

家用美容神器

抢完马桶盖抢美容神器？ 杭州姑娘去日本背回两台美容仪 颜值越来越值钱 这种小家电也火了

记者 沈积慧 摄影 许康平

最近,杭州的陈小姐跟着朋友去了趟日本,在朋友的不断“安利”下一口气买了两台家用美容仪。令陈小姐吃惊的是,同行的女游客无一例外地人人背回一台美容仪。在商场里纷纷下单的场景不亚于当年大妈们抢马桶盖和电饭煲的盛况。

为了提升自己的颜值,很多女性的手机里起码有三款以上美颜软件,并且购买昂贵的护肤品,或者花重金去美容院整容。网红当道,颜值越来越值钱,由此也催生了一代又一代的美容产业。美容医院、自拍App、自拍手机流行之后,现在轮到小小的美容仪。

陈小姐说,朋友本身就是个美容狂。她的家里至少备着3台各种功能的美容仪,每天花大量的时间使用,而且确实这位朋友皮肤看上去比实际年龄更显年轻和健康。“当时导游一推荐,大家都心动了,几乎人手买了一个。”陈小姐说,她下单的两款美容仪功能侧重有所不同,一款带清洁、嫩肤、收缩毛孔等综合功能,还有一款以提拉紧致和眼部按摩为主。

在电商平台,目前最红的美容仪主要以日韩品牌为主。比如日本的日立、YA-MAN(雅萌)、小泉美容仪、黄金棒等,是代购界的网红。而国内的一些家电卖场和商场,也开始开辟美容小家电区,从功能上来说,有带洗脸功能的美容仪,也有带保湿和蒸面功能的美容仪,甚至电动睫毛器、脸眼部按摩仪等,价格从几十元至一两万元不等。

根据《中国美容护理市场深度调研与投资前景研究报告》显示,目前中国个人美容需求量已超过日韩,居亚洲第一,而在世界仅次于美国、法国,排名第三位。

另外一组数据则显示:随着“网红经济”“颜值经济”的崛起,在这不断吸金的“美丽”产业链条上,风险投资和产业资本近年来纷纷介入。近年来,华韩整形、丽都整形、利美康等医美企业相继在创业板上市;医美类App如新氧、悦美、更美、美丽神器、美黛拉等均先后获得融资。去年年底,美图公司董事长蔡文胜在发布新一代美图手机时透露,美图已经投资了一些美容仪美甲服务之类的厂商。

巨大的美容市场也吸引了国际巨头进入。去年“双11”之后,日本专业的美容仪产品上市公司YA-MAN(雅萌)宣布和天猫深度合作,其在天猫的旗舰店赶在“双12”前正式开业。



能清洁嫩肤拉皮的美容仪真那么神吗? 快科技两位美女记者亲自进行了实测

记者 沈积慧 王潇潇 摄影 许康平

美容仪到底能不能瘦脸?清洁和拉皮功能又是哪家强呢?

为了体验美容神器的真实效果,快科技搜集了目前市面上最流行的五个爆款产品进行了体验评测。

按各自功能不同,我们将这五款产品分成两组进行体验。带清洁、导入、嫩肤和冷敷等功能的美容仪由1号评测员进行评测,2号评测员评测的是以按摩和紧致拉皮效果的按摩美容仪。

深度清洁测试

1号评测员:

女,37岁,混合型皮肤,T字区较油,皮肤暗沉无光,有少量细纹。

雅萌光学祛皱红光美容仪 HRF-10T

参考价:2799元

这个品牌的美容仪据说是日本女人的美容神器,在日本的普及程度几乎“人手一个”。

去年才进入国内市场的雅萌(YAMAN),在国内的知名度并没有日立、飞利浦这样的家电品牌那么高,目前只是一些小圈子里流行。不过单就美容仪器这个行业,雅萌不仅仅是从美容院专业仪器起家,而且是这个行业为数不多的上市公司。

评测的这个型号美容仪是今年上市的新品,日本乐天上市一周,销量就爬到了第一。它宣称主要有深层洁净、保湿嫩肤、紧致瘦脸、冷却收缩四种护理模式,采用射频技术,可以达到抗衰和瘦脸的效果。

测试员先用洗面奶做了简单皮肤清洁,之后依次体验了四种模式的皮肤护理。

在测试深层洁净模式前,测试员先装上化妆棉并倒上化妆水,依次用美容仪对左脸脸颊、左额头和左侧的T字部位进行按压。按压结束后取下化妆棉,上面有明显的黄色污渍。

保湿嫩肤模式基本重复深层洁净模式;紧致瘦脸模式用的是红光原理,先在脸上抹上精华或敷上面膜,在距离皮肤5厘米的地方轻轻移动,非接触式照射测试区皮肤;冷却收缩模式的主要功效是收缩毛孔。

依次体验“神器”的四个模式之后,测试员感觉T部出油部位没那么油,皮肤整体看上去比之前有光泽,摸上去也更为顺滑,比较适合皮肤开始走下坡路的大龄女青年。

“每次做完第一步清洁就被吓到,原来自己脸上这么脏!”雅萌的一位铁杆粉丝说,“体验完好像从美容院出来一样清爽和舒服,有一定的瘦脸效果。” (下转B02版)

