

B&H beauty & hair 明星美容盛典

B&H美容美发商务专刊 主编 赖咏 策划

金像奖最佳新演员
八大影帝捧红的新星

刘心悠 亲身演绎

明星如何
美发

29位香港顶尖级发型师
倾情奉献 76种最新发型

星级美发

图书在版编目(CIP)数据

星级美发/B&H美容美发商务专刊主编. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2007.9

(B&H明星美容圣典)

ISBN 978-7-5381-5199-2

I. 星… II. B… III. 理发-基本知识 IV. TS974.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第126528号



B&H明星美容圣典

星级美发 B&H美容美发商务专刊 主编

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 广州培基印刷镭射分色有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 170mm×213mm

印 张: 4.75

字 数: 100千字

出版时间: 2007年9月第1版

印刷时间: 2007年9月第1次印刷

策划制作: 名师文化出版(香港)有限公司

(广州编辑制作中心电话: 020-34284832)

总 策 划: 赖 咏

责任编辑: 刘晓娟 苏 颖

文字编辑: 曹敏儿

封面设计: 刘 誉

版式设计: 何 伟

责任校对: 李 雪

书 号: ISBN 978-7-5381-5199-2

定 价: 18.00元

联系电话: 024-23284376

邮购热线: 024-23284502

E-mail: lkzsb@mail.lnpgc.com.cn

http://www.lnkj.com.cn

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系调换。

律师声明:

本书版权所有, 严禁转载、摘录, 侵权必究!

本丛书独立授权:



名师文化出版(香港)有限公司

HONGKONG MINGSHI CULTURE PRESS

<http://www.mswbbook.com>



B&H cosmetics
明星美容盛典

B&H美容美发商务专刊 主编 赖咏 策划

星级美发





明星星级美容 潮流时尚典范

——写在《B&H明星美容盛典》丛书出版之际

演艺界的明星们是如何美容、护肤、美甲、美发的？她们何以成为时尚的代言人呢？明星“御用”的明星级美容师、美甲师、造型师、发型师们又是如何演绎最新的潮流Show型的呢？这些明星们和大师们共同推介的星级妆容和美容美发技巧怎样才能为您所用呢？《B&H明星美容盛典》丛书的出版，解答了大家关注的这些问题。

本丛书由香港《B&H美容美发商务专刊》（以下简称《B&H》）专家主编。《B&H》是香港一家引领当今时尚美容潮流并以美容美发为主题的专业杂志。《B&H明星美容盛典》丛书精选了《B&H》历年来最精彩、最实用的内容，全套丛书共分四个分册，分别为《星级美容》、《星级护肤》、《星级美甲》和《星级美发》。

《星级美容》：由亚洲首席美容师、张柏芝的化妆师Rick Chin亲自操刀，为当红影视明星上妆，并将他入行15年来为众多明星美容化妆的心得，毫无保留地与大家分享。本书共集合了张柏芝、杨怡、官恩娜等17位香港一线当红明星，亲身演绎了近85款最新、最炫的潮流妆型，并为读者独家推介了“明星DIY美容变身法”。

《星级护肤》：您对美容护肤的认识有多少？每天涂在您脸上的护肤品究竟由什么组成？这些护肤品对肌肤真的有益吗？看过本书您自然会找到正确的答案。本书由香港一流美容专家和医学专家为您介绍护肤基本法、护肤营养观、环保护肤法、有机美容法、护肤水疗法，此外，还由专家对症解答常见的护肤难题，并为读者推介了最新的美肤奇招。

《星级美甲》：要美甲当然要有一双柔嫩白滑的手，本书除展示近396款欧美及日韩最新、最时尚的甲花款式和美甲技巧外，更由官恩娜等演艺明星为您示范指导。另外，本书还请来香港顶级美甲专家为您讲解日常手部护理的重要性以及如何护理您的双手。

《星级美发》：为什么我们每次到发型屋，要求发型师剪杂志上的造型时，出来的效果总是有些格格不入呢？本书除收录欧美、日韩最新的发型展示外，并请来刘心悠等明星模特和香港多位顶级发型师为您逐一示范近76款最新时尚发型。此外，本书还为发型师读者介绍了如何做个专业的明星发型师？如何拥有自己的发型沙龙？发型屋的管理攻略等实用的知识和珍贵的经验，并与广大发型师共同分享做Show的心得。


明星星级美容，潮流时尚典范。张柏芝、郑希怡、刘心悠、官恩娜、杨怡等当红演艺明星和以Rick Chin为代表的一批香港乃至全亚洲的顶级美容师、化妆师、发型师及美甲师为本丛书读者倾情演绎了多姿多彩的美容、化妆、护肤、美甲、美发等方面的最新潮流，并为广大爱美女性介绍了诸多科学、实用、环保、新潮的星级美容方法和技巧。因此，本丛书不失为一套具有明星号召力并与时尚潮流零距离的集大成美容指南。

如果说靓丽之肤和星级妆容是当下欲望都市爱美女人们的“美丽身份证”的话，那么，本丛书通过演艺明星们的引导，会带您体验星级美容的变身魔法，从而给您美的自信。爱美的读者，您想拥有属于自己的“美丽资本”吗？那么，就从活学活用本丛书开始吧！

赖咏

2007年8月于广州

本文作者系名师文化出版
(香港)有限公司出品人、董事
总编辑，资深图书策划人。



目录

Content



Part 1

明星发型引领潮流 / 5



- 明星效应席卷发型界 / 6
- Bob头的延续+春夏头巾热 / 12

Part 2

SAKA工作室：明星发型秀 / 20



- 性感·魅力 / 21
- 古典·现代 / 24
- 菱形·斜线 / 27
- Bob·线条 / 30



- 直线·弧线 / 32
- 朋克·野性 / 34
- 清爽·凌乱 / 37

Part 3

KENNY剪发学堂：明星美发技巧 / 40



- 曲、直秀发 / 41
- 可爱卷发 / 43
- 英式不对称发型 / 45
- 多层次剪裁方式 / 47



- 不经意的发型 / 48
- 动感蓬松剪裁技巧 / 49
- 蓬松带有动感的发型 / 51
- 时尚不规则的刘海剪裁 / 52

目录

Contents

Part 4

明星美发：技术大揭秘 /54



- 彩纸挑染 /55
- 负离子曲发 /56
- Pin Curl (手指卷发) /58
- 好莱坞最Hit接发技术 /60



Part 5

大师杰作：看世界顶级发型SHOW /62



- 曲直大斗“发” /63
- Girl & Boy /65
- 零乱美 /68
- 百变Bob头 /72
- 高调出格 /76
- 干净清爽 /79
- 粗野贴服大斗“发” /81
- 清新卷发 /83



- 带您走进短发世界 /85
- 街头风格 /87
- 舞台上的主角 /89
- 卷发斗法 /91
- 率性 /92
- 春日变发 /95
- 怀旧&现代 /97

Part 6

做个专业的明星发型师 /99



- 如何拥有自己的发型屋 /100
- 发型屋管理攻略 /102
- 发型师时尚穿衣技巧 /104
- 明星御用发型师 风光背后新鲜事 /106
- 明星御用发型师 “钱”途无限 /107
- 发型师分享做Show心得 /108



刘心悠 (Annie Liu)

因为在香港电影《阿嫂》中的精湛演技，刘心悠被提名2006年香港电影金像奖最佳新演员。刘心悠出生于台湾，赴加拿大念书，后于2004年拍摄“中华航空”电视广告，从4000多名美少女中脱颖而出。刘心悠因与任达华、曾志伟、黄秋生等多位影帝合作而备受关注，虽然出道只短短两年，但已拍下五部电影，包括《军鸡》和《出埃及记》等，其中《军》片进军日本市场，声势一时势如破竹！由于样子甜美加上观众缘佳，刘心悠被演艺圈捧为2007年影坛新贵，她还将于近期开拍的《大电影2》一片中与内地实力派演员郭涛合作饰演夫妇，对年轻的刘心悠来说，绝对又是一大挑战。

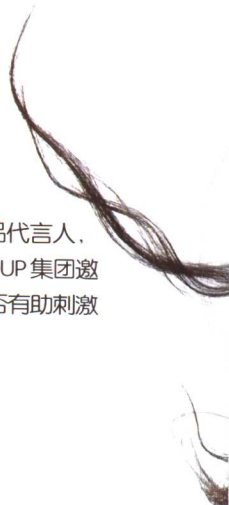
Part 1

明星发型引领潮流



明星效应席卷发型界

近年来，翻开各大报章杂志，发现大大小小的广告商都喜欢用明星、模特儿出任产品代言人，以增加品牌的知名度。这种宣传手法，更蔓延至美发界，香港星级发廊之一的IL COLPO GROUP 集团邀请了刘心悠做形象代言，代表集团旗下的沙龙、美甲店及美容美发中心。究竟明星效应是否有助刺激美发店的生意？现在请来集团理事为您解开明星效应宣传术之迷。





天使 刘心悠

刘心悠的全白造型是为了塑造出平易近人的亲民形象。



冷艳 刘心悠

新一辑造型照中，刘心悠由昔日的白领形象，成功转型为集传统与现代、高贵与摩登、性感与冷艳于一身的百变形象。





IL COLPO GROUP
集团早前邀请了化妆师Rick Chin 联合摄影师Angus、集团发型师，配合集团美发沙龙及美甲店多元化的形象，为刘心悠塑造了多款造型。

透过这辑长发造型，发型师想表达头发染色后的效果。



百变 刘心悠



同一个造型，用不同的色调表达出不一样的效果。



用普通模特做形象代言可以令顾客容易将自己投射到模特儿的发型上，想想自己是否适合这个发型。



缔造刘心悠百变造型

一些大型的发型集团以明星代言为卖点，吸引上流社会的顾客光临。宣传手法可谓各式各样，层出不穷。

香港星级发廊之一的 IL COLPO GROUP 集团，自2005年起，先后两度邀请了著名化妆师 Rick Chin 联合摄影师 Angus、集团的发型师，配合集团的形象，为刘心悠塑造造型，相片分别张贴在发型屋内外的抢眼位置，给顾客欣赏之余，亦印证了发型屋不断提升的服务水准。

明星效应的宣传术，虽算不上是新鲜事，但应用在发型界还是比较少见。所以在构思造型时，必须非常小心，而且要按照部就班。

IL COLPO Triple Edge 的 Technical Director Marek Wan 说：“这次一改之前的全白造型，展现了刘心悠野性的一面，而这个蜕变正是代表了发型屋的成长。”

回想当初邀请刘心悠拍摄造型时，除了是机缘巧合之外，也因为那时决定在时代广场开一间走年轻人和时尚白领路线的沙龙而起。“因为在大型广场开店，都会规定店铺定时更换宣传海报，如果用一般模特儿拍摄，我觉得不够吸引，毕竟是一间新店，希望可以吸纳一些年轻的顾客，而那时刘心悠是影坛新人，和公司的背景很相似，所以便决定用她来做形象代言。”

蜕变

现在发型屋在市场上的发展日渐成熟，所以大家会发现在新一辑造型照中，刘心悠已由昔日的时尚白领，成功转型为集传统与现代、高贵与摩登、性感与冷艳于一身的百变形象。新面孔的刘心悠，贯彻了发型屋平易近人的风格，也在不



一些怀旧味道感较重的造型，更突显其高贵的一面。

不知不觉间添了一份成熟的女人味。“在沙龙不断发展的同时，客源已不再局限于二十来岁的年轻顾客，我们可以扩大客源，吸纳更多不同年龄层的客户，所以，相片的蜕变见证着发型屋的成长。因为反应不错，这次的相片除了应用于发型屋，也代表了集团旗下的美甲店、美容沙龙。”

这辑照片除续用刘心悠任女主角外，IL COLPO还加入了两位香港女模特和一名外籍模特拍摄。“因为 IL COLPO 集团旗下的公司比较多元化，大家的理念不同，如君悦、IFC 的客路以外籍人士居多，也喜欢崇尚外国文化，他们带来的建议，都是剪辑自外国杂志，所以用外籍模特拍摄会跟他们的思想贴近一点。而 Lachioma 位处怡东酒店，一方面走成熟白领的路线，另一方面要顾及酒店的形象，我们便将一部分刘心悠的硬照改用黑白及茶色效果，来带出另一种感觉。”

硬照的风格

广告相片和发型屋的室内设计是一座与客人沟通的桥梁，令客人联想到这间沙龙所走的路线和风格是否适合自己，当然不一定要找明星做主角，重要的是，硬照的风格必须和发型屋本身的路线相同。

Marek 说：“最常见的的硬照造型有两种，商业化和非商业化。商业化的造型比较自然，贴近现实，这些造型必须是一般人可以接受、容易采纳的，因为许多时候，顾客都会将自己投射到模特儿的发型上，想想自己是否适合。至于，非商业化的发型就是发型师喜欢的，而这些发型往往都是天马行空、夸张和大胆，不是每位客人都可以接受的。”

最后一个大家最关心的问题：“广告相片有助提升发型屋的生意额吗？”“如果这辑广告相片能够真正达到您想得到的信息，是绝对可以的。”





Bob头的延续 + 春夏头巾热

两款造型不可不试!

Bob头经典复出之后，名气不但有增无减，热潮更延续至现在。不过，由于剪Bob头需视个人的接受程度，而且未必人人可以采纳，还是应该建议您的客人循序渐进地改变。

今年的Bob头，有别于20世纪50年代及60年代经典的利落线条，这一季是利用低层次打薄技巧，软化发型轮廓。为了不让Bob头的发量看来太过沉重，会在发型里层均匀打薄；其次，则是沿着发尾部分，采用柔和的打薄修饰，软化原来线条，营造出轻盈的动感。

而另一款不可不试的造型，非头巾莫属！自国际时装品牌Prada推出了一系列的头巾帽，外型跟头巾相似，因此掀起了头巾热潮。它之所以受欢迎，就是不用花太多时间去包裹，非常方便，而且头巾的图案及款式，均能充分突显春夏的感觉。





讲起头巾就想起印度人，在电视节目中常会看到包着头巾的印度人，这就是头巾造型的灵感来源。



在印度，当地的男人有超过半数都包头巾，他们都是锡克教徒。他们认为身体毛发，是不可损毁的，因此不会剪头发和剃胡须。为了保持头发整齐，所以就用头巾包裹起来。