

芙蓉坊

Phoebes

VOL. 5(5) 双月刊

席慕容側訪

不景氣？露營去！

保養專輯

'85 / '86秋冬高級服裝流行分析

謝新曦的海底世界

盛竹如・黃永洪・梁弘志
周喜蘭・李艷秋

談自己的路

路易威登

並非只以其標誌馳名

L 除了著名的「商標圖案」帆布製品外，路易威登也代表了行李箱及配件的獨特觀念。

● 注重細節、無出其右

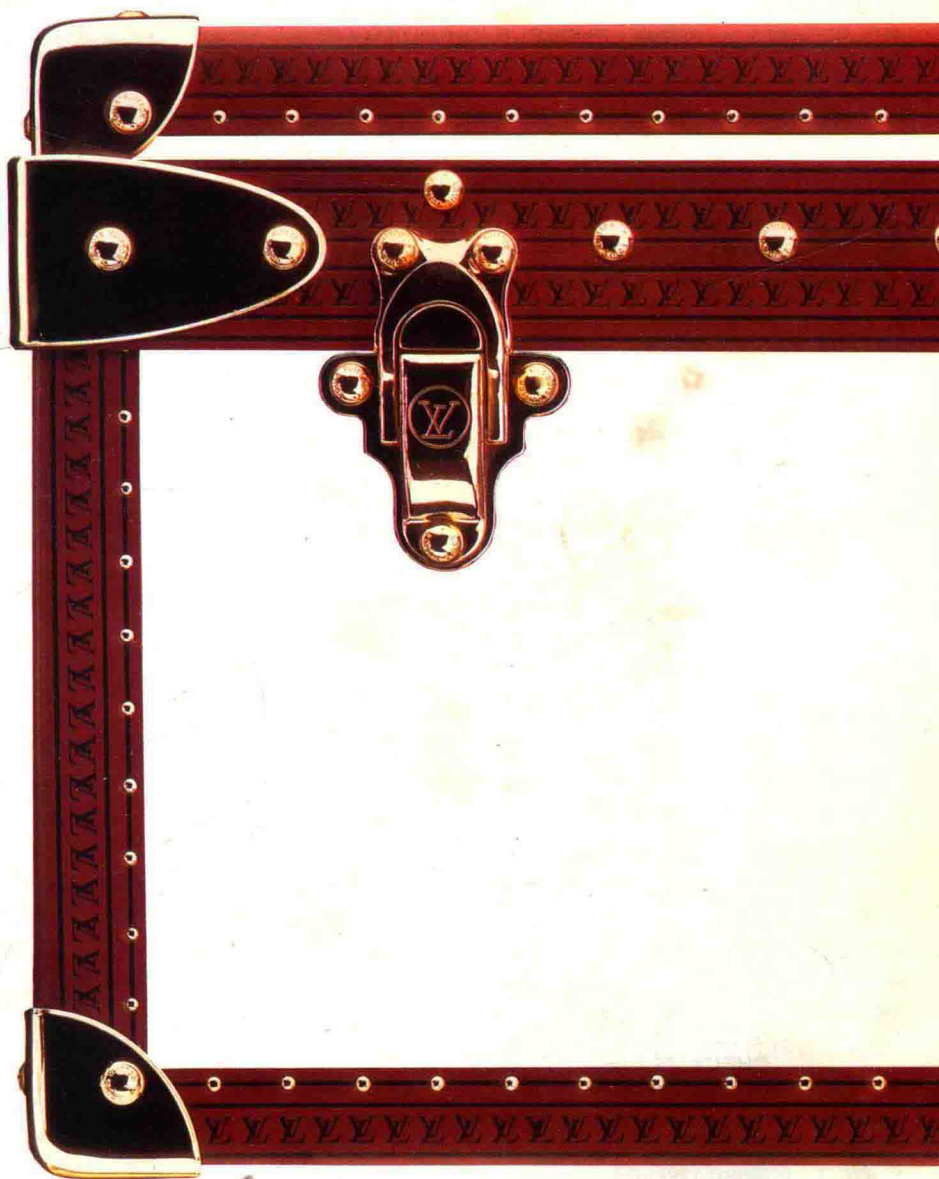
您可以從每一個細微末節辨識真正的路易威登，諸如手工編製的手把、植物性處理的原色牛皮、專利的防竊鎖，以及牛皮襯裏等。

● 專家精製、品質保證

經由大師的巧藝及創造力、以特選材料製成的路易威登皮箱、手提箱及皮包，都是經久耐用的品質保證。

● 專業服務、無微不至

選擇一件可供終生使用的行李，必須謹慎從事、考慮本身需要及行李之型式及功能。路易威登的職員皆受過嚴格的專業訓練，能為您提供最佳的服務及協助。



Louis Vuitton (路易威登)店：

地址：台北市敦化南路 505 號 電話：(02)703-2934

LOUIS VUITTON
MALLÉTIER À PARIS

MAISON FONDÉE EN 1854

美與智慧的極品

芙蓉坊

民國70年4月1日創刊
本期74年9月15日出書
下期74年10月25日出書

VOL.5(5)

本期零售180元

著作人／

芙蓉坊雜誌編輯委員會

總編輯：林俊堯

編輯委員：林俊堯、戴東雄、魏啓林、吳昭雄

廖彩美、陳寬仁、彭興茂、周明仁

夏元嶽、黃進昌

發行人 Publisher：林俊堯 PHOEBUS | CHUNYAO LIN

發行所 芙蓉坊股份有限公司

PHOEBES INC.

地址 Address：台北市長春路137巷3號
3, LANE 137 CHANG CHUN ROAD
TAIPEI 104, TAIWAN

PHONE：(02)542-6662(六線)

CABLE：PHOEBES TAIWAN

TELEX：14088 PHOEBES TAIWAN

FACSIMILE：(02)521-6000 ATTN：PHOEBES

文字編輯：施玲蘭、王淑姿、江怡萱

美術編輯：陳愛玲、楊月照、陳雅容

攝影：陳禮欽、曹昌旭

發行部：林泉源

管理部：副理／李欣穎

廣告：彭英

訂戶管理：周郁玲

電腦資訊：

照相打字：第一電動打字 ☎(02)7517635

電腦排版：紀元電腦排版 ☎(02)3075141

黑白製版：芙蓉坊 ☎(02)5426662

彩色製版：協大製版公司 ☎(02)7660957

印刷：秋雨印刷公司 ☎(06)2613121

總經銷：台灣英文雜誌社 ☎(02)3612151

本期雜誌內政部著作權登記在案

本期封面用紙採士林紙業200gm 一號白玉紙版

本期內頁用紙採永豐餘 100磅特鋼、85磅雙鋼及65磅雜誌紙

訂閱

三年21期	二年14期	全年7期
2448元	1884元	1076元

郵政劃撥：0184561-8芙蓉坊帳戶

如不以掛號交寄，請自行扣除掛號費一年60元

請即早訂閱，避免物價波動。

OVERSEAS
SUBSCRIPTION

7 Issues/yr	Europe USA	ASIA	Hong Kong
by air	US\$ 47	US\$ 43	HK\$ 298
by surface	US\$ 30	US\$ 30	HK\$ 214

CHECK PLEASE PAYABLE TO:

PHOEBES INC.

P.O.B. 67-387 TAIPEI 104 TAIWAN

公司成立：民國69年10月1日

核准成立：民國69年11月14日

營利事業登記：北市建一公司(69)字第155853號

統一編號：12309073

營利事業藍色申報許可：(70)財北國稅壹字第21306號

行政院新聞局登記證：局版台誌字第2630號

台灣北區郵政管理局登記雜誌執照：北台字第0103號

芙蓉坊雜誌業經內政部著作權登記在案

未經同意，不得轉載全部或部分內容。

執照字號：第五卷第一期 台內著字第33195號

第五卷第二期 台內著字第33264號

第五卷第三期 台內著字第33194號

目錄

版權頁、目錄、下期預告、編者的話	2
國內外流行業動態	37
行銷記事	98
芙蓉坊設計攝影欣賞	74

行家的話

試管嬰兒的法律問題	戴東雄	4
迎接零售與消費的革命	魏啓林	7

保養專輯

美麗的人兒「愛面子」——秋高氣爽話保養	編輯部	9
不再羨她天生麗質——「保養」入門篇	編輯部	20
打開「面霜」說亮話——有關面霜製造	吳昭雄	23
買化粧品嗎？先聽她們說……		
——各家對消費者教育的苦心經營	編輯部	26
生物技術與化粧品	吳昭雄	28
女人的錢真好賺？！		
——經濟危機中，美容沙龍一枝獨秀	編輯部	28
美容沙龍四種經營型態	編輯部	32

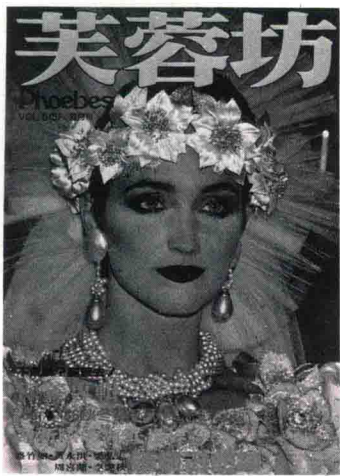
活動報導

明年秋冬更自由	編輯部	34
貂皮大衣不再是奢侈品	編輯部	33
超時空的瑰麗彩粧——資生堂化粧技術大賽	林俊堯	35
'85/'86秋冬羅馬·巴黎高級服裝流行分析	編輯部	41

Pierre Cardin 請大陸模特兒上舞台	42
洋裝設計的新方向	43
套裝多修長型	44
帥氣十足的褲裝	49
大衣取材的新趨勢	50
小禮服重鑲繡	54
民族風吹向大禮服	55
本季最傑出的服裝設計師	58
各種出色的織品圖紋	60
背部風情	61
前後皆美	62
'85/'86結婚禮服	63
化粧·髮型·飾品	69

家庭小百科

預防汗漬沾衣妙招·冷氣不冷怎麼辦？		
·買鮮魚三大秘訣	編輯部	81



封面人物

服裝・飾品・髮型・化粧

Nina Ricci

下期預告

- '86春夏巴黎男裝展
- '85/'86秋冬巴黎服飾精選
- 新潮髮型雕刻藝術

編者的話

林俊堯

尼爾森颱風的來臨似乎給芙蓉坊帶來一個新的契機，她帶走了一些煩惱。來臨前夕，我因勝華公司推出少淑女“莎士比雅”系列的事，前去與董事長陳先生洽談。當看過樣品後，陳先生請我們在公司的餐廳用餐，不久一位主管走進來，陳先生一面吃飯一面交代，……打電話給所有同仁明天不上班，請她們注意防颱措施，如果家裡……就……。

我突然感受到一陣震撼！不是不懂得關愛部屬，而是日積月累的煩惱早就把腦袋給佔滿了，當天又是七夕，我根本不知道，正爲了工作進度落後半個月而大爲生氣，就在這種關鍵時刻，陳先生的幾句話，改變了我的注意力。

我們談起管理問題，他好用功！我看到自己十多年前的影子，愈聊愈起勁，所有煩惱所有不愉快一下子掃去了一大半。瓶頸問題人人有之，每當成長到某一階段就會面臨一次新的挑戰。過了關就會成長，不然退到原地再重新出發。人生是如此，公司行號也未嘗不是這樣。

目前許多服裝公司紛紛重新規劃他們的品牌及企業形象，至少可以肯定的是，態度較爲積極，內銷是如此，外銷的也漸懂得擇善固執，不再貪圖一時的營業收入，而採用外國人的品牌去開拓國際市場。

我們都知道，台灣的紡織品有些品質精良，甚至達到一流的國際水準，但又常在外國的月亮比較圓的心裡作祟下，喜歡購買外國商品。因此有些聰明的商人就創立自己的品牌拿到國外去登記，而以進口世界名牌的姿態在國內登陸，一切都是合法，利潤也較高，行銷策略完全不受國外的牽制，必要時又有另一道防線可做緩衝。在不景氣的今天，這種市場戰略似乎頗值得學習，只差較缺乏民族自尊而已。

這期起，編輯上我做一次大幅度的改變，加強專題探討的部份，每期針對一種消費品或消費問題做深入的研究。自從上一期刊出“家庭用紙”之後，深感這種篇幅頗有意義，在辦雜誌之前我曾訂過 Wall Street Transcript，覺得每一種專題的編輯方式頗爲理想，如今整個架構已趨於穩定，而我也希望不要一直以服裝爲唯一重心的做法。芙蓉坊的服裝單元早已達到國際水準，只是國內部份一直跟不上，作業效率較低，實不合經濟效益，而改爲被動式的作業。本期起部份版面設計更改，以求整體有煥然一新的氣象。

我們知道芙蓉坊的一舉一動會影響到許多雜誌的編輯人員，加強理性的體裁，是希望能爲女性雜誌走出一條新的方向。現在的社會，進步的速度愈來愈快，不管是誰實在都沒有很多時間進修。在知識爆炸的今天，人們已不容許一天到晚把時間浪費在東家長西家短上面，讀些有益且具建設性的文章比什麼都重要，否則知識水準差距將愈來愈大。

我曾和許多管理階層的朋友談起，有一明顯的事實，國民生產力下降得很快：尤其是許多日常生活中的常識、技藝都不會，甚至不會拿掃把的也有，更有大學畢業沒見過劃撥單的，你相信嗎？這是我們今日真實的社會，每個人都穿得漂漂亮亮的，却只知一窩蜂跟著潮流走。

我希望將來每一位芙蓉坊的讀者，都是生活圈子裡的意見領袖，都是有十足影響力的人。把芙蓉坊放在客廳，全家大小都能閱讀，沒有色情也沒有暴力；把芙蓉坊放在辦公室，公司上下、來訪客人都能閱讀，更能顯出家庭或辦公室裡的格調與水準。

今天芙蓉坊以新的目標新的理念，重新再出發，希望不久的將來，我們又能達到另一個新的高峯。相信讀者必能與我們同行共同成長，追求明日更好的生活。

傑出女性

細草繁花的河岸——席慕蓉側訪 其秀 82

芙蓉坊專欄

生態資源

如果，鳥不語花不香 陳寬仁 85

醫療保健

「要命」的掙扎——認識洗腎 周明仁 86

科技新知

先聽爲快！——光芒四射的音符 彭興茂 90

人物專訪

路，就在你脚下 編輯部 90

休閒篇

不景氣？露營去！ 編輯部 101

巴黎VS.台北

小地方真够看——讓票亭、報攤更美 編輯部 108

飾品

來自巴黎的舞台嬌點 編輯部 112

造型設計

三分羞澀，二分喜，更一分甜蜜 編輯部 113

室內裝潢

懷古心情的抒發——運用擺飾襯托氣氛 編輯部 117

歐式食譜

掬一口涼涼的秋意——冷盤與香腸 編輯部 120

海底之美

不爲生活也要「下海」——浪裏白條謝新曦 編輯部 124

思古幽情

款擺柳腰現玲瓏——千年話旗袍 夏元瑜 129

家庭心理問題

不要說你是過客——家庭病需要更多的關愛 林念祖譯 132

文化城

錄影帶——冬之光 管設 138

書訊 編輯部 140

有聲出版 編輯部 142

文化記事 編輯部 144

試管嬰兒

的法律問題

台大法律系系主任
戴東雄

●問題的發生

榮民總醫院婦產科今年4月成功地接生第一位我國的試管嬰兒之後，在社會上造成相當大的震撼與騷動，為不孕夫婦帶來無限希望與遠景，也因此引起其他各大公私立醫院紛紛採取積極跟進的行動，常此下去，勢必造成大量的試管嬰兒。

試管嬰兒的成功對於我們社會，乃至於全球人類，可以說是利弊參半。在國人根深蒂固傳宗接代的傳統觀念之下，對於結婚多年渴望生兒育女的不孕夫婦，不啻是天大好消息，畢竟以科學方法求子，總比無謂地求神卜卦或尋求毫無科學根據的偏方，成功的希望大多了。

惟試管嬰兒的誕生，未能適當制定法規加以管制，則從倫常、尤其是法律的觀點觀之，將為我們的社會帶來相當不良的後果也未可知。

因為，試管嬰兒一旦流行，隨着生物科學，特別是遺傳學的發展，試管嬰兒將可以依據父母所期望的遺傳條件誕生，諸如金髮碧眼或黑髮大黑眼等外形條件的要求，或高智商、傑出科技人才、音樂或藝術天份等內在條件的選擇等。從而打破已往「龍生龍、鳳生鳳、老鼠的兒子會打洞」的傳統遺傳模式。如此一來，將造成很多法律上的問題。

●試管嬰兒的種類

試管嬰兒是將男性精子與女性卵子在體外受精後，置於試管中育成胚胎，而後視其情形，又將其移入母體子宮內繼續發育而出生之嬰兒。

試管嬰兒大致可分為兩大類，一為同質試管嬰兒，另一為異質試管嬰兒。同質試管嬰兒係指精子與卵子均來自有婚姻關係之男女，祇因女方輸卵管有障礙或其他特殊原因，精子與卵子無法正常地在母體內受孕，故利用人工方法，先在試管育成胚胎後，再移入該卵子之母體內，繼續發育至分娩。

異質試管嬰兒種類較多，且極為複雜，其特徵是夫之精子、妻之卵子及妻之子宮三項中，至少有一項發生障礙，無法完

成嬰兒之誕生，故其障礙須借重人工之方法加以排除之情形。

此種異質試管嬰兒可歸納以下八種：

1. 妻之卵子、妻之子宮、第三人之精子
2. 妻之卵子、第三人之子宮、第三人之精子
3. 第三人之卵子、妻之子宮、第三人之精子
4. 第三人之卵子、妻之子宮、夫之精子
5. 妻之卵子、第三人之子宮、夫之精子
6. 第三人(A)之卵子、第三人(B)之子宮、夫之精子
7. 第三人(A)之卵子、第三人(A)之子宮、夫之精子
8. 全部不是(即第三人之卵子、第三人之子宮、第三人之精子)

最後一種以第三人之卵子、第三人之子宮、第三人之精子所誕生之嬰兒，均與婚姻關係之男女未有任何生理上之關係，不宜視為試管嬰兒解決法律問題，只宜以收養之理論來說明，否則試管嬰兒之範圍漫無限制，必引起更複雜而難以解決之法律問題。

●子女之婚生性如何認定

試管嬰兒所牽涉法律問題相當廣泛，但最核心之問題乃是子女之婚生性如何認定。為瞭解此問題，必須先對我國民法如何認定婚生子女有所認識。

子女通常分為婚生子女與非婚生子女。判定是否婚生子女，不在於子女出生時生父與生母有無婚姻關係；而是子女在受孕時，生父與生母有無婚姻關係，有婚姻關係時便是婚生子女，否則便是非婚生子女。

因為依民法的規定，傳統之生育方法，妻之卵子與妻之子宮不分離，故是否婚生子女，祇要判斷妻之卵子是否因夫之精子而受孕。如為夫之精子受孕，該子女為婚生子女；反之，如為第三人之精子而受孕，該子女顯然不為婚生子女，但法律為顧慮婚姻的安定性，不得不先推定為婚生子女（民法第1063條第一項），然後允許夫或妻於知悉子女出生後一年內，提起否認之訴訟，期以推翻該子女的婚生性，

而使該子女成為非婚生子女（民法第1063條第二項）。

精子與卵子之受孕在妻身體內，屬於生理上變化，不易從外觀上準確的判斷受孕日期。因此，自古羅馬時代迄今，均以古老方法判斷妻何時受孕。此方法係累積胎兒生育的經驗，胎兒在母體內至少發育六個月，始有活胎生育的可能，如少於該期限，該胎兒必夭折不能生存。至於胎兒留在母體最長的時間為十個月。

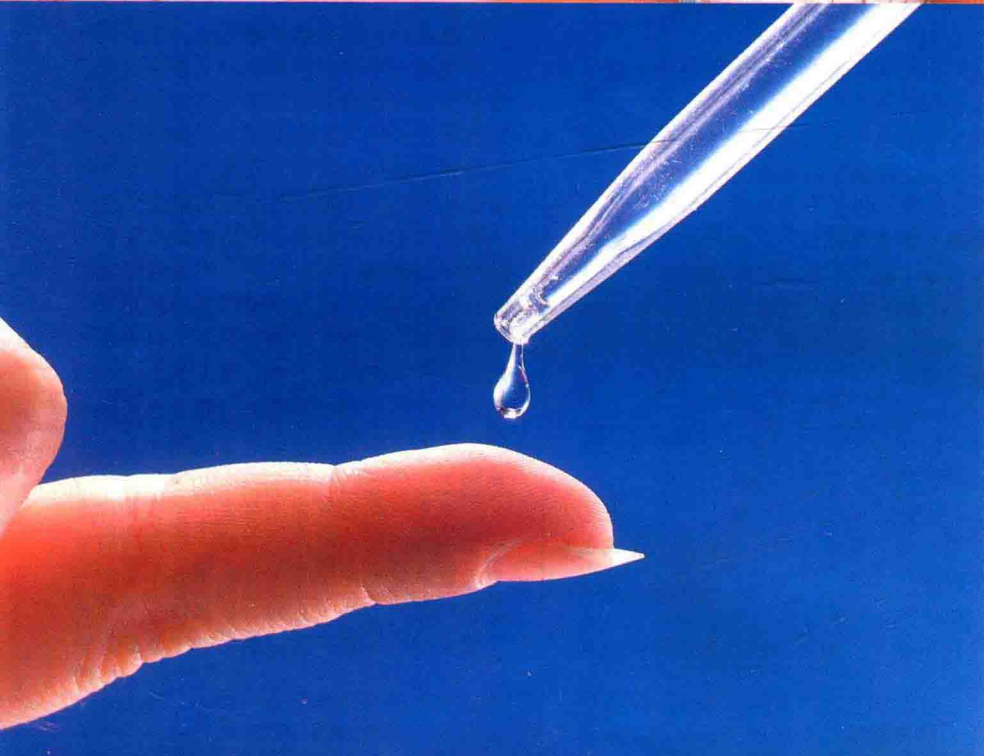
基於此經驗，我國民法於第1062條之規定，從子女出生日回溯第181日起至第302日止為受孕期間。又於第1063條第一項規定，妻之受孕係在婚姻關係存續中者，推定其所生子女為婚生子女。換句話說，一俟子女出生後，回溯其出生日181日至302日之122日期間，祇要有一日生父與生母有婚姻關係，該子女便是婚生子女，如連一日都沒有關係時，不能被推定為婚生子女，而為私生子。法律用「推定」的文字，係表示暫時為婚生子女，如果夫或妻認為可疑時，可以在子女出生日期起一年內，向法院提出否認之訴，以便推翻該子之婚生關係。此時該子女成為無父的私生子，直到有真正的生父認領為止。惟夫或妻對婚生推定之子女未否認以前，任何人均不能認領，否則婚姻無法安定。

●同質試管嬰兒婚生性沒問題

至於試管嬰兒出生後之身分認定，前面提到有關同質試管嬰兒的婚生性絕對沒有問題，因為該子女是由夫之精子與妻之卵子在體外受精後，再移入妻之子宮發育成熟而出生的，故該子女完全符合民法受孕推定的婚生子女，尤其受孕在體內，不允許夫懷疑為非其精子，所以夫之婚生否認訴訟不可能提出。

●四種確立親子關係法

異質試管嬰兒的身分如何確定，為法律學家頭疼的問題。依目前民法理論，確立父母與子女身分有關係不外四種：婚生推定、認領、準正、收養。



睡前一滴滋玉滴露，且睡且保養，醒來更漂亮。

「夜間補給」夜間補給……

保養升級——夜間補給

25歲開始，請讓保養升級，將皮膚保養(skin care)提升為夜間補給。因為夜間10點起是肌膚修復機能的尖峰時間，趁機施予夜間補給來加強肌膚自動修護功能，修護的細胞愈多青春愈持久！

把睡眠時間變成保養時間

配合保養升級而誕生的印象十九滋玉滴露，即夜間補給專用美容液含50%天然保濕成分——玻尿酸，維持肌膚正常含水量，並加強肌膚自然修護功能，睡前一滴，抹在眼部四週、臉頰、唇緣、下顎、頸部等部份，且睡且保養，醒來更漂亮！

印象十九 滋玉滴露



美爽爽化粧品

品美化工實業股份有限公司 省衛粧廣字第7407038號

索取試用分，送送送，
專櫃、電話、
（限額4分）

●**婚生推定**：子女因受胎在生父與生母婚姻關係存續中而推定為婚生子女，有如上述。

●**認領**：凡是不受「婚生推定」的婚生子女或「受婚生推定」而經夫或妻否認之子女，得由生父一方之意思自動認領而成立父子關係（民法第 1065 條第一項）；如生父不自動認領時，生母或非婚生子女以法律所規定之事由為限，提出生父強制認領之訴訟，如勝訴時，即發生父子身分關係（民法第 1067 條）。至於生母與非婚生子女之關係，不必認領，即成立婚生子女關係，因生母之卵子與子宮受胎未成分離（民法第 1065 條第二項）。

●**準正**：未受婚生推定之婚生子女，經生父與生母結婚時，即視為婚生子女（民法第 1064 條）。

●**收養**：無任何血統上聯繫之子女，以收養之方法，成立父母子女關係，此稱為擬制血親或法定血親（民法第 1072 條以下）。

●異質試管嬰兒 7種身份認定方法

同質試管嬰兒之身分認定，有如上所述，毫不成問題；但是異質試管嬰兒，因有

6.以第三人 A 之卵子、第三人 B 之子宮、夫之精子出生時，妻以收養、夫以認養之法理成立親子關係。

7.第三人 A 之卵子、第三人 A 之子宮、夫之精子出生時，妻以收養、夫以認領之法理成立親子關係。

下述七種不同之類型，故不能一概而論，須依個別情形加以說明。無論如何，決定該嬰兒之身分，宜根據卵子、精子、母體（子宮）三要素如何結合而做判斷。

1.以妻之卵子、妻子宮、第三人精子出生時，夫宜以認領之法理發生親子關係。至於母子關係，不待認領當然成立。

2.以妻之卵子、第三人子宮、第三人精子出生時，妻以認領、夫以收養法理成立親子關係。

3.以第三人卵子、妻之子宮、第三人之精子出生時，妻以認領、夫以收養法理成立親子關係（卵子不知何人所有）。

4.以第三人之卵子、妻之子宮、夫之精子出生時，妻與夫均以認領之法理成立親子關係。

5.以妻之卵子、第三人之子宮、夫之精子出生時，夫與妻均以認領法理成立親子關係。

●宜特別立法保障

從以上之分析，不難瞭解異質試管嬰兒身分確認之複雜性，宜交互運用婚生推定、認領、收養之法理加以解決。

惟現行民法上婚生推定、認領、收養之前提要件，不同於異質試管嬰兒之前提要件。為此在現行民法上，婚生推定有否認之訴；反之，在試管嬰兒之解釋上，婚生推定不許加以否認。在現行民法上，認領與收養均須子女出生後始得為之；反之，在試管嬰兒之解釋上，認領與收養宜於胎兒在母體期間即得為之，期能確保胎兒之利益。其次，為顧及倫常道德起見，捐精、捐卵之第三人宜絕對匿名，以免嬰兒出生後，利害關係人有心理上之壓力，至於提供母體與卵或僅提供母體之人，應與出生之胎兒斷絕任何法律上之關係，此包括親子、扶養或繼承之關係在內。

總之，試管嬰兒之產生，帶給法律上相當複雜而難以解決之問題。為預防將來有大量試管嬰兒出生，宜盡早着手研討一妥善的特別立法，克服目前法律上之不足，使不孕之夫妻，真正享受膝下承歡之樂趣。



迎接零售與消費的革命

淡江大學國貿系主任

魏啓林

●消費與零售型態的變革

這幾年來，台北市零售與消費市場掀起了一場風起雲湧的變化，走歐美路線的廠商以新的「服務」訴求，輕易地打入市場，而傳統的零售商人則因為昧於零售與消費的新趨勢，一意抱殘守缺，幾乎全軍覆沒。試看歐式自助餐、美式速食店，以及講究裝潢與購買氣氛的新式店主正以秋風掃落葉之態勢在每一零售的領域中建立其橋頭堡。事實上，台灣零售與消費的型態的變化並非突發式，乃是演變而來的，如果我們細觀其改變趨勢，仍有其脈絡可循。整個圖畫完全在說明開發中國家的消費者正因其所得的增加而對商品需求與購買氣氛渴望改變的整體表象。然而到底現階段台灣的消費與零售型態正在進行何種變革呢？以下是概括歸納幾項重要改變趨勢：

①小家庭的數目與比例急遽增加，輕薄短小型商品的需求量大增。

②台北婦女自由化的趨勢日益明顯，這是因為職業婦女的增加，使其在家庭的地位獲得改善，並逐漸獲得家庭的購買決策權。表現在商品上的追求，則趨於較具個性或獨立線條者，或男女兩用之中性商品。

③由於國民所得逐漸的提高，導致家庭可支用的游資增加，因此許多「第二次購買」的市場亦逐漸發展起來。如一個家庭兩輛汽車、二輛摩托車、二台冰箱、二台電視機等是。

④購買時間的轉變，零售頻率較密集的時間逐漸集中於中午、傍晚與週末等時間。

⑤由於台灣的家庭計畫運動逐漸獲得成效，單位家庭的兒童數目乃逐機降低，使得個別兒童對家庭之邊際效益大於以往，因此兒童得能接受較好的照顧以及較好的教育。因而，兒童教育用品的市場大增，兒童商品的高級品及高價位市場亦獲得擴充。

⑥一般人的休閒活動逐漸增加，從而擴張了休閒設備、服裝、假期旅遊、化粧美容業及減肥、舞蹈等休閒市場之潛力。

⑦國人因平均壽命的延長，使得年齡結構中，老年人數目的增加，擴大了老年娛樂、保養補品補藥、健康醫療等市場。

⑧家庭平均居住坪數的增大，導致家庭日用品市場擴大並且趨於高級化和多變化。

⑨由於人際關係趨於豐富，而人際交往卻又趨於淡薄，使得以禮物來填補交往缺憾之市場需求因而大增，帶動了禮品業之發展。

⑩台灣的消費者之教育程度已普遍提高，對商品廣告的鑑識力益趨豐富。使得對於消費性廣告的效率與靈感訴求之要求大增。

⑪台灣一般的消費者對商店寵顧的行為有降低之勢；反之，對於品牌忠誠之趨向，卻有漸次提高之傾向。

⑫消費者擁車階層逐日增多，使其願意選購日常便利之商圈距離逐日擴張。

⑬由於購買次數的集中與減少，消費者單人單次的購買量因而大增。

●13個零售業趨勢

然而，何者又為當前台灣零售業之趨勢呢？其大要亦可分述如下：

①零售業訴求的「流行」及「高格調」主題，逐日加重，「購買氣氛」之講究亦存未來趨勢。

②流行零售業的最後通路——女性售貨員即被區隔為 Sales Girl（售貨女郎）與 Sales-Lady（銷貨女士）銷貨女士對於流行服飾業及化粧品業之銷售業績，有舉足輕重之勢。

③零售業之規模型態漸趨兩極化。即較大型或較小型之零售商較易生存，中型零售商則因無法取得較大市場佔有率的經濟規模，或無法獲致小型之管理效率及產品差異化，而較易被逐出市場。

④台灣的零售商數目有逐漸降低之勢。使得生存下來的廠商獲得了更大的活動空間，惟整體零售業的成長已逐漸趨緩。

⑤零售業亦會朝著廣度及深度兩個極致發展。亦即產品類別廣如大百貨公司，深如單一特殊商品之專賣店，而訴求於兩者之間的，則不易生存。

⑥百貨業之零售商品類別日趨多樣化。即零售產品多角化或服務業之零售化與百貨化。例如百貨公司內擁有金融服務、販賣車票、計程車招呼、美容院、租貨店、旅行社、舞場、修鞋店、專業補習班（美容、插花、髮型、服飾設計、美儀等）

、稅務服務、休閒健身場、嬰兒兒童托護處，俱樂部、理髮院、電影院、醫學檢驗中心、洗衣乾衣店、保險業及傭工介紹所、房地產買賣等之零售服務。

⑦零售所有權的轉變。即各零售組織間將經由合併或併吞逐漸趨於聯合，以求取較大之經濟規模，但有時各組織仍沿用原有名稱，以保持各業特性，增進市場訴求與營運效率。

⑧零售業通路安排之掌握：台北的零售業正積極建立自己的製造業或批發業；大製造業或大批發業亦尋求建立自己的大零售業（如中興購買興來百貨），以確保貨品之安全通路。

⑨由於消費者對商店之品牌提高，因此加盟店有增加之勢，以獲取增加效率，降低成本之效益。

⑩零售業國際化——展望未來，隨着政府的國際化、自由化政策，消費品進口關稅有逐日降低之勢。則歐、美、日之大零售商或將迅速以另一面進軍國內零售市場，將來台北無疑會成為零售博覽會中心，消費者將可在台北看到三越、Galeries Lafayette、Printemps、Sears 之商品。

⑪無店零售之趨勢增加。即以郵購、目錄購買、宴會銷售或跑單幫或交易會，區隔成一特殊市場。

⑫台北的大購物中心，將一一出現。其地點將位於各城郊分際地點，大購物中心之組成單元將是一或二家百貨公司、商店街，加油站以及購買意識較實事求是之特級商店。

⑬零售業商品品質責任化提高。不售仿冒品，不售不良品之壓力大增，商店自採檢驗或進行品質責任訴求者將大增。

SHISEIDO



愛“洗”您的面子

清潔、濕潤！

洗時泡沫柔細細，易沖易洗。

洗後觸感滑嫩嫩，清爽濕潤。

資生堂洗面皂系列，呵護您臉部每一吋肌膚，
帶給您無盡的歡喜。



資生堂潤膚洗面皂

台灣資生堂股份有限公司

省衛粧廣字第740322號





王偉華



任婕



吳昭雄



邱美香



徐永諧



徐淑蘋



徐樂眉



張淑容



葉素珍



- 主席：林俊堯（芙蓉坊雜誌總編輯）
- 策劃：編輯部
- 攝影：攝影部

美麗的人兒「愛面子」

秋高氣爽話保養

- 時間：中華民國七十四年八月一日下午2:30~5:00
- 地點：芙蓉坊攝影棚

●與會人員：

- 王偉華（模特兒）
- 任婕（歌星）
- 吳昭雄（資生堂製造部經理）
- 邱美香（美容補習班講師）
- 徐永諧（古人行 Christian Dior 代表）

- 徐淑蘋（Milopa 代表）
- 徐樂眉（演員）
- 張淑容 資深美容師
- 葉素珍（資生堂美容部副理）



消費者怎麼辨別，什麼保養品比較好？

林俊堯：在市面上保養品很多，從表面上看起來都差不多。像乳液：都是白白的，卻有很多不同的等級。消費者購買時，他們怎麼辨別“在什麼情況，用什麼保養品比較好？”希望各位提供經驗，給我們作一個指導。

●保養品的成份

吳昭雄：保養品主要是在平衡皮膚的水份。在成份上，除去營養劑、藥劑方面，剩下的只是一些最基本的原料，像：潤溼劑、保養劑啦。因為單就「保養品」這三個字來講，只是讓皮膚得到充份滋潤而已。如果更深一層的說，像由植物根、葉抽取的成份、胺基酸之類的，這些就有點新陳代謝和治療作用了，譬如說：收斂作用啦、柔軟作用啦、消炎作用啦。現在流行含胺基酸之類的成份，因為我們的毛髮和皮膚都是蛋白質，所以跟皮膚質比較接近。徐永諧：我想每一個保養品，不管是那一等級、那一種類別，基本成份應該都是大同小異。只是，廠家會採用某種特殊的成份，來作它的特色。但這產品並不是只由化粧品公司自己設計製造，同時也有皮膚科專家、醫生、生物學家們一起研究調製。只要這個廠牌，是具有某種規模，也很注重商譽的話，他們所設計的產品，是不致有負面影響的。廠家也常採用一些新發現的成份，也許是最新發現的。像前一陣子很多人熱衷於蘆薈，許多廠牌馬上利用蘆薈的特殊效用設計出一系列含蘆薈成份的保養品。保養品的基本成分，只有動物性、植物性之分，再加上特殊設計，在功效上似乎沒有什麼太大的差別。

林俊堯：有些面霜是不是還摻了特殊的生物製劑，所以，才兼具保養與治療效用，譬如治魚尾紋、皺紋……等等。

徐永諧：在保養品裏面，有不同成份來滋潤你的皮膚、維持皮膚正常的溼潤度、給予皮膚營養……。關於皮膚衰老這方面如魚尾紋、皺紋、皮膚失去彈性等……，主要在調理你皮膚的彈性，它的成份是着重在彈力素方面。像剛才提到的胺基酸、蛋白質，在你皮膚彈力衰弱時，由表皮土來補充。也就是說：依皮膚所需要的情形設

計特殊成份加在產品裏面。

●擦乳液皮膚真能吸收嗎？

王偉華：我以消費者的立場來說，今天我要買化粧品時候，最大的問題，就是會懷疑：「保養品這種東西擦了，對我們的皮膚到底有沒有滋潤作用？」

像防皺紋的，因為我的皮膚很乾燥，有時候人家會跟我講，晚上要擦油質的東西。有次我看報上寫：有人做了一個實驗，把一張乾燥的死豬皮浸在油裡面，經過一段時間拿出來看，發現豬皮還是乾的，並沒有把油吸收進去。所以有時候很懷疑，擦乳液之後皮膚真能吸收嗎？這是一點。還有，我想大家關心的是：「擦乳液對皮膚有什麼用？」有些老太太們，皮膚沒有用這麼多東西，可是看起來也很好，就這樣過來了。像我媽媽就有這種觀念，她從來不化妝，大概只在結婚那天化過粧。她跟我說：「可是，妳看我的皮膚似乎比妳天天要保養什麼的還好！」所以有人說，根本不要用它就好，用了它反而變成習慣性或怎麼樣……，這可能是比較古板的觀念，到底正不正確？



保養品對皮膚到底有沒有滋潤作用？

張淑容：這個豬皮的試驗，因為它已經是一個沒有生命的東西了，細胞也不可能活化，這跟皮膚倒是不能去做比較。

王偉華：當時我也想到，我們的皮膚還有血管和循環功用，而那豬皮應該是沒有功用了。可是，有時候我還是會想，這是不是真的？有時氣候比較乾燥，我在睡覺前保養的工作就作得比較仔細。第二天早上起來，皮膚是光滑些；前一天晚上要是偷點懶，沒有擦，第二天起來就比較乾乾的。可是我覺得用就有效，一停就沒有效，並不能夠持續。還是擦這種東西要一直持續才有用？

吳昭雄：化粧品的定義，是在保養皮膚，改變容貌的修飾作用。它的功用是非常緩和的，不像藥一樣，立即見效。所以如果使用的話，就一直要使用，才有實效。

張淑容：保養還是有用的。

王偉華：我相信。因為有時候，尤其到冬天，皮膚乾得很利害。如果我不太偷懶，而且記得擦的話，真的對皮膚會有影響。徐淑蘋：保養一定有用的。我母親也是美容師，所以她從很小就告訴我說：「妳要保養皮膚，妳不需要擦特別好的東西，但至少也要把臉洗乾淨，養成良好的飲食習慣和生活習慣；然後再擦上適當的保養品，不一定要最貴的，但絕對會讓妳的皮膚得到好處。」

而且我也試過我先生，他以前從來就是拿一個洗澡的肥皂隨便洗洗。後來，我告訴他：「你一定要用某種肥皂，而且洗完以後，我希望你能抹上一點滋潤的東西。」他……他現在覺得蠻有效的。像以前，到了冬天，他覺得他的臉好痛，可是他又不願意去做這些事情。當妳幫他養成一個習慣以後，妳告訴他：「這些東西只要持有品牌、成份是好的，我相信一定會產生實效。」

當然，我們在作廣告上可能吹噓一點，或者用它的包裝等等來吸引客人，但是它裡面的成份應該絕對是好的。

●歐洲品牌還是日本品牌適合東方人

徐淑蘋：常常碰到消費者問我：「我應該買歐洲品牌還是買東方品牌的化粧品？白種人和黃種人皮膚上有沒有差別？」對消費者而言，蠻希望知道這個問題，因為台灣有好多品牌。但撇開品牌而言，我們賣化粧品，一方面也希望提高大家的生活素質；還有能夠帶給消費者好處，這是我們最大的宗旨，希望大家能正確的認識。

張淑容：我想皮下組織，不管東方人、西方人都是一樣的。在選擇保養品上，最重要的就是要適合自己的皮膚性質：中性、油性、乾性、綜合性、或敏感性；當然，比如說歐洲氣候特別冷，那邊的人所用的東西比較偏向於油質的保養品。

葉素珍：我想這不是單就品牌來論的問題，應該說「哪一種保養品適合自己的皮膚」以台灣來說，環境因素上濕氣重較潮濕，因此皮膚上便較地處大陸性氣候的西方人還要細，也不若西方人皮膚乾。此種先天上的差異，自然造成了選擇保養品時的一些不同。至於化粧品也是一樣的，使用時必須適合自己的膚色及五官構造。

徐淑蘋：有些人因為崇洋，有些人認為我絕對不用某些品牌，我一定要用某個品牌。我覺得這個觀念應該修正為：「了解自己的皮膚，選擇適合自己皮膚性質的保養品」比較重要。

張淑容：而且一個能夠稱為化粧品廠家的品牌，它的商品不會說只適合……比方在歐洲，它是一種世界性的商品。所以在保養品方面會有分別：適合什麼樣的氣候、溼度、季節；還有膚色上：白種、黃種人



購買時要考慮有關因素



先找出適合你用、可信賴的品牌。

、黑種人都是一定有各種不同的顏色。當然各個地區一定要選擇對自己有利的顏色，所以顏色方面也不是個問題。

吳昭雄：我認為不管保養品或化粧品，東方、西方一定有分別。同級的東西，歐洲人適用，東方人不一定適用。剛才各位也講過，生活、飲食、氣候都不一樣，這應該會有區別。就拿級數來說，它有很多等級，針對哪一種皮膚？適合自己的皮膚質？還有環境都要考慮到，所以還是要選擇的。

●找出適合自己而且可信賴的品牌

林俊堯：像 C. D. 的產品，會不會在歐洲賣的，和亞洲賣的不一樣？

徐永諾：我本來很不願意把廠商提出來，因為這太敏感了，這裏有很多廠牌出席。但是我覺得不管你是哪種人種，皮膚組織都是一樣的。只不過東方人皮膚組織比較細膩，彈性較好；衰老的時候不像西方人那麼樣的快，皺紋那麼樣的深。通常乾性、油性這兩種皮膚質，當到了開始產生皺紋的時候，油性皮膚皺紋會比較深，因為油性皮膚脂地比較厚一點。所以同一地區的人，皺紋出現的深度也有不同，時間早晚也有不同。

又因為皮膚會受地域、氣候變化影響，例如原來住在台灣海島型氣候，他到大陸型氣候去旅行，或居住在那裏一段時間；他的皮膚跟當地的人一樣，開始容易乾燥，馬上就有皮膚失水或皺紋出現。可是當他再回到原來居住的地方，潮溼季節的時候，他發現他的皺紋好像慢慢沒有乾燥季節那麼明顯。所以皮膚的衰老程度在人種上並沒有太大的差別，而以氣候影響最大。

像 C. D. 在很多廠牌面前，是個相當年輕的公司，它只有三十幾年的歷史。但是它的組織是相當健全、現代化和科學化的。每件產品推出之前，先在動物體上作過幾千次的試驗，由醫學監督下提出實驗證明、醫學報告，證明這個成份是不是真

的有我們所講的效果。

很多人有時會聽到誇張的銷售語詞，都是銷售從業人員，希望招呼客人，把言詞誇張了。譬如預防皮膚太早出現老化、皺紋等產品，他們會說成：「你擦了以後，皺紋很快就沒有了。」但是我們真正在介紹的時候，我們說：「這些產品可以減少老化，使皺紋深度減輕。」這樣介紹是有實際的報告，也是真實的肉眼可以看到結果。

所以化粧品還是分人種，而是分等級。你的皮膚需要的是什麼，你應該找到針對你需要的產品。例如皮膚質地可區分為油性、乾性、混合性、甚至敏感性。有的皮膚質地比較脆弱，可能市面上普遍性、大眾性的化粧品都不能用，他必須去找一些低敏感度、無刺激性、專門設計給過敏性膚質使用的產品。所以你要去找真正適合你用、可信賴的品牌，而不是以東、西方國家設計的產品來區分選擇。

●在專賣店選購

林俊堯：甲廠牌說你適合它，乙廠牌說你適合它，消費者怎麼知道他自己的皮膚用什麼好？

徐永諾：舉個例子，買電視機。每個廠牌都說，我的電視機好。當顧客在挑選時，可能以色彩優美或因它是個大廠牌，它會注重自己的聲譽，不會胡亂設計就推出市面賣，拿自己的名譽去開玩笑等因素來決定購買某個廠牌的产品。

林俊堯：問題是，電視是用看的，保養品要用一段時間才知道。

徐永諾：除非你的皮膚比較敏感，對香味敏感、對顏料敏感；或經過醫生診斷，問題出在哪裡？那在選擇的時候，就一定要非常非常小心！一般人在選用品牌時，只要是屬於有知名度、重視聲譽的廠牌，都不會隨便推出東西賣到市面上，我想都可以放心的去用。還有從事人員的銷售行為

、銷售良心也很要緊。

我們常常見到顧客們在使用產品時發生的現象是，買了東西而方法用錯了。方法用得不得當，因此效果不好，她就抱怨產品不好。問題出在哪裡？第一個，也許不是到正式的專賣廠去買，沒有指導人員指導她。或許她到商店裡，隨她自己喜歡的買；或許她說：「我媽媽用得很好，我就跟著去買同樣的東西。」媽媽幾歲？她幾歲？也許她遺傳的是她父親的膚質，不是母親的，因此用的東西應該不同，到時她就怪這個產品不好。另外，站在廠商的立場來講，也許我們從業人員訓練得不够好，她在介紹給客人時，沒有把正確的使用方法和真正效果解釋清楚。

●美容指導提供選擇

葉素珍：每一公司都有美容指導員，也有專門訓練她們的人員。當然，有的公司訓練時間長，有的時間短；但最主要的是要訓練她，專業的知識和對產品的了解。然後再指導消費者應該怎樣選擇，但也只是建議而已；消費者本身雖然不懂，可是聽過解說之後會在腦筋過濾，「妳講的是對的？還是錯的？」所以，關於選擇方面，應該沒有多大問題，因為有指導員在這做專門性的工作。

倒是消費者本身應該去了解，他到底應該選擇什麼樣的化粧品？選擇哪一品牌的化粧品來使用，而不是選擇廠牌的。至於品牌則是看消費者，對每一家公司的特色和說服力而定。

徐淑蘋：對，重要的還是這麼多化粧品，妳要選哪一類？

張淑容：我覺得一個名牌，所以被稱為名牌，一定是在世界上被公認、被肯定的。其中必有它成功的因素和道理在，所以選擇保養品用名牌是不會錯的。另外一點，美容師的訓練一定要妥當。也就是說，在妳選擇保養品甚至色彩時，妳可以跟受過



購買時先跟受過訓練的美容師交談

訓練的美容師多交談，看她到底懂得多少，對妳的皮膚徵狀做一判斷後，妳自己再去體會她講的對不對？是不是值得妳信賴？然後來買這個保養品，才不會錯誤。

● 正確的美容保養

邱美香：一般消費者面臨的是，我到底適合擦什麼保養品？同一個廠牌不同等級的保養品，我到底應該如何來選擇？

現代的消費者，如同王小姐說她的皮膚乾，她已經知道了；有的消費者是說，「我很容易長青春痘，我臉上容易出油出汗」，那她應該知道，「我的是油性皮膚。」如果皮膚敏感，什麼都不能擦，擦了以後會有反應，這就是皮膚弱一點的，敏感性皮膚；大之十之八九都會了解皮膚的特質。

最重要的是，同一個廠牌，所寫的等級，保養品怎麼區分呢？

油性皮膚就應該選擇清爽的，千萬不要去買油質乳液、油質面霜，擦了弄巧成拙。皮膚乾的，就要選擇養份高一點，油份多一點的，儲存水份、油份，防止皮膚乾燥。否則皮膚會衰老、粗糙、失去彈性，小皺紋會出來。選擇時，最起码知道選

擇名牌的，知名度高一點的。經過美容指導後，聰明的消費者，還會把說明書打開來看看，到底上面所寫的，是不是我皮膚所適合的。買保養品比喻像買藥一樣，現代的消費者買藥時，一定會看這藥應該要在飯前吃還是飯後吃？份量是多少？才會使用。

再說了解正確的美容保養法後，消費者在使用時一定不能停頓。像王小姐說的，不擦還好，擦過以後，反而覺得怎麼樣，此種情形是沒有耐心使用。

每個人的皮膚都需要供給養份、油份和水份的滋潤。而身上的皮膚又比臉上細，因為有衣服保護。臉上皮膚，倘若每天只是清潔得很乾淨，沒有供給一點水份、養份；尤其在夏天，每個人臉上都會出汗、出油，曬了太陽之後，皮膚會曬黑，這也是必然的現象；到了秋天，天氣涼快一點，消費者會覺得皮膚黑了，要怎樣去美白、保養，不會讓皮膚老化。這時我們的皮膚就需要營養，了解適合自己晚間的保養品，消費者與美容專家溝通，學習正確的美容方法。把皮膚保養好，同時化起粧來一定會比較自然漂亮的。

● 敏感性皮膚要控制飲食

任 婕：那像我這種敏感性的皮膚，很糟糕！我又從事娛樂事業，要上舞台；舞台粧啦、電視粧啦，都非常濃的。我平常的時候，根本不敢化粧。不管是各大廠牌：C. D.、Arden……，只要是名牌的東西，你跟我講我就用，口袋就掏錢出來，等於是一直在消費、消費這些東西。但是對我來講，一點用處都沒有，你看我皮膚還是這麼糟糕！尤其到了秋天、冬天的時候，皮膚還會癢。根本上不了粧，一上粧還有小細紋。

邱美香：這多少和生活規律、睡眠、飲食有關，加上東方人多偏向辣、油、刺激性的食物；敏感性皮膚在飲食上要多留意。
葉素珍：談到敏感，一般人常忽略了敏感肌膚和過敏性肌膚是不同的。前者是指皮膚容易因外界的刺激而產生反應，譬如有的人對油漆、花香、冷空氣過敏；而後者指的是體內帶有“過敏原”，會對某種特定的物質產生反應，譬如對陽光過敏等。像這種情形，就必須請教皮膚科醫生了。
徐淑蘋：我自己以前也是敏感性皮膚，甚至我到日本的時候，因為季節的改變很大，全身發癢還長很多小紅點。我也看過西醫，西醫告訴我：「我只能給你控制，讓你吃消炎或過敏的藥片。」後來，我覺得我不能這樣老是靠醫生，我必須想辦法。我就去找很多品牌的化粧品試著用，來保養皮膚。我也下一個很大的決心：改變體質，我不吃任何酸性的食物達半年以上。因為我從事美容工作，如果皮膚不好的話，真的什麼都不要談了。一方面我還吃中藥，中國傳統的藥物，慢慢的在內部改變你的體質。

我發現這種體質在台灣很多，尤其海島型的潮濕季節，很多人有接觸性過敏炎，或是對化學纖維等等會有過敏。像我以前皮膚乾乾的，到了冬天會很癢，甚至連穿絲襪都癢；到目前為止，我也沒有辦法穿尼龍衣服。

所以必須下決心，配合飲食、藥物和保養，才能擁有一個健康的皮膚去適應外在的化粧品、空氣……等。

任 婕：你看我的皮膚，乾燥、有黑斑、敏感、還帶點疲勞性。因為我從事娛樂事業蠻久的，有十年了；大概是以前買的化粧品不好，或使用不當。剛開始有一個斑，起先我也不注意。有一天化粧時發現臉上有一塊黑黑的，我嚇了一跳。聽人家說有母斑，會生子斑，本來只有左邊，現在

敏感性皮膚，秋冬時會發癢。

使用前要把說明書打開看看



連右邊都有，怎麼救都救不回來了。我現在是努力把它控制住，可是我希望能夠使它消掉。

徐淑蘋：我以前吃麵，除了加得很辣之外，還要再挖一瓢辣椒吃；後來我一口辣椒也不吃，到現在，我根本也不愛吃辣椒了。我發覺台灣人喜歡吃火鍋、川菜，有半年的時間，我們都在吃這些東西。我曾聽皮膚科醫生說，我們吃這些很辣的東西，除了辣在刺激皮膚，燙熱的食物也會影響皮膚。如果這些飲食不稍作改變，把責任推到化粧品，是不太公平的。因為太過惡化的情況，化粧品沒有辦法救得了你。而且，這種皮膚如果不再作適當的救治，還會遺傳給下一代。

●顏料香料造成敏感

任 婕：我連身上皮膚都敏感。

張淑容：這可能因為肝臟機能減退。

任 婕：我有去檢查過，又沒B型肝炎，肝功能也很健康。我唯一的毛病是胃不太好，但是最近二年胃都還算健康。

徐永諧：如果妳媽媽沒有這個敏感現象，姐姐也沒有這個現象；那妳應該去跟她們比較：生活型態、飲食習慣、工作、休息、疲勞、壓力……等，這些都是內在原因。但是，我想請問一下：妳的洗臉習慣及妳的皮膚是怎樣護理的？妳用的產品是什麼？妳的使用方法如何？

顏料和香料是造成敏感、產生斑點的很大原因。市面上一般的廠牌，所使用的顏料最多可以到三百多種；比較嚴格的廠牌只有十二種。三百多種和十二種顏料的區別就在於其試驗性質。在廠牌推出顏色之前，嚴格的廠牌會做試驗：例如，在一百個過敏皮膚的人背上做貼附試驗，以不超過一人以上有任何不良問題反應，才採用這種這顏色。妳剛剛講到妳過去隨便選擇一些廠牌的化粧品，就是沒有顧慮到產品安全性的問題。

另外，用東西的習慣非常要緊。有很多人用化粧品時，直接以手指去挖取；雖然剛剛才洗過手，可是指甲裡的髒，是肉眼看不到的，這樣就很容易引起產品感染細菌而變質。

●化粧品放久了會變質

任 婕：我曾經逛街時，在「龍門」賣舶來品的地方買化粧品。我要一支睫毛刷，我看看沒有我要的那種，小姐就跟我說：「這瓶妳要不要，算妳便宜一點。」她一講算我便宜點，我就有點心動。但是我看看它外觀有點受損，可能放久了；就退一步想：「不行，不能買。」那次給我一個警惕，只要對方告訴我：「隨便啦，算妳便宜一點上」時，我就要考慮一下。

徐永諧：有很多消費者，買了化粧品覺得是花很多錢來買的，捨不得用；甚至香水

也是一樣的，覺得很珍貴，不捨得擦。但事實上香水一旦開始用，跟空氣接觸以後，就會開始揮發；若放太久妳再去用它可能也變質了。女士們都很節省，化粧品用很久還是勉強用，這是不正確的。

●乾性皮膚不要用肥皂

邱美香：任小姐的保養可能沒有耐性！

任 婕：我一天最少洗三次臉。

徐永諧：洗臉並不表示保養，次數多也不表示保養好。

任 婕：我用的肥皂還是 Arden 的，一



洗臉並不表示保養

千八百塊一個。我平常很省，但盡量為了我的皮膚，只要是化粧品才捨得買。

徐永諧：皂類的東西是設計給偏油性和正常的皮膚使用，乾性皮膚是不能用的。

葉素珍：洗面皂有二種：一種是泡沫式，如香皂、洗面乳、洗面皂等。一種是乳化不起泡的面霜式，如洗面霜，這是卸粧專用的。二者清潔力都很好。依季節、肌膚性質和皮膚髒污程度來選擇使用。洗臉，除了洗淨之外，最重要的是保濕，不使皮膚乾燥。依我認為乾性皮膚的人，應該也是可以使用香皂的。但必須洗完臉立刻做皮膚保養如以柔軟化粧水、乳液等補給皮膚水份、油份。

任 婕：可是我總覺得沒有泡沫洗不乾淨。像我們平常都化濃粧，我用冷霜或嬰兒油卸粧；洗過臉；等半個鐘頭再用刷子刷臉。

徐淑蘋：這樣皮膚會愈來愈敏感。因為皮膚已經很脆弱了，再不斷刷它、磨它，把保護膜都洗掉了，所以愈來愈糟。

●選擇保養品注意三點

葉素珍：選擇保養品時應注意下列三點：

(一)產品要適合自己皮膚性質，例如明明很會出油的皮膚，却用了一瓶油份豐富的乳液，當然就無法改善皮膚狀況了。

(二)季節變換時，也應考慮保養品的類型。例如季節變換明顯的冬季和夏季，冬季一般人皮膚多較乾，應以油份較多的保養品為宜；夏季一般人皮膚多較油，應以夏季專用較清爽的為宜。

(三)同一時期內的保養品，最好品牌一致。因為每一品牌的保養品都有自己的使用順序和方法。

至於敏感性皮膚，化粧品公司有特別設計無香料，沒有酒精成份的產品。

●一系列產品功效較大

徐淑蘋：消費者有個毛病，常常今天人家說這個牌子很好，她就用這個牌子；明天人家說那個牌子，她又換那種；結果三、四天，可能換三、四種不同牌子。到時候一擦不好，就把責任通通怪給產品。事實上，妳今天用這個、明天用那個；產品和產品之間發生衝突，就造成了皮膚上的問

題。一個東西至少要用到三天至一個禮拜，才能確認它的好壞。有的消費者，比方說我買了一瓶伍仟塊的東西，我今天晚上去擦，明天早上起來就希望看到很好的效果，因為伍仟塊嘛！這些我覺得應該讓消費者知道，不要因為價錢高，對它要求太多。

張淑容：很多人都有這種毛病，喜新厭舊的心理，還有，女人都是愛美的，聽到不錯的就想試試看。事實上，保養品應該用一系列的，因為每一組的成份，針對適合的皮膚。混雜一起用，妳真搞不清楚哪個好？應該一套整個用完，真的沒有改善，再考慮另一組產品。

每一組的成份，針對適合的皮膚。



任 婕：我只選擇擦了不少過，用起來愉快的。

張淑容：當初選擇的時候，是不是針對妳的皮膚？

任 婕：銷售員跟我講：「好啦！適合妳」，我就買了。

張淑容：最好還是一系列用它，才能事半功倍！

●乾性皮膚的化粧水

張淑容：妳化粧水是用柔軟性的，還是收斂性？

王偉華：我都不知道！

任 婕：這就是銷售員的良心了，她都沒有跟我講。

徐永譜：乾性敏感的皮膚，不能用收斂性，和含酒精、香料的調理水。

●演藝人員多屬敏感性皮膚

任 婕：敏感性皮膚在娛樂圈很多，很多人生活習慣不很正常。

張淑容：演藝人員多半疲勞過度，變成酸性體質。

徐永譜：有很多廠牌、有專為演藝人員設計的，舞台上用的化粧品。

林俊堯：徐小姐怎樣保養呢？

徐樂眉：我屬於中性皮膚，比較好保養。注重清潔、清爽，平常很少化粧，演戲時才化粧。



我注重清潔、清爽的保養。

徐淑蘋：有很多人在上粧前、下粧後都不擦保養品，她認為我只要洗得很乾淨，就是讓皮膚休息，這樣可能導致皮膚愈來愈差。

一般演藝人員，化粧時間都超過 12 個小時以上，這樣化粧品本身也會起變化，造成傷害。所以化粧前、卸粧後都應該擦些保養品才好。

任 婕：有些男演員，古裝化粧的，都不擦保養品，直接上粧。下了粧之後，臉上皮膚的毛孔好像特別大。

徐淑蘋：工具清潔也很重要。像在戶外拍戲，根本無法一人一個粉撲什麼的，會造成感染。

●隨場合變化妝扮

徐永譜：另外，應該把自己的生活分成很多個層面，工作和休息的時候，外觀應有所不同。在郊外運動時，如：打球、爬山、游泳和在室內上班、拍戲時，化粧打扮都完全一樣，反而有點滑稽。

徐淑蘋：東方人都比較不敢嚐試去給自己不同的樣子。有的人說：我不適合穿窄裙、我不適合擦紫色眼影……；不管冬天、夏天，一支口紅打到底。女人應該多嚐試，有時讓人覺得妳很可愛、有時很成熟、有時很嫵媚……，讓人覺得妳無時無刻都很漂亮。不要每天都同一張臉，穿牛仔褲和穿禮服都一樣。如此才能把化粧品和保養品的功效充分表現出來，這樣的生活層面才有意義。

●隨場合更換保養品

徐淑蘋：還有一點，我覺得不論任何人，都應該隨著季節、年齡更換皮膚的保養重點和方式。但是，很多人都疏忽了。

王偉華：有人說夏天、冬天的保養品要分開用，也有人說晚霜在白天擦了會長黑斑，真的是這樣嗎？

徐永譜：白天時皮膚接觸紫外線，所以白天用的面霜含有濾除紫外線的成份。晚霜是屬於營養的東西，沒有這種成份。把晚霜拿來白天用，使皮膚長出黑斑，把錯歸在晚霜上，是不公平的。

●桃紅色系，不易卸去

王偉華：前陣子很流行 YSL 的桃紅色腮紅，大家都很瘋狂的買。可是，下了粧還有二塊腮紅在臉上，連口紅也是。後來，我對這廠牌印象就比較差一點，怎麼色素強到這種程度呢？

張淑容：桃紅色系的腮紅、口紅，不論任何品牌，本身就不容易掉的。妳所提的品牌，因為非常漂亮，大家都去用它，所以就變成談論的焦點。

不過，也有專門在針對這個色彩去除的產品，妳不妨用用看。

徐永譜：這就在於清潔霜的問題。

任 婕：一般都是用冷霜和嬰兒油。

徐永譜：做過母親的都知道，嬰兒油是擦在嬰兒的屁股，防止尿液濕附在嬰兒屁股上造成刺激。怎麼能當清潔劑擦在臉上？

●使用期限看盒底

王偉華：一般的化粧品有使用期限，可是我們去買的時候，不知道店裡已經放了多

久了？

徐永譜：我建議妳到生意比較好的店，或是大的百貨公司去買。

葉素珍：有責任的化粧品公司，對經銷店的貨應該有管理。我們公司是規定貨要先進先出。

林俊堯：化粧品上有沒有標示製造日期。

徐永譜：衛生署現在開始規定要標示了，雖然還沒有正式執行，但已經在討論了。

吳昭雄：進口的化粧品，原廠沒有標示製造日期，所以無法標示，只有批號。

徐淑蘋：進口的保養品，有標示使用期限在盒子下。可是一般消費者不知道；有些公司怕貨滯銷也不願意告訴妳。

徐永譜：有的廠商是標示批號，每家做法不一樣。

林俊堯：事

實上能標示

期限是最好

，但可能有

許多客觀的

因素要克服

。如商店的

儲存條件差

異實在太大



廠商標示法不一

了，有標沒有標都不可能客觀，但含高營養份如胎盤素之類的化粧品就應該有標示才對，這樣消費者才知道什麼時候應該用完。

像我以前用一批彩色底片，已經過期三年多了，可是色彩還是十分正常，事後才知道一年多前已停止生產！芙蓉坊的底片是一律進冰箱的，大概是保存得太好，壓得太底下所以一直沒拿出來用。總而言之，我想儲存條件會比標示期限還重要。



我想儲存條件比標示期限重要

●化粧品的保存期限

林俊堯：面霜類的東西可以保存多久？

徐永譜：那要依保存方式而定。



如果不用，就放冰箱裡。

好像應該把教育部長請來一起討論！

張淑容：如果不用，就放冰箱裡。

王偉華：很少人把它放冰箱，大都擺在化粧台上。

徐永諧：擺冰箱是比較難做到，而且一會兒得冰很冷，一會兒再拿出來放外面遇熱也會使乳霜容易變質。最好是固定放在一個陰涼不熱、沒有光線直接照射的地方。

有人喜歡擺在化粧台上，燈光很亮；有人擺在玻璃窗口，每天太陽光會照射；或有人擺洗澡間，洗完臉馬上用，但蒸氣會產生熱與濕；這些對保養品都不是很好的方法。

徐樂眉：我的化粧品都放在檯燈下，那我要回去趕快把它搬家了。

對了，像普通一般粉條，可以用多久？因為我平常不化粧，買了粉條放在那邊，不曉得該怎麼辦？想丟又覺得好可惜喔。

張淑容：一年或長一點時間。最重要的是，先聞聞香味有沒有變質？有沒有油垢味？尤其唇膏，先塗在手上，如果黏黏的，沒有新鮮唇膏的潤滑感，就是壞掉了。

葉素珍：要用時先塗在手肘內側皮膚，先試驗香味及各方面都沒問題，才去使用。

吳昭雄：保存期限各廠都不一樣，跟妳的保存條件很有關係。

張淑容：唇膏是最容易變質的。

●保養工作提早開始

徐永諧：有一個問題很重要，就是很多人的保養工作開始得太晚。因為台灣的社會型態，社交活動開始得很晚。有些大專院校生，走出學校，開始上班時，看起來好像十三、四歲的小孩一樣。

她們不僅一點粧扮也沒有，皮膚質地也普遍不太好。皮膚質地不好，再好的化粧品用上去，也總覺得有瑕疵。因為她們年紀輕的時候，每天只曉得唸書，好像除



男孩子也有必要保養皮膚

此之外，任何事情都跟她無關。等到畢業之後，20、21歲才開始注意這些問題、在皮膚護理上已經嫌慢了。

林俊堯：應該從幾歲開始？

徐永諧：在青春期，13、14歲就應該開始。

徐淑蘋：一般人在公司看到大家都沒有化粧，不好意思化粧。另一方面，覺得化粧品很貴，不肯花錢。我們希望能夠由年輕的一代，帶動大家認知，把社會妝扮得更美麗。

林俊堯：好像應該把教育部長請來一起討論！

●男士也有必要保養

徐樂眉：有個話題我很感興趣，關於男孩子皮膚保養的必要性。

王偉華：我覺得這很有必要，可是很少人用。我們現在可以馬上問林先生，洗過臉之後有擦乳液之類的保養品嗎？一定沒有，真的很難做到。

林俊堯：我是很想擦，十多年前頭髮是有在擦髮霜。

吳昭雄：這是習慣的問題。

徐淑蘋：我父親因為我母親的關係，就有在保養皮膚，我也幫我先生養成這個習慣。這是一個生活習慣，像國外很多男人都擦香水，就沒什麼奇怪，成為一種習慣了。

徐樂眉：我覺得好看、自然就好了。所以我不反對男孩子穿耳洞啦、化粧啦，好看就好了，我不會介意。我以前看到男孩子奇裝異服或打扮得娘娘腔，就覺得很奇怪；現在接觸娛樂圈、美容業，就不會這樣覺得。只要他喜歡，不論怎樣打扮自己，好看就好了。至於像男孩子擦面霜，我覺得很有必要，至少香香的很好聞。

林俊堯：五年前，我和旅行團第一次去法國，在Liza買了一些面霜，送給我母親，並且留下一瓶自己用。因為很貴，我捨不得用，把它放在那邊。只有在非常疲倦時，睡前擦一些。放了五年了，現在還是



太太可以影響先生

放在那裏，還用不到廿分之一。實在沒有這個習慣！

徐樂眉：所以我覺得旁邊的女人很重要，像太太可以影響先生。

徐永諾：除了習慣，不同地域的觀念也很有影響。一般人以為男人應該比較名士派，不修邊幅，如果太修飾，會變成娘娘腔。所以為什麼男士用品一直打不出市場來，最好銷的頂多是髮霜、髮膠、髮臘，再其次的是鬍鬚較重的人會用點刮鬍膏。

●做臉有效嗎？

王偉華：一般人都覺得化粧、做臉是女孩子的專利，做臉主要在使皮膚得到呼吸。有一次，我帶一個男孩子去做臉，他也覺得太不可思議。可是我看他皮膚實在太粗

皮膚美白，無法快速有效



事實上醫療行為是不允許的！

了，而且黑頭粉刺一粒一粒的，我就勸他做一次看看。後來他覺得做臉後很清爽，以後我要去做臉的時候，他都會說：「快點，帶我去。」可是，有的人認為愈做

愈不好，到底怎麼回事？

徐淑蘋：這是觀念問題。有人花伍佰塊做一次臉，就認為：「妳就要保我從現在開始，皮膚都很好」。她並沒有想到，做臉只是幫助妳，使妳更好。平常在家就要做清潔工作；如果妳一個禮拜都不洗臉，然後來做一次臉，皮膚當然不可能好。

當然，妳選擇做臉的地方也很重要，如果美容師操作方法不當，或用不好的保養品，就會有反效果。據我所知，現在有很多美容院用的東西，號稱是進口品，實際上是地下工廠製造的。當妳做過一次以後，效果很好，可是副作用也很多。因為這些以賺錢為目的的美容師，把形象搞壞了。美容院的範圍都已經越軌了。

張淑容：現在保養品都已經進入醫療方面

，可是，「事實上這是不允許的」（異口同聲的說。）！

●速效化粧品危害皮膚

徐永諾：

衛生署對正式進口的化粧品，一天到晚在挑毛病。可是市面上有多少危害



一起抵制地下工廠的產品

人體的化粧品，他們為什麼不去檢舉？為什麼不去市面上查看？

吳昭雄：在此，我們應該提醒消費者抵制地下工廠的產品，以免危害自己的皮膚。

徐淑蘋：像我們很坦白告訴衛生署說，這產品加了維他命，他們說不可以。地下工廠乾脆不說，只說是加了合格的東西，就讓它過了，都是些表面的東西。

舉個實例：有個波特藥水，大概在五、六年前開始做。以前只是個騎摩托車送貨的業務員，現在開賓士車，賺死了。

邱美香：一般大家都有聽說過，某種去黑色素水，登於報章雜誌上，針對斑點一週見效。消費者看了之後，試的人不少。但事後往往弄巧成拙，用過的皮膚見到陽光會敏感，真是得不償失。對於消費者要有個觀念，想要使皮膚美白，並不是快速有效的。要多方面配合，才能達到理想完美健康的皮膚。

徐淑蘋：消費者求好心切，以為皮膚要白、沒有斑，才是好的。所以來買化粧品時，還會自己告訴妳：「我要去斑的、要馬上白的。」其實皮膚是不是很白，並不重要。有人天生皮膚黑，但是健康乾淨，這樣的皮膚才是最好的。