚為流行，而台灣才方興未艾，而其概念在於讓你走進進去後絕對不虛無聊，能一次就買齊從頭到腳的美麗行頭；時間充裕一點的，還可以連頭皮、身體的疲勞酸痛都一一解除，甚至連你的脾胃都照顧到了。

關於這樣的美妝趨勢，國內彩妝保養品大代理商——千秋國際總經理蔣曼琪表示，複合式美妝空間的興起是來自較成熟的美妝市場，在分眾明顯下，因此集結許多具特色的個人品牌，而之間的共通性更能激盪出微妙的火花，營造不凡的風格。

像是香港的Joyce Beauty、英國的Space NK，及澳洲MECCA cosmetics，便是如此。台灣的10/10 Apothecary稱得上是這股趨勢的先鋒，找來了十幾個頗具知名度的個人品牌，將專櫃營造出另一種美妝生活美學。至於即將開幕的「唯園」則鎖定在有機品牌上，蔣曼琪說，這樣的想法在心中醞釀許久，尤其在經常往返國外中發現，從食品、有機棉、蠶絲，甚至是要兒食品、果汁均紛紛向有機靠攏，其對於肌膚的副作用又少，絕對是一股趨勢。此外，美妝跨足身體保養，以及美妝美髮也都趁勢而起，就讓我們來看看這些呵護你健康美麗的地方吧。

唯園有機保養品專櫃

以fashionable的有機品牌為主，予人精緻的感覺，位於新光三越A4。

Shigeta，是日本人在法國創立的有機品牌，這個註血品牌讓蔣曼琪一見傾情，因為從中能感受日本人對追求身心平衡的期待，及法國人對於簡單保養的要求。

創辦人Chicho自小家裡開髮廊，25歲到了法國學習芳香療法與專業按摩，她最愛的便是幫人按摩。於是，你可以看到一字排開的精油，完全吻合品牌「賦活美肌保養法」的宗旨，因為透過按摩可以更了解自己的身體，而植物精油強大的能量，是強健免疫力的最大功臣。這樣的保養理念深獲讚賞，更得到不少法國名人的支持，甚至還進駐法國知名精品店Colette中販售。

而另一個有機髮品——John Masters Organics，之所以獲得蔣曼琪青睞的原因是，環保就是創辦人本身的生活方式；自九〇年代創辦之初，即以減少二氧化碳的排放量為宗旨，因此在紐約創立了一間100%風力發電的髮廊。同時John為了增加環境的新鮮空氣，更在髮廊中庭建立一個環保花園。他的知名度就如髮廊一般，因為來到這兒的人都知道，這裡採用化工品，洗髮就像是進行一場宗教的淨化洗禮，還因此得到「淨風髮廊」的美名呢。



唯園。

圖照提供：Shigeta、Smooove美妝、Kanebo、香林園美妝、平林園



Shigeta純然淨化精油，15ml，NT2,400。拿棉
布就按摩哪裡，以畫圈方向按摩即可。
Shigeta玫瑰精露，125ml，NT1,500。可以飲用
的玫瑰水，也是臉部最好的修護化妝水。