



無盡夏日的精彩

別緻的度假風手袋，充滿光彩的美肌，還有網球風格的精品，以最時尚的打扮迎接夏日的陽光。此外，跟隨華裔加拿大 YouTuber Oh Emma 的腳步，踏入 Chanel 法國玫瑰園，經歷一場如夢似幻的旅程。

攝影 Carlyle Routh

自然自信

頭髮掉落不苦惱，革命性美髮產品為妳帶來無限自信與魅力

每個人每天都會掉50至100根頭髮，這個數字也許會令人感到驚訝。令頭髮掉落的因素有很多，包括髮絲受損，髮根不夠強壯，而日常的梳頭、吹髮造型，亦有機會為頭髮帶來傷害。

如果每日掉髮量於上述正常範圍之內，乃屬人體自然現象，無需過份擔憂。然而，想令頭髮變得更強壯健康，不妨試試法國著名美髮品牌 Kérastase 備受歡迎的 Genesis 系列產品，經醫學證明，持續使用六週能有效減少脫髮。配方除蘊含生薑萃取以及雪絨花幹細胞等超級有效成份以確保成效卓越之外，更周到照顧每個人頭髮的實際情況以及日常護理習慣，令妳可根據自身髮質、掉髮程度以及護髮習慣來選擇最佳適用產品。Genesis 系列的推出，除希望能幫助提升自信和魅力之外，更想提醒大家無須為頭髮掉落而感到焦慮和擔憂。

The Kit 邀請多倫多時尚美容專家 Cher Bai (@chermycloset) 親身試驗 Genesis 系列產品的真實使用效果。一齊來看看這位留著一頭中長髮，中等髮量，喜歡染髮的美容專家對這個系列產品有什麼評價。

Kérastase Genesis 希望令每個人都能擁有一把充滿光澤的漂亮秀髮，從而變得更自信。對於妳個人而言，令妳覺得最為自豪之處是什麼？
「成為媽媽令我感到自豪。生了小孩我才知道，原來自己是如此的堅強，如此的勇敢無畏。養育小孩實屬不易，但付出很多的同時收穫亦很豐盛。」

妳是如何保持每日都充滿自信？

「要提升自信，健康的秀髮和漂亮的皮膚所起到的作用立竿見影，能令我對自己更充滿信心。每個人都有情緒低落的時候，我亦不例外，但我學會了接受自己，善待自己，不要對自己要求過份苛刻。糾正心態，便能加強自信。」

妳所收到的建議中，有沒有至今妳仍覺得很有道理的？

「與別人攀比最容易令自己產生負面情緒。如今，盲目追求跟風已經到了一發不可收拾的地



步。大家都要理性，妳就是妳，保持自我才是最個人魅力之處，為什麼要跟別人一樣呢。」

妳最喜歡 Genesis 系列中的那款產品，為什麼？

「我喜歡 Genesis Anti-Breakage Fortifying Serum。它促進我頭髮生長的效果明顯，同時頭髮受損和脫落的情況改善亦非常顯著，而且氣味芳香怡人！如今，它已成為我每天日常頭髮護理程序不可或缺的產品，是 Genesis 系列中我最喜歡的一款。質地清爽不粘膩，能被頭髮迅速吸收。」



妳覺得 Genesis 整個系列有什麼吸引之處？

「我喜歡 Genesis 的標誌性香味，令我的頭髮散發出怡人清香，感覺就像剛剛去了美髮沙龍做完頭髮護理一樣。此外，它能使頭髮變得更水潤有光澤，能有效保護髮絲免受傷害，亦是我最喜歡之處。」



KÉRASTASE GENESIS SÉRUM ANTI-CHUTE FORTIFIANT, \$80 • KÉRASTASE.CA

「我從來不知道，製作一瓶香水需要消耗這麼多的花朵，而鮮花的養殖和收割需要付出如此大的努力。」本期封面人物，金融高管出身的視頻博主 Oh Emma 說道，在 Youtube、Instagram 和微博上，她以 @oopsoemma 和大家分享她所有美的信念。Oh Emma 的土衣和珠寶均來自 Chanel。



追逐玫瑰香

與華裔 YouTuber Oh Emma 一起遊歷 Chanel 於格拉斯的秘密玫瑰園

文 Renée Tse

清晨六點，車輛在一棟優雅的農莊建築前停下，我們來到了本刊封面照片拍攝的目的地現場：Chanel 位於法國格拉斯的專屬玫瑰園。為了抓住黃金拍攝時間，我和 Oh Emma 今天凌晨四點就起床。當我們到達玫瑰園時，太陽還害羞地躲在山坡背後，看著它緩緩升起，絢麗的朝霞將天空染成一片粉紅。舉目眺望，田野間一片玫瑰花海，香氣彌散在空氣的分子當中，香甜如蜜，讓人感覺到心都被融化了。「我覺得這裡很夢幻，有種超乎自然的感覺，妳覺得呢？」Oh Emma 問我，此刻，我跟她的感受完全一樣。

格拉斯作為全球香水產業中心已超過三百年歷史。這片位於普羅旺斯地區的土地，溫暖怡人的地中海氣候孕育出肥沃的土壤，為鮮花提供了理想的生長條件。得天獨厚的自然資源吸引了 Chanel 的青睞，於 1987 年開始，當地最大的花卉農莊之一 Joseph Mul 及其家族成為了品牌長久的合作夥伴，自此，佩戈馬斯 (Pégomas) 花園盛開的花朵便成為了由著名調香師 Olivier Polge 調製的品牌標誌性香水的主要成份 (包括玫瑰、茉莉、鳶尾、天竺葵和晚香玉) 的原材料來源。

今次拍攝正好遇上今年的第一次大豐收：五月玫瑰，我跟 Oh Emma 都感到無比興奮。這個品種的玫瑰是許多著名香水，如 Chanel No. 5 的主要香料提取原料，屬於百葉薔薇 (或「百瓣」玫瑰)，每年開花一次，花期持續三週，當前是它香味最濃郁純正的時期。

正當我們沈醉在花海仙境當中，耳邊傳來動聽的鋼琴旋律。花香、花朵、音律縈繞，置身其中感覺如幻似真，無比夢幻。然而，音樂的安排並非單純為了營造詩情畫意的意境而設，其實是有實際用途的：利用聲音頻率來預防玫瑰受到細菌感染侵蝕，Joseph 家族於花田四周悉心編排了揚聲器，每天會播放音樂三次，多麼環保的病蟲防害方法！

為了在玫瑰花開最佳時機採摘收割，我們於早上八時已跟著 Joseph 的女婿 Fabrice Bianchi 在花叢中忙碌。首先，我們必須要學會保持花瓣完整逐朵人手採摘的方法：用手掌圍著花瓣，再用手指捏住基部的綠色花萼，然後輕輕把它扭斷。

採摘員會輕柔地把採下來的玫瑰放在圍裙裡，裝滿後再小心地裝進粗麻布袋裡。收穫滿二十個大袋後再由一輛白色貨車運到製作工場，然後進行磅重，跟著倒進巨型金屬桶中再進行提煉。花朵被摘下來的那一刻便會開始氧化變味，因此，抓緊黃金時間乃是至關重要的環節，要提取出最新鮮的花朵香味精華，從採摘到提煉的時間要很短，動作要迅速！

享用完一頓戶外花田午餐後，我騎著有 Chanel 藤袋的單車回到早上拍攝現場。我一度質疑自己的方向感，因為只是短短數小時，原本佈滿鮮花，現在只留下一片翠綠，更可惜我已不能在花田中拍照留念。我摸了摸自己的口袋，還好裡面的五月玫瑰證明了，這並非是一場夢，我真的有來過這個夢幻的地方。

香水背後

Olivier Polge 的父親 Jacques Polges 於他四歲時就成為了 Chanel 的調香師。作為 Chanel 鼻祖的兒子，Olivier 少年時曾一度沈迷於音樂和藝術史，隨後於 2015 年繼承父業，自上任以來調製出許多令人難忘的香水，包括 Les Eaux de Chanel、Gabrielle 和新一代 No. 5 L'eau。

從音樂到香水：「我二十歲時便開始跟著父親在實驗室學習這門藝術，驚喜地發現音樂和香水有著共同的語言。於是，在創作香水配方時，我便將音律的思維融合其中。」

第一個香水記憶：「當我七、八歲時，媽媽成為率先使用父親在 1984 年創造的 Coco 香水的首批人士之一。這是我記憶中媽媽的第一款香水，那是一種非常溫暖的感覺。」

成為一名調香師的條件：「大家往往會意識不到自己擁有敏銳的嗅覺。只有當你成為一名調香師，你對嗅覺的感受會越來越強烈，大腦會漸漸建立起一個氣味庫，從而培養出構想新香味的能力。這並非是簡單的重組，而是關於變革和創新。打個比喻，我覺得製作香水就像時裝設計師設計面料一樣。」

如何調製新香水：「在 Chanel 的字典裡，只有向前看。『一百年前的 No. 5 是怎樣的？』從來不是我們的考慮範圍。如果我們要創造新的東西，只會想『明天的 No. 5 應該是怎樣的？』」



上：五月玫瑰大特寫。
下：座向盛放的玫瑰花田的 Chanel 農莊建築。



生產香水的數字

30 公頃土地種滿各種花卉
其中有 10 個品種用於種植測試和研究
50,000 棵玫瑰種在花園
3 隊，每隊 20 人手採摘團隊
鮮花採摘必須以每小時 5 公斤的速度完成
350 朵玫瑰等於 1 公斤玫瑰
250 克花瓣放入每個提煉金屬桶
在 68°C 下連續加熱 3 次萃取
將花瓣萃取出香精，花時 7 小時
400 公斤玫瑰只可提煉出 1 公斤香精
1 公斤香精只產生 600 克玫瑰淨油，乃 Chanel No.5 配方成份之一



打造 Oh Emma 封面美妝

柔美夢幻的妝容：CHANEL 化妝師 JULIE CUSSON 以三種不同色調的眼線，打造出碧姬芭鐸 (BRIGITTE BARDOT) 標誌性妝容的現代柔和版。「首先，用漿果色勾勒上眼線，然後用梅子色拉緊上眼線條。」CUSSON 說道：「在內眼線和下眼線稍下方添加琥珀色。塗上睫毛膏。用中等色調的陰影粉巧妙地勾勒出臉頰和下巴的輪廓。再用桃紅色唇筆勾勒雙唇，最後塗上中性粉紅色唇膏。」

難忘的時光

四大迷人又富有傳奇色彩的法國里維埃拉景點，夏日之旅不可錯過的體驗



COLOMBE D'OR · SAINT-PAUL-DE-VENTENCE：可追溯到 1920 年代，歷史悠久的 La Colombe d'Or 酒店以吸引大量藝術家駐足而舉世聞名，大名鼎鼎的保羅·薩特 (Jean-Paul Sartre)、畢加索 (Picasso)、夏加爾 (Chagall) 和塞薩爾 (Cesar) 都曾是酒店住客。於花園露台用餐，被眾多藝術家、作家和詩人的偉大藝術作品包圍，感受非凡的藝術氣氛。



PROMENADE DES ANGLAIS · NICE：十八世紀英國貴族來到尼斯 (Nice) 賦予以上這個名字，是為了溫暖怡人的氣候和健康生活環境。現在的人命名 La Prom。沿著天使灣 (Baie des Anges) 的海岸線，寬闊的人行道綿延超過七公里，成為熱門休閒勝地，既可以一邊欣賞美麗的風景一邊騎行或跑步，沿途岸不乏沙灘俱樂部，更可隨心進入任何一間歇息一會，於如詩如畫的條紋太陽傘下喝杯冰涼特飲，令人嚮往。



PALOMA BEACH · SAINT-JEAN-CAP-FERRAT：這個位於尼斯東部的半島，自美好時代 (Belle Epoque) 以來一直是世界精英蜂擁而至的海濱度假勝地。充滿鵝卵石 Paloma Beach 擁有如水晶般清澈的海水，乃當地居民首選的熱門海灘。以畢加索的女兒命名，是著名畫家與其家人和朋友共度美好時光的地方。



ÈZE VILLAGE：保存完好的石頭建築、蜿蜒的小巷和鵝卵石街道，來到這個中世紀小村莊，感覺就像時光倒流。這裡有一個位於山頂的花園可謂無人不知，種滿了繽紛的植物，俯瞰之下，大海美景盡收眼底。進入位於中世紀城堡的精品酒店 Chevre d'Or，在露台上邊喝酒一邊欣賞最佳地中海景色之一，難得的體會。

追逐光芒



亮澤耀眼的雙頰帶出光明妝感新時代。Katherine Lalancette 道出光彩肌膚成為身份象徵的發展歷程

2001年 Revlon 播放了一則廣告引發大眾關注。與以往十多年來品牌所發布的廣告有莫大分別，畫面裡既沒有迷人的披散卷髮，也沒有如 Cindy Crawford 般的耀眼光芒，更沒有花俏閃耀的鏡頭效果，取而代之是一位不知名的模特，自然的頭髮紮成蓬鬆馬尾，以瑜伽姿勢席地而坐，「Capture the light (捕抓光彩)」乾淨的畫面配一把低沉的聲音。

這則廣告其實是品牌為當時最新推出的 Skinlights 系列而設。新系列產品於當時來說可謂是帶起藥妝店領域一場新革命。與當時市場上普遍以遮蓋功效為主的粉底液不同，這款產品很透薄、亮澤，功效是改善膚質而非單純追求高度遮蓋。引用當時《華爾街日報》的一則報導其中一句說話：「這是一款難以推向市場的產品，因為它所產生的效果不同於傳統化妝品。需要教育市場，令女性改變使用化妝品的認知。」

「當時幾乎所有化妝品都是粉狀：粉底是粉餅，胭脂也是，連眼影也一樣。」 Carmindy Bowyer 回憶道：「那個年代的化妝其實就是將各種粉往臉上撲，只能有啞光的效果。」

如果你留意到 TLC 電視台於 2000 年代熱播的一個時尚真人秀節目《What Not to Wear》，應該會記得節目中擔任化妝師的 Bowyer。每次參與者接受完衣櫥大改造後，便會坐於 Bowyer 面前，等她傳授「五分鐘化妝」秘技，其中在顴骨位置塗上一些反光的東西是關鍵步驟之一，而早期節目使用的通常都是閃光粉。

這種閃亮化妝熱潮會慢慢結束。「啞光感會帶來突破。」 Bowyer 說道：「充滿健康光澤的肌膚會越來越受歡迎。」

令肌膚更有光彩是人氣丹麥美容師 Ole Henriksen 一直以來的追求，著名演員 Laura Dern 更是他的長期忠實客戶。插播一件小趣事：Laura 在做完 facial 後觀察到皮膚變得很不一樣，便冠以這種皮膚狀態叫做「Ole glow (Ole 式光芒)」，其實，早在 2000 年代初 Ole 就留意到，這種皮膚狀態不僅在水療館內大受歡迎，走出去同樣得到讚賞。

「微妙的變化已經發生。」 Ole 說道：「時尚的發展趨勢除了走向精緻之外，以素顏展現運動和休閒風格亦已成為另一股熱潮。女性更自我自主，通過皮膚亦能表達自己的思想。」

雖然大家未必意識到，審美其實是反應文化的一面鏡子，化妝歷史學家 Sara Long 說道。大可追溯到古埃及時代人在臉頰上紅赭石的做法。「在當時來說，通常是為了吸引伴侶。」經過幾千年的發展，時至今日在地球的大多數地方，帶玫瑰紅的臉頰依然被視為吸引異性和健康的象徵，也是選擇伴侶的重要考慮因素。

然而，這種兩性吸引力的原始衝動，並非是早期光亮肌膚流行的起因。當然，光亮的肌膚明顯會令人聯想到健康和活力，但是，當時 Revlon 這款新產品追求的，卻

是另外一種健康表現。

「回想一下九十年代，吸食海洛因的風潮侵佔時尚圈。」化妝師 Rose-Marie Swift 說道。蒼白的臉、大大的黑眼圈，幾乎以煙酒為生的模特兒清一色都是這副模樣。「但到了後來，名人明星開始重視自己的健康體態，熱衷運動，令健康活力的生活方式變成時尚潮流，明星大談鮮榨綠汁、斷食節食、健康沙律、有機食物，帶起一股新浪潮。」

之後，世界迎來了健康的黎明。突然之間，通宵派對和經過一晚的洗禮而糊掉的眼線，不再被視為型格的象徵。人人都希望自己看起來睡眠充足並充滿朝氣，因此，亮麗的光彩成為大眾的新追求。

Swift 將這種時代精神灌注到瓶子內，她稱之為「Living Luminizer (活力之光)」，那是一種注入了有機椰子油的珠光脂，一舉成為大受歡迎的產品。她經常開玩笑說，這是一款「在天使身上做測試」的產品。雖似玩笑但其實說的是事實，在產品的開發過程中，她找來無數模特兒真身反覆試驗，其中包括展示迷人翅膀的 Victoria's Secret 明星。

「女孩們都為之瘋狂。」 Swift 說道。它會令皮膚看起來帶滋潤感，而且，皮膚閃著天使般的光芒，但卻沒有化妝。在 J.Crew 拍攝產品畫冊的現場，她往模特兒清新的面孔塗上了這款產品，之後，品牌的客服部收到了不少冊子訂閱者的來電查詢：「那是什麼光芒？」

大眾對光亮肌膚的追求便是從那一刻開始。來到 2010 年代，隨著韓國精華素和氣墊粉餅等大行其道，由韓國護膚品風行帶起了一股「玻璃肌」熱潮。從此以後，像露水的餃子、海豚和甜甜圈，這些由化妝師 Nam Vo 和 Mary Phillips 以及模特 Hailey Bieber 帶起的形容肌膚狀態的新名詞，成為每個人的夢想追求。根據 2021 年 Pinterest 的一份統計報告，「如何獲得自然亮澤肌」的搜索量年度同比增長四倍。

但是，怎樣才算是亮澤肌膚？這似乎是一個抽象的概念。並不像皺紋或疙瘩一樣能準確定義。Dr. Renita Ahluwalia 說道，甚至在皮膚科醫生的專業課程中都無法找到這個課題。

「『光澤肌膚』一詞並非是醫學術語。但大家通常所指的是水潤清爽的肌膚。無色斑、無紅點、無瑕疵、不會薄薄的，是很健康的皮膚，人人都想要」。簡單來說，大家夢寐以求的，其實是完美的肌膚。

2020 年市場調查公司 McKinsey 針對市場規模達萬億美元的健康行業進行了一項調查研究，挖掘消費者對健康追求的實際訴求，有趣的是，除了改善健康、睡眠和營養以及心理健康之外，「更好的

外表」亦是其中一項重要訴求。

研究人員將消費者「更好的外表」的訴求與「以健康為導向」的服裝（例如運動休閒服）、護膚品、營養補充劑以及非手術美容療程等行業關聯起來。大家都深明，要表現出「注重打坐冥想和健康養生」的生活態度，有什麼比穿著 Lululemon 的緊身褲和光滑閃亮的面容更有說服力？

「這包含了一個非常有用的信息，就是你是很認真地對待自己的生活。」 Long 說道，並將其比作 TikTok 上的一類女孩。在她們公開的生活視頻裡，大家會看到她早睡早起，注意鍛煉身體、吃著奇異果布丁，敷面膜更是不可缺少的環節。「從某種意義上說，這是一種潛意識的奢華。代表妳有時間照顧自己，這並非人人有條件能做到。」

在中世紀和文藝復興時期，塗粉的臉象徵著特權，意味著不必為謀生而流汗。如今，在生物效應健康研究和健身訓練營崛起的時代，財富的象徵變成擁有健康，地位的象徵則是注重保健養生。要知道一個人是否過上有品質的生活，看看她皮膚狀態可見一斑。

正如營銷文案所說，是「由內而外」的，但以光彩度作為判斷標準這種做法也許會帶來一些問題，例如當皮膚出現一個疙瘩或著一條皺紋，很容易會令人產生消極情緒，覺得自己在某種程度上是失敗者。

「當有客人過來找我，跟我說『我對自己的生活挑不出什麼毛病，但為什麼還是有這樣的皮膚問題，』每當我聽到客人這麼說，便會感覺很糟糕。」 Ahluwalia 說道：「因為很多時候，即使你沒做錯什麼，有些事情還是無法控制的。」

事實：人類是會長青春痘的，人類是有毛孔的。社交媒體出現 #normalizeskintexture (正常肌膚紋理) 的標籤，亦代表坦然面對肌膚的自然狀態得到正視。雖然，並無必要對臉上的肌膚吹毛求疵，但有方法能改善肌膚的整體光澤何樂而不為？「我 70 歲了，我喜歡自己的表情紋，這代表了我的人生經歷。」 Henriksen 說道：「一張表情生動的臉看起來就很健康悅目。」

肌膚對光線的反射能力至關重要，門診有很多對此有莫大幫助的療程，例如煥膚和激光，Ahluwalia 說道，再結合適當的護膚方案，如適切的皮膚補水，正確使用防曬產品，化學祛角質和視黃醇等產品，便能相得益彰。（注意不要過度使用以上提及的最後兩類，避免破壞皮膚屏障的風險。）她和 Henriksen 還大力倡導局部使用維他命 C 來美白肌膚。臉頰泛著微妙光芒，無論如何都想不到會有什麼壞處。

「喜見啞光的美妝潮流消退，啞色顯得毫無生氣，誰想沉悶呢？」 Henriksen 反問：「何不讓自己的人生發出光彩？」

要知道一個人是否過上有品質的生活，看看她皮膚狀態便可見一斑。

寵愛面部肌膚

執行編輯 Rani Sheen 為妳搜尋優秀的視黃醇精華產品，既能令肌膚變得飽滿、舒緩和清透，又不會刺激皮膚導致發紅和甩皮。最後的獲勝者是……



最高評分：RoC

這些小膠囊絕對值得妳為它掏腰包。每粒膠囊都可生物降解，一粒一次份量，嚴謹保鮮能確保成份發揮最佳功效。一粒足夠用於整臉、頸部和上胸部。塗完後我會加塗一層保濕霜，早上醒來皮膚完全找不到任何受刺激的跡象，露出健康透亮的光澤，而且，使用時間越長皮膚狀態會變得越來越好。用到差不多的時候我會細心數數瓶子裡剩餘多少，以便及時補貨。

ROC RETINOL CORREXION CAPSULES, \$44, SHOPPERS-DRUGMART.CA



奢華呵護：Dr. Lara Devgan

由備受推崇的曼哈頓整形外科醫生 Dr. Lara Devgan 帶來的這款精華液盡顯奢華。臨睡前使用第二天就能感覺到膚質改善，再過一天甚至會更佳。使用過後能明顯感覺到皮膚紅點消退，膚質變得越來越清新，更能促進痘痕癒合。我發現它的淡斑效果也很明顯。雖然它價格令人吃驚，但也無損我對它的一往情深。

DR. LARA DEVGAN RETINOL + BAKUCHIOL SERUM 2.5%, \$420, SSENSE.COM



貨真價實：Neutrogena

含有 0.5% 的純視黃醇，這款在藥妝店出售的產品可謂是真材實料。清透的精華液皮膚極易吸收，令肌膚透出淡淡的光彩。配方含有醋酸生育酚（維他命 E）和紅沒藥醇（舒緩洋甘菊的一種成分）等潤膚成分，能做低敏效果，配方考究可謂是功不可沒：每次使用後便能感受到皮膚變得明亮、更舒緩，效果確實不錯。

NEUTROGENA RAPID WRINKLE REPAIR SERUM, \$40, WALMART.CA



消炎之星：Dr. Dennis Gross

如果疙瘩、痘痕、還有細紋和皺紋是妳的煩惱，那麼，這款一瓶多效的舒緩精華液乃是全效能之選。配方含有一系列優質成分：包括抗炎補骨脂酚、扁桃酸、水楊酸和乳酸等祛角質成份，還有大量的抗氧化劑，更有保濕角鯊烷和透明質酸，確保不會有掉皮屑的情況出現。

DR. DENNIS GROSS TEXTURE RENEWAL SERUM, \$95, SEPHORA.CA



夢幻組合：Dermalogica

為了降低刺激性，使用視黃醇產品時通常會配套使用保濕舒緩面霜，Dermalogica 的 Overnight Retinol Repair 就細心照顧到妳的需要。濃度為 0.5% 的強效視黃醇（微膠囊化，可增強滲透性），用起來沒有任何刺激感，妳只會感受到臉上皮膚亮度和彈性漸進提高。

DERMALOGICA OVERNIGHT RETINOL REPAIR, \$126, SEPHORA.CA

網球風潮

充滿時尚活力的網球裙、鞋和配件，無論是否落場打球都會為之心動

文 Renée Tse

網球賽季開鑼了，職業選手忙比賽，球迷忙追看，熱鬧起來的不止是網球場館，時尚圈亦不遑多讓，紛紛於社交媒體以衣服照片回應。顯而易見，網球著裝不再侷限於球場上，激發了大家的時尚靈感，成為大眾日常打扮追求的新風尚，激起一股運動風格新熱潮。

穿了幾年運動褲，大家自然會覺得運動休閒風格該告一段落了。但事情往往會令人意想不到，2022年的春季時尚天橋卻將運動風潮提升到另一層次。從 Bottega Veneta 到 Dior 再到 Chanel 於蒙地卡羅舉辦的 2022 年早春秀，設計師們展現出多款出色的網球風格設計單品，有用於配合運動休閒的、亦有照顧到商務工作需要的設計，盡顯極致時尚。（我現在就很想要一副雙 C logo 的網球拍，還有那個配套的黑白球拍皮套。）

這股運動風潮迅速席捲整個時尚圈，以網球為主題的膠囊系列紛紛面市，為時裝愛好者帶來更多配搭的可能。例如時裝品牌 Michael Kors 聯合意大利奢華運動品牌 Ellesse 就於本季早期推出一個膠囊系列，以現代風格展現七十年代運動風潮，產品包括有外套、慢跑褲、連帽衫、短褲、跑服等。而以融合運動風格和地中海奢華美學而聞名的現代巴黎時裝品牌 Casablanca 更與意大利珠寶品牌 Bulgari 合作，推出以網球為靈感的膠囊系列。

無論妳正在遲疑是否要重新拿起球拍，還是已經預定好球場準備大顯身手，抑或只是想沾染一下運動風潮，以下這些精選網球風格時尚單品，保證能令妳於球場內外都贏盡掌聲。



BALENCIAGA SOCKS · \$150 · SSENSE.COM.



KATE SPADE BAG · \$248 · KATESPADEI.COM.

MICHAEL KORS X ELLESSE SHORTS · \$98 · MICHAELKORS.CA.



LACOSTE DRESS · \$175 · ALTITUDE-SPORTS.COM.



BULGARI X CASABLANCA BAG · \$2,050 · BULGARI.COM.



LULULEMON SKIRT · \$88 · LULULEMON.COM.



NIKE SNEAKERS · \$135 · NIKE.COM.



ATHLETA TOP · \$79 · ATHLETA.GAPCANADA.CA



MANGO SWEATER · \$70 · THEBAY.COM.

陽光燦爛的日子

想要一頂夏日帽子? 本季三大精選流行帽款任妳選

文 Renée Tse

在所有的夏日服飾當中，帽子帶來的效果可謂是事半功倍。單純一頂帽就有改變造型整體風格的能耐。不僅如此，它還有很多實際用途，可以遮擋太陽，可以掩飾亂髮，更能加添星味。

話雖如此，並非所有帽子都能勝任。目前於時尚圈最搶鏡的就只有三款：棒球帽、漁夫帽和牛仔帽。感謝 Chanel、Celine 和 Jacquemus 等大牌時裝公司均推出三種帽款的各自設計；此外，市場上還有很多不同選擇，要找到合適自己風格的心水之選並非難事。就算妳不是帽迷，以下最佳款式精選或許會令妳心動。

牛仔帽

妳覺得牛仔帽只適合去科切拉 (Coachella) 音樂節時裝身? 未必。回想一下 2019 年 Lil Nas X 一首充滿鄉村風格的「Old Town Road」，令牛仔風格熱潮捲土重來，之後不斷有名模巨星以此造型亮相，使其流行熱度持續飆升。當然，這種充滿西部風情的帽子確實是參加音樂節的最佳配件之選，然而，一些簡潔的設計亦能為碎花長裙打扮，或是套裝造型，甚至最基本的白 T 配襯，帶來意想不到的驚喜。



GUCCI HAT · \$1,230 · GUCCI.COM.



BANANA REPUBLIC HAT · \$280 · BANANAREPUBLIC.COM.



CHANEL HAT · \$2,425 · SELECT CHANEL BOUTIQUES



ANINE BING HAT · \$62 · ANINEBING.COM.



CELINE HAT · \$590 · CELINE.COM.



BRUNETTE THE LABEL HAT · \$32 · BRUNETTETHELABEL.COM.

棒球帽

運動服飾於 2022 年春季秀場大放異彩，難怪棒球帽佔據流行帽款榜首之位。大玩球帽設計於時尚界並不算新鮮事，不少時尚大牌都推出過高端版本，或印有奢華品牌 logo 或繡上座右銘金句。無論妳想走奢華路線還是休閒運動風，想令整體造型變得既型格又輕鬆，加上一頂球帽便能有效效果，簡單快捷。

漁夫帽

九十年代的漁夫帽風潮如今流行度有增無減。這些 360° 全圍邊的帽款已成為四季皆宜之選，冬季可以選毛毛款，夏季可戴帆布的。大膽的色彩和有趣的印花乃是它於今季表現最特出之處。衣櫥裡一頂漁夫帽都未有? 是時候要添置，定能令妳每個春裝造型都變得無比悅目，永遠不會令妳失望。



JACQUEMUS HAT · \$155 · THEBAY.COM.



LULULEMON HAT · \$48 · LULULEMON.COM.



ADIDAS HAT · \$45 · ADIDAS.CA.



紅唇佳人



一抹深紅不僅能改變世人對妳的看法，還能改變自己對自己的感覺。這些充滿視覺衝擊、水潤保濕及長效持久的唇膏，乃是通過主編 Laura deCarufel 長久又嚴苛的測試篩選下來的精英。

妳對那個「Most Interesting Man in the World (世界上最有意思的男人)」的啤酒廣告有印象嗎？廣告說「我並不經常喝啤酒，但當我要喝時，我便是這樣。」我覺得這個廣告詞用在紅色唇膏同樣貼切：不是天天塗紅色唇膏的女性，一旦畫上紅唇妝，就有驚艷全世界的自信。我的情況比較另類：在過去二十多年，我做過數之不盡的「非正式」紅色唇膏測試。紅色唇膏乃是我每日首選，成為我的標誌。如果要舉例出我最了解的東西，除了巧

克力和花生醬以外，就只有它了。即使經過幾十年光景，紅色唇膏於我心目中的重要地位依然絲毫不變：紅色唇妝，無論是對化妝者本人，還是她身邊的過客，都會帶來微妙的影響。化妝歷史學家 Sara Long 更確切地將紅色唇妝描述為「力量的象徵」。一想到即將要把自己無數次測試的結果對外公佈，我就感到無比激動！以下幾款紅色唇膏，我敢擔保，沒有人會說不喜歡。



GUERLAIN ROUGE G LUXURIOUS VELVET MATTE LIPSTICK IN 1925 ROI DES ROUGES, \$42 · SHOPPERDRUGMART.CA

售價 \$42

色調

活潑亮麗正紅色

總體評價

Guerlain Rouge G 啞光唇膏質感柔滑，實點是色效持久長達十六小時。朋友們，我可以確認它不含任何吹噓成份。上週我又進行了一次測試，早上 8 點塗抹，經過一日三餐，喝了好幾杯咖啡，還送出了不少親吻，到了晚上 11 點左右，準備睡覺卸妝，雙唇的顏色依然充滿活力。十六個小時都找不到時間來補塗唇膏，我們都希望這種情況不會發生在自己身上。這款唇膏無論是色效還是持久度，表現都令人印象深刻。所有 Rouge G 唇膏都帶有標誌性香味：融合了檸檬、玫瑰和香草。我素來不喜歡有香味的唇膏，對它卻例外，它的香味很討人喜歡，非常淡雅。

1925 Roi des Rouges 堪稱經典紅的完美版本，明亮、大膽、迷人，充滿法式風情。這是《EMILY IN PARIS》劇中 Camille 角色會塗的顏色。

點讚

它是一款定制唇膏，寶貝！首先從十五種色調中選出自己喜歡的唇膏顏色，然後再從紅色皮革到亮黑色等多款鏡面唇膏盒設計中挑出自己喜愛的風格。注意：這些唇膏盒是另外單獨出售的，想要把它帶走就要多付 \$30 至 \$40 了。



CHARLOTTE TILBURY MATTE REVOLUTION IN RED CARPET RED, \$40 · SEPHORA.COM

售價 \$40

色調

夢幻藍調帶暗紅

總體評價

聽著，Charlotte Tilbury 唇膏非常完美。閃亮的金色外殼，膏體的形狀是方頭，注入了蘭花萃取的配方質感柔滑，The Kit 執行主編 Rani Sheen 用了「非凡」二字來評價它。品牌標誌性的「Pillow Talk」肉粉色唇膏，仍然是至今唯一一款我會用到一點也不剩的唇膏，到最後我甚至會把手指伸進去挖。

Red Carpet Red 一直以來是我最喜歡的唇色，即使它變身為唇膏，奶油般質感甚是討好，我一樣喜歡。它的顏色偏暗，出來的妝效舞台感很強，於日常使用我覺得太濃，這是我對它唯一扣分的部分，但是，如果遇到要參加什麼活動或要出席一些隆重場合，它卻是我的不二之選。

點讚

在我使用過的所有唇膏當中，提到色效的持久性，這款唇膏可謂數一數二（還有前文提到的 Guerlain）。然而，真正吸引我的是品牌創辦人 Charlotte Tilbury 本人，一位傳奇的化妝師和美容大亨。我們一位同事曾在 2015 年採訪了她，得知她在分娩時全臉化了妝。她的軼事在我腦海裡留下了深刻印象。



SHISEIDO MODERN MATTE POWDER LIPSTICK IN EXOTIC RED, \$35 · SHOPPERS-DRUGMART.CA

售價 \$35

色調

深藍調紅色唇膏，帶有微光感及近似漿果色效果

總體評價

日本美容巨頭 Shiseido 出品的 Modern Matte Powder Lipsticks 唇膏深受喜愛事出必有因。唇膏於 2018 年首次推出，對於快節奏的美容界來說已經算是長壽產品，它能兌現每一個承諾：輕盈、不干燥、色效持久。色彩飽滿不易脫落，再也不必擔心會出現吃完一頓飯後唇色掉剩一圈的尷尬情況。

不含香料的唇膏系列共有 24 種顏色，包括幾款漂亮的紅色，其中有我最喜愛的 Exotic Red，顏色雖較為偏向藍底但卻鮮亮度十足。這是一種大多數人都能輕鬆駕馭的紅色調，出去吃晚餐我會塗上它，去足球場給兒子打氣我也一樣會用它。它不會令人顯得過於華麗，會令妳給人一種充滿活力的感覺。配上一副燦爛的笑容，妳的魅力就沒法擋了。

點讚

將唇膏末端設計成尖角的人真是天才。我有個上司曾經說過，每個女人都應該學會如何在沒有鏡子的情況下塗唇膏，而這支唇膏末端的形狀，便是為了讓我們能輕鬆掌握這個技巧而設的。尖角設計便於精準操控，讓妳在晚宴派對期間隨時隨地輕鬆補塗，一塗一抵就完成，時刻保持完美狀態。



FENTY BEAUTY BY RIHANNA FENTY ICON THE FILL SEMI-MATTE REFILLABLE LIPSTICK, \$25 (CASE, \$15, SOLD SEPARATELY) · SEPHORA.COM

售價 \$25

色調

明亮的墨栗紅

總體評價

勇敢衝鋒的 Rihanna 身體力行，大力推動化妝品包裝可持續發展。(Dior 亦不遺餘力。) 這是一款可替換補充裝的唇膏，唇膏管可重複使用，環保減廢。當妳買了唇膏管後，以後再補充消耗完的唇膏，價格真是十分相宜：\$25 就能買到超級棒的 Fenty Beauty lipstick 唇膏。富含保潔透明質酸的純素配方，帶來半啞光妝感。塗在我雙唇上，啞光感很突出，但又帶有微妙的光澤，乃是從辦公室到舞池無縫銜接的唇妝。

MVP 雖然被列為冷色調紅，但我覺得它更接近於純紅色。明亮之中暗帶點磚紅色，帶來不羈的感覺（坦白說，充滿著 Rihanna 風格）。正如 Fenty 的所有產品一樣，這款唇膏在任何膚色的襯托下都顯得無比華麗。

點讚

將唇膏套進唇膏管的動作非常簡單容易，這點對於一個像我這樣，連安裝一個簡單的書架都會弄錯方向，常被丈夫嘲笑說「有時候我真的很懷疑妳的腦部構造」的人來說，尤其重要。雖然如此，我知道依然有不少人抱怨說難搞。



迎接陽光

美容編輯 Ingrid Williams 為妳找出最佳面部防曬產品，令妳從此對它愛不釋手

藉著自己美容編輯身份的便利，關於防曬霜如何選擇的問題，我曾追問過無數皮膚科醫生，雖然不少醫生都指出，要注意選擇廣譜保護和 SPF 30 以上的產品，但我認為最妙的答案是：「妳想用的那款防曬就是最好的產品。」因為，歸根結底，只要能讓妳找到一款妳會真正使用的產品，便能做到保護妳的皮膚免受紫外線傷害並延緩衰老的作用，最重要一點：能有效預防皮膚癌。

事實上，全世界每三位確診癌症病患，就有一位屬於皮膚癌，因而，每日塗防曬成為必然，毫無商量餘地。然而，要找到自己喜歡並適合自己膚質的產品（例如不會泛白，不厚重，質地舒服）並非易事。為了解決妳的煩惱，助妳早日找到理想產品，我們進行了大量的產品測試，務求從茫茫的貨架上找出最佳防曬之選。



最高評價：ALUMIER MD

這款防曬霜能快速與皮膚融合不留痕跡，漲鼓鼓的支撐份量十足，感覺很耐用。通過礦物質過濾紫外線的原理達到防曬效果。雖然配方含有傳統物理防曬的氧化鋅和二氧化鈦，一般來說對深色皮膚並不友好，但這款產品卻完全不會出現泛白或帶紫的情況。而且，無油質地適合油性肌膚和易長粉刺膚質。優點不止於此，配方含有煙酰胺 (niacinamide)、透明質酸和白藜蘆醇等多種抗氧化劑和活性成份，有助於舒緩、保濕和中和自由基，幫助肌膚對抗衰老。總體而言，它並不只是一支防曬霜那麼簡單。

ALUMIERMD CLEAR SHIELD BROAD SPECTRUM SPF 42, \$52 · ALUMIERMD.CA



保濕最佳：LANEIGE

以防曬為主打的滋潤保濕霜可謂是人見人愛。配方的主角為著名的韓國護膚品明星成分積雪草 (即 cica)，乃是一種具有治療功效的古老草本。輔以甘油和氫離子礦泉成份以達至肌膚持久補水的效果，而蘆薈葉和西蘭花萃取則能舒緩肌膚。使用過後肌膚即時變得無比水露，不留痕跡肌膚零負擔，此等效果實在令人感到興奮。

LANEIGE HYDRO UV DEFENSE SUNSCREEN BROAD SPECTRUM SPF 50+, \$39 · SEPHORA.CA



藥妝店之星：LA ROCHE-POSAY

表現出眾的防曬霜，成為大眾的美容必需品。既能讓肌膚得到奢華享受，又可避免荷包受到重創，價格無敵。夢幻般的水感質地贏得每位使用者的讚賞，塗抹在肌膚上能感受到高貴的呵護，皮膚感覺清爽一整天。能與皮膚完美融合，零油膩，打造出啞緻的裸肌感。精緻，持久長效，不含香料，敏感肌膚亦適用並且防水防汗。

LA ROCHE-POSAY ANTHELIOS ULTRA-FLUIDE / FLUID SPF 50+ FACIAL SUNSCREEN, \$30 · AMAZON.CA



出色表現：SUPERGOOP!

想知道妳最喜歡的防曬霜和液體高光筆的愛情結晶長什麼樣嗎？看清楚啦朋友！兼顧廣譜紫外線和藍光保護的配方加入了蜜糖色珠光，營造出微妙的金色光澤。單獨使用會令妳看起來就像剛從熱帶度假回來，於化妝時使用更可增強粉底和腮紅的視覺效果，呈現出自然光澤。配方毫不吝嗇任何對皮膚有益的成分，蘊含豐富的透明質酸、維他命B5、煙酰胺和可於等活效成份，令妳的肌膚在防曬的庇護下源源不斷地保濕，得到滋養和舒緩，由內而外散發光彩。

SUPERGOOP! GLOWSCREEN BROAD SPECTRUM SPF 40, \$48 · SEPHORA.CA



補塗必備：SHISEIDO

防曬天天都要塗，但並非只塗一次就完事。妳需要為隨時補塗做好準備，尤其是在太陽直接照射和長時間暴露戶外的情況下。專家建議每兩小時要塗一次，所以，如果妳享受露台時光或喜歡戶外野餐，最好遵從醫生建議做準備。這款半透明的防曬霜即使在帶妝的臉上補塗也完全沒問題。產品運用了熱量、水和汗水感應技術，能因應溫暖天氣肌膚的需求而自動調節，為皮膚提供最適切的強大保護，同時令肌膚保持清爽無負擔。嬌小身型除了非常適合外出或旅行，使用起來亦很方便靈活，任何細微區域，如耳朵上方、手背、甚至裸露的頭皮，塗起來都十分得心應手。

SHISEIDO CLEAR SUNSCREEN STICK SPF 50+, \$40 · SHISEIDO.COM

夏日潮流手袋

從精緻的迷你手袋，到充滿度假風的草織包包，再到萬用的超大容量設計，伴妳體驗今個夏季不一樣的精彩

文 Renée Tse



MANGO BAG, \$50, MANGO.COM • COACH BAG, \$495, COACH.COM • LOEWE BAG, \$650, NORDSTROM.CA



JW PEI BAG, \$114, JWPEI.COM • BOTTEGA VENETA BAG, \$3,010, SSENSE.COM • MCM BAG, \$915, MCMWORLDWIDE.COM



CLARE V BAG, \$290, ANTHROPOLOGIE.COM • MICHAEL KORS BAG, \$358, MICHAELKORS.CA • MANSUR GAVRIEL X MARIMEKKO BAG, \$595, MANSURGAVRIEL.COM



STAUD BAG, \$295, STAUD.CLOTHING.COM • OSOI BAG, \$450, WCONCEPT.COM • COPERNI BAG, \$1,004, FARFETCH.COM

草藤編織

暑假之旅不一定能成行，但草藤編織袋必定能為你帶來恍如置身夢幻海島和沿海迷人小鎮的度假感覺。即使是在上班途中，也能令你看起來就像「我在巴黎某個地方，正在前往最近的戶外市場採購新鮮農產品或鮮花」的感覺（到 Pinterest 搜索關鍵字「French girl summer」便明）。已經計畫了一連串精彩的夏日活動？無論是海灘野餐，還是夏日婚禮，再到品酒之旅，美觀實用的草藤編織袋於任何場合都大派用場。想要歷久不衰的經典款式？設計師品牌 Loewe 和 Celine 可謂風頭無兩；想要單肩包？Coach 的新設計搭配白色亞麻襯衫和九分牛仔褲甚是討好。偏愛活潑亮眼的設計？Mango 的酸橙或柿色小袋版本十分甜美跳脫。再者，可仿效鍾愛鄉村藤籃的英法時尚偶像 Jane Birkin，到鄉村精品店撿一個減價二手貨，亦能充分表現出極致的時尚風格。

迷你色彩

迷你手袋的熱潮已進入衰退期？非也。夏季又到了，繽紛生活的開啟為迷你手袋潮流的發展提供了最有利因素。IG 和 TikTok 昭示亮麗的色彩乃本季流行核心元素。從 Elsa Hosk 到 Irene Kim，紛紛以迷你的 Dior、小巧的 Bottega Veneta 和精緻的 Chanel 手袋示人，這些時尚偶像的夏日手袋組成了一條無限延綿的彩虹。無論是喜愛簡潔的黑白灰風格，還是準備嘗試不同色彩的拼配，想令整體造型立刻變得份外耀眼，配襯一個色彩明艷的迷你手袋是最簡單有效的方法。

超大容量

對於出門喜歡帶一大堆東西的人來說，時裝舞台提供了最新時尚解決方案，例如 Chanel 的 22 tote 和 YSL 的 Icare 超大包包，吸引力無庸置疑，成功俘獲眾多名人和社交媒體明星的芳心（背著 YSL 巨型手袋的 Hailey Bieber 著實令人印象深刻），燃點起夏季大型手袋熱潮之火。想經得起一季甚至更長時間不同戶外活動的粗重磨練，可偏向選擇耐用物料。歡樂的色彩和有趣的印花圖案還可體現出妳多姿多彩的生活，即使並非反映事實的全部也無妨。想要駕馭這個潮流，大膽作出新嘗試就一定不會錯。

半月造型

源自九十年代休閒單肩包，以結構感更強的半月形設計帶起了一波又一波的復興浪潮。深受時尚編輯喜愛的新晉品牌 Coperni 和 Staud 推出了球形設計，旋即引起時尚界一陣騷動，Sophie Turner、Doja Cat 和 Kylie Jenner 均已被它成功收服。隨後，設計師再以星河月球為靈感，展現出這種極簡主義別樹一幟的風格。既便攜又時尚，非常適合打造流暢線條視覺效果的造型。當然，容量小亦是其特徵之一，不能隨身攜帶太多東西也許會成為它的缺點，但對於凡事講求精益求精的年代，這又何妨？

THE KIT

Editor-in-Chief
Laura deCarufel

Kit Chinese Editor
Renée Tse

Creative Director
Elena Viltovskaia

Executive Editor
Rani Sheen

Beauty & Lifestyle
Director
Katherine Lalancette

Managing Editor
Eden Boileau

Associate Editor
Melissa Perdigao

Intermediate Art
Director
Oana Cazan

Associate Art Director
Poonam Chauhan

Assistant Art Director
Briannah Daniel

Publisher, The Kit
Giorgina Bigioni

Operations Director,
Digital Media
Kelly Matthews

Direct advertising
inquiries to:

Collab Director
Eve Begy,
eb@thekit.ca

Collab Specialist
Madeline Sarrafini

Marketing Specialist &
Project Manager
Courtney Palmer

Collab Coordinator
Millicent Hofung

TORSTAR

(c) 2022, The Kit,
a division of Toronto
Star Newspapers
Limited.

Co-Proprietor &
Publisher, Toronto Star
Jordan Bitove

Chair & Co-Proprietor,
Torstar
Paul Rivett

Vice-Chair, Torstar
Hon. David Peterson

THE KIT X SAMSUNG

美甲新浪潮

個性化 Galaxy Bespoke 營造時尚新意義

想令心情立刻變靚有何良策？美甲師 Wendy Rorong 給你最簡單直接的方法：豐富色彩的美甲。「我喜歡繽紛的顏色，只要看見漂亮美甲的雙手，心情即刻變得燦爛起來。」

能令 Wendy 及所有人都心情大好的色彩，成為今年夏季的美甲潮流。此外，以美甲配襯所使用的電子產品，也形成了一股新浪潮。在此不得不提大熱的 Samsung Galaxy Z Flip3 Bespoke Edition 和 Galaxy Watch4 Bespoke Edition，玩轉色彩的訂製手機及手錶，激發你的美甲靈感，帶來無盡的樂趣。以下為你送上如何以本季最受歡迎的美甲配襯充滿個性的 Galaxy Bespoke 電子產品，還有 Wendy 分享美甲 DIY 實用貼士。

擁抱時尚的科技 Galaxy Z Flip3¹ 定製版有多達 49 種顏色組合可供選擇，令美甲與科技產品的配襯有著無窮的可能，是你發揮想像力和美感觸覺的好機會。「基本來說，如果侷限於一個設計未能滿足到你，那就去享受無盡變換的樂趣吧！」Galaxy Watch4 Bespoke Edition 有超過 500 項定製選擇²，可轉換錶面、飾面和錶帶等，整體造型如何配襯充滿創意和變化。然而，無論你想用美甲如何襯托，這些電子產品都能彰顯你的時尚品味。



¹Galaxy Z Flip3 Bespoke Edition 只限於購買時進行定製。Galaxy Z Flip3 Bespoke Edition 於一年保用期內可於指定 Samsung 服務門店付費更換面版。
²實際組合數量可能因應 Galaxy Watch Design Studio 所在國家或地區而異。

體驗 Bespoke Studio 的魅力，詳情請登錄 Samsung.ca

無窮新意任你玩 法式美甲的純色熱潮已結束。「換上了微妙的色彩組合，比如以裸色指甲配寶藍甲尖，打造出精緻的感覺。」Wendy 說道，無論是雅緻風格還是俏皮配色，都可以與 Galaxy Z Flip3 定製設計相呼應，例如手機的外框，還有屏幕上的自定功能（熱門提示：必須添加自己的美照和 GIF 圖！）如果配以 Galaxy Watch 4，更有大量的錶盤、屏幕照片和小配件等定製選項，為造型帶來無窮無盡的視覺衝擊。下次於社交媒體分享你的咖啡時光美照時，不妨展現出你充滿新意的新形象。感謝手腕上的電子設備，激發出你無限新靈感。³

³配件單獨出售。



極致夢幻新嘗試

色彩暈染美甲能帶來活潑輕快的感覺，儘管勇敢作出嘗試。「不需要塗抹得很精準，因此對手藝要求也不高。暈染出來的效果可以很隨意，每個指甲都可以不一樣。」Wendy 說道。「使用 Galaxy Z Flip3 Bespoke Edition 的 Flex Mode⁴ 便能解放雙手，手機不僅可以單獨站立，更可任意折疊調整角度，無論是自拍，還是想紀錄美甲過程於社交媒體分享，操作都十分輕鬆自如。

⁴手機支持 Flex 模式可折疊角度範圍由 75° 至 115°，使用者亦根據個人喜好設置手機自動進入 Flex 模式的角，少於 75° 或多於 115° 亦可。或許會出現難以維持 Flex 模式的情況。

週年慶歡樂大減價
HAPPY ANNIVERSARY SALE

由七月十五號開始
新款貨品限時大減價 機會難逢

過百頂級品牌：TED BAKER LONDON, HERSCHEL SUPPLY CO., JENNY BIRD,
JACK VICTOR, BONY LEVY, ZELLA, NIKE, OPEN EDIT, UGG, ESTÉE LAUDER, BOSS,
BAREFOOT DREAMS, JO MALONE LONDON, KIEHL'S, CHRISTIAN DIOR, MINI BODEN,
VINCE CAMUTO, REISS, CHARLOTTE TILBURY, OLAPLEX, VOLUSPA AND MORE!

NORDSTROM

NORDSTROM.CA/ANNIVERSARY