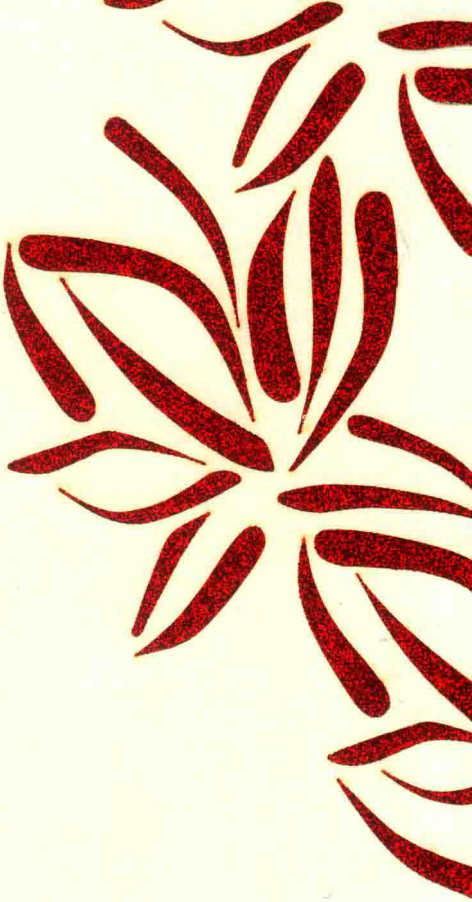


眉语·匠心

——典雅阁文饰技艺30年

◎吴承洁　编著

云南出版集团
云南美术出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

典雅阁®
DIAKOR

ISBN 978-7-5489-2746-4



定 价：89.00

眉语·匠心

——典雅阁文饰技艺30年

吴承洁　编著

云南出版集团
云南美术出版社

图书在版编目（CIP）数据

眉语·匠心：典雅阁文饰技艺三十年 / 吴承洁编著.
-- 昆明：云南美术出版社，2016.12
ISBN 978-7-5489-2746-4

Ⅰ.①眉… Ⅱ.①吴… Ⅲ.①美容术 Ⅳ.① R622

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 000073 号

总 策 划：李　明
主　　编：马春花
编　　委：丁长芳　黄　娜　胡馨予　姜红艳　金丽霞　奎　佳　李　铃　吕　琼　罗　娇
　　马　燕　彭慧林　汤方芬　唐　锐　任雪梅　王　瑛　许丽娟　杨　玲　杨建美
　　杨佳健　杨金莲　姚云丽　周庆美
绘　　画：常　峰
摄　　影：马丽颜　孙伟伦　傅韶晖
装帧设计：傅韶晖
责任编辑：汤　彦
责任校对：范馨月　梁　红

《眉语·匠心——典雅阁文饰技艺 30 年》
吴承洁　编著

出版发行：云南出版集团
　　云南美术出版社
地　　址：昆明市环城西路 609 号 24-25 楼（电话：0871-64193399）
印　　刷：云南大学出版社印刷厂
开　　本：889mm × 1194mm　1/16
印　　张：11
版　　次：2017 年 3 月第 1 版
印　　次：2017 年 3 月第 1 次印刷
书　　号：ISBN 978-7-5489-2746-4
定　　价：89.00 元

序

□ 中国整形美容协会会长 张斌

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代。

狄更斯的这句名言，较为准确地描述了我对中国医疗美容行业现状的感受。

据统计，中国医疗美容市场在2014年，其规模已经达到约520亿元，从2007年到2014年，复合增长率约29%。预计到2020年，市场规模将突破千亿，一方面中国医疗美容市场潜力巨大，行业由此得以蓬勃发展；另一方面，由于医疗美容行业兼具医疗和消费的属性，与普通的医疗机构相比，医疗美容领域更加市场化的体制为民营机构的发展创造了条件。以服务、环境以及市场宣传见长的民营机构渐渐占据了医疗美容终端市场70%以上的份额，且行业门槛低、利润水平高的特点吸引了越来越多的民营机构加入医疗美容的队伍。医学美容行业虽然发展迅速，但是缺乏统一的技术标准，发展水平良莠不齐。一些看似行业内的小问题，对个体的求美者来说，造成的却是痛苦一生的大灾难。

一口气看完《眉语·匠心——典雅阁文饰技艺30年》这本书的小样，把书合上，捧在手里，沉甸甸的，分量不是来自纸质的书本，而是一家医疗美容企业30年时间的沉淀。

典雅阁医疗美容机构于1988年在昆明成立，

需要全本请访问 www.ertongbook.com

是目前国内历史最悠久、技术影响力最大的医疗文饰美容企业。典雅阁一直潜心于医疗技术的研究，分别设立专业文饰中心、激光美容中心、整形中心及中医美容科等，是集教学、医疗为一体的中国西南综合医疗美容品牌机构。30 年来，典雅阁不断汇集国际上医疗美容行业发达国家的先进技术和顶尖人才，现已经拥有一支自己培养的文饰团队，其技术人员被聘为中国国际美容教育网艺术文绣主讲，被国家劳动和社会保障部技术指导中心聘为文绣导师。

30 年屹立不倒，30 年厚积薄发，典雅阁成功的秘密是什么？在我看来，让典雅阁由小变大，最终成为行业龙头的正是贯穿《眉语·匠心——典雅阁文饰技艺 30 年》一书的一个精神和两个关键词。

一个精神，指的是精工其艺的匠人精神；两个关键词，指的是行业“标准”和“规范”。近来，我在各种场合常常说，每个行业在发展中都遇到问题，但是，中国整形行业的阵痛期实在过长了，是时候集中力量建立标准突破难关了。典雅阁 30 年的成长之路，正好可以为行业建立标准突破难关提供一个借鉴、一个范本。典雅阁告诉人们，赚钱讲良心也能做大做强，做事靠执着才能笑到最后。医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学手段对人的容貌和身体部位形态进行修复与重塑。医疗美容区别于生活美容的主要特点在于其美容手段是具有侵入性或创伤性的医疗手段。当业界还在为美容文饰属于生活美容还是医疗美容争论不休时，典雅阁已经在按医疗美容的标准，规范自己的经营行为；当业界企业还在为自己的所谓独门技巧技法如何保密而大伤脑筋时，典雅阁已经大大方方地把自己 30 年来摸索出的文饰美容技法和企业管理经验以出书的方式公之于众。

现代整形美容史始于 19 世纪，从修复缺损器官的医疗需求逐渐发展为追求美丽外表的消费性需求。从医疗美容的发展史也可以看出，医疗美容兼具消费和医疗的双重属性，客户消费需求和医疗美容机构的专业水平成为推动行业发展的关键因素。这其中，客户需求提供的是动力，医疗美容机构的专业和胸怀决定的是行业发展的高度。

我一直在思考，面对众多的问题甚至乱象，构建规范、健康的整形美容市场，不仅需要对机构及从业者进行管理，也需要不断加强对求美者的科普教育，严守“三正规”，即选择正规医院，辨别正规医生，使用正规产品。据我们了解，真正出问题的，其实不

是真正有资质的医院医生，问题出在各种没有从业能力的美容院等场所，而管理规范这些机构的困难可以说相当大。所以，我们的求美者一定要保护好自己，医疗美容是医疗范畴的事情，必须在有《医疗机构执业许可证》的医疗美容机构，由具备从业资质的真正整形美容医生，采用正规的产品实行，三者缺一不可。

《眉语·匠心——典雅阁文饰技艺30年》正好是一本医疗文饰美容的科普指南，可以帮助求美者更加科学安全地进行文饰；也正好是一本关于医疗文饰美容企业的管理手册，可以帮助医疗文饰美容企业健康发展。

30年来，典雅阁在医疗文饰美容行业的成就，大家有目共睹，而这本书的出版，更让我们看到了典雅阁作为医疗文饰行业龙头企业的眼界胸怀以及模范带头作用，还有一个良心企业的责任和担当。

在发达国家，健康产业已经成为带动整个国民经济增长的强大动力，健康行业增加值占GDP比重超过15%，而在我国，健康产业仅占中国国民生产总值的4%～5%。目前中国健康产业的年收益约为900亿美元，而美国健康产业产值已经超过了1万亿美元。有数据显示，我国健康产业发展潜力巨大，到2020年将达到8万亿规模。真心希望，医疗文饰行业能抓住机会，凝聚智慧，制定相关的技术标准，把医疗美容文饰提升到新的高度，把医疗美容文饰发展壮大，将之打造成老百姓人人能享受的，国家经济发展能得益的，社会大众能得利的一个产业。

张文武

2016.12.19于北京

前言

1999 年，典雅阁出版了中国第一部文饰专著《典雅阁吴氏文眉经典》（云南美术出版社出版），同时发行了配套教学 VCD 视频教程，成为当时国内唯一的一套文饰教材，填补了行业的理论空白，成为无数从事文饰技术人员的技术参考标准。

2002 年，典雅阁出版《典雅阁文绣艺术临摹与创作》一书，发行 10 万册。

2003 年，典雅阁出版发行《典雅阁眉毛克隆艺术》一书。

2016 年，典雅阁推出《眉语 · 匠心——典雅阁文饰技艺 30 年》，在这本文饰行业的专著中，我们仍一如既往地秉承典雅阁的分享精神，将自己多年来于文饰技艺中的研究成果、管理经验、心得等等与业内人士共享，与对文饰感兴趣的爱美人士分享。

尽管源于古代刺青术的美容文饰历史悠久，但真正意义上的现代文饰术则诞生于 20 世纪 80 年代初。中国香港的郑明明女士率先把文身术应用到了做眉毛上，郑氏文眉虽然简单，却从此开启了文眉的先河。近 40 年来，这个行业经历了文、绣、植、克隆、雕、润、漂、晕等等技艺的发展，作品完全达到以假乱真的境界，不但节约了职场女性的时间、增强了爱美女性的自信等等，同时也解决了大量的社会就业问题。

最近 10 年，文饰美容行业悄然兴起一场革命——首先是观念上的纠偏，文饰美容已完全剥离出生活美容的概念。业内业外已达成共识，那些直接触及人体肌肤和

血液、可危及健康的美容项目，必须接受更为严格的医学指导与监督。其次是消费者心态的转变，消费者在文饰消费上，也由关注价格转向关注文饰品质。还有重要的一个转变，是管理体系的健全，经国家卫生和计划生育委员会、民政部批准，2015 年 11 月 2 日，中国整形美容协会医学美学文饰分会在海南博鳌论坛成立，这意味着文饰美容有了自己的行业主管部门，行业发展正向规范化和标准化迈进。

适者生存，转型势不可挡。

由于文饰美容附加值较高、项目利润较高，因此吸引了大量的从业者，但也导致了鱼龙混杂的局面：有的文饰企业为追求短期效益跟风模仿，在缺少核心技术和产品的情况下进行概念的偷梁换柱，损害了行业的健康发展；还有的企业看到商机，为争抢市场，明以低价参与竞争，实则用偷工减料的方式欺骗消费者；还有一些如美甲、洁面、按摩等等以生活美容为主业的街边小店，业主兼职搞起文饰，美其名曰“文饰工作室”，操作间就设在自己的小店之内，毫无消毒概念，根本不具操作规范。文一对眉毛，价格从十几万元到几十元不等，价格之乱，令人瞠目结舌；更有甚者，自学数日，便自封国际大师、知名专家，利用网络散布信息，开门揽客。由于缺少相应的技能培训和实践经验的累积，仓促上岗，导致丑容、毁容事件常有发生。

文饰行业是有着旺盛生命力的美丽产业、朝阳产业，必将朝着科学化、规范化、个性化、艺术性的轨道发展。科学化对市场进入者提出了更高的要求，也将淘汰掉一部分投机短线的企业。规范化要求广大从业者接受必要的技能训练，获取从业资格，通过规范化的操作、不断自我学习提升，以此来维护市场的持续增长。个性化和艺术性将进一步提升和赋予文饰行业更多更新的价值，并引导行业走向美丽巅峰。

时至今日，居安思危，我们应该看到，文饰行业出现的问题已影响到行业整体的健康发展。解决问题的方式有很多，但最重要的是通过行业严格自律，对从业者进行规范；通过教育培训对从业者加以引导，以及加强与监管部门的沟通、协作……但这一切都离不开行业标准、规范的制定。

2016 年，作为“中国文饰行业的领跑者”，中国美容整形学会医学美学文饰分会第一届副会长单位，云南省医疗整形美容协会医疗美容文饰分会首届会长单位，典雅阁做了三件让中国文饰界震动的事：一是应中国整形美容协会医学美学文饰分会之邀，

撰写《医学文饰行业规范化指南》初稿，二是免费为协会开办《医疗文饰知识及实操公益培训》，三是成功召开了中国首届医疗文饰国际学术交流大会暨2016年医疗文饰技术年会（滇峰论坛）。

在《眉语·匠心——典雅阁文饰技艺30年》这本书中，收录了《医学文饰行业规范化指南》的主要内容，这一行业规范集典雅阁30年发展历程的专业技术和管理经验之大成，很多标准已经在全国范围内被同行效仿推广。

谈到医学美学文饰的规范标准，典雅阁掌门人吴承洁女士认为，当前，文饰行业急需主动自我规范，变“被动等待管理为主动自我管理”。对目前行业亟待解决的问题，如操作环境、操作流程、消毒隔离、所涉及产品的规范以及从业人员的身份规范，还有市场环境的规范等等，都应提出解决方案，以供上级管理机构参考。通过制定符合国际国内的从业标准，以及相应的行规行约，规范行业内部的行为，让每一个会员及从业机构做到有章可循、有法可依，从而促进行业健康发展。

将典雅阁的技术核心拿出来与行业共享，对于典雅阁这样靠技术站稳脚跟，并长足发展的企业来说，是否会损害既得利益？典雅阁给出的答案中，暗藏着惊人的自信——“典雅阁过去、现在、以后的定位都是一个创新型的企业，我们不会趴在过去的成绩上睡大觉，我们要做更多的技术研发、创新研发以及品类的创新。”

文饰行业赚快钱、赚大钱的时代已一去不复返，随着大众审美、时尚潮流的变幻，只有加大自主研制和开发力度，推动文饰技术的日新月异，才能使文饰效果趋向真、快、美的完美境界，才能挖掘出新的市场价值，在竞争中立于不败之地。

借由这本专著，典雅阁更想传递这样的信息：让业内企业都能够同步分享到行业最前沿的、最新的、最有生产力的适用技术；建立行业技术持续共享的体制和机制；提高云南文饰行业的整体发展水平和在更大范围内的技术话语权；主导实现云南文饰行业企业在技术和产品研发上的“共识、共创、共享”格局。

目录

第一部分　爱悦

故事一：美丽无罪……03
故事二：破茧成蝶……05
故事三：岁月如歌……07
故事四：女神妈妈……09
故事五：因为爱情……11
故事六：时来运转……13
故事七：微笑天使……15

第二部分　溯源

第一章　文饰起源……18
第二章　眉尖诗话……19
第三章　百年时尚……23
第四章　术之演进……29
第五章　眼线和唇……32

第三部分　概论

第一章　皮肤常识……38
第二章　美学基础……40
第三章　眉能说话……43
第四章　眼可传情……54
第五章　唇惹爱恋……57
第六章　特殊部位文饰……63

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第七章　阳刚之美……68

第四部分　规范

第一章　从生活美容到医疗文饰……70
第二章　医疗文饰工作标准……73
第三章　医疗文饰的技术手法规范……83
第四章　美容文饰术后护理及术后并发症的预防处理……104
第五章　失败文饰的术后处理……108
第六章　常用法律文书规范……113
第七章　医疗专业技术在文饰中的应用……117

第五部分　匠心

第一章　巨舰扬帆……124
第二章　慢工细活……128
第三章　精进之道……134
第四章　经典品鉴……138

第六部分　初心

第一章　大浪淘沙……144
第二章　眉语多情……150

后记……153

第一部分

爱悦

作为中国文饰的领跑者，面部美学的传播者，从成立到现在，典雅阁为无数爱美的女士提供服务。这些优雅迷人的女士来自不同社会阶层，从事不同职业，年龄也各不相同，但她们都有着一个共同的特征——她们都渴望遇见最美丽的自己。

懂得爱悦自己的女人最有智慧。


Kadokawa
Comics
Boy Series
魔法少女伊莉雅
Story 1
专业而尊重个性，
美丽无对错，只有不同风格



故事一：美丽无罪
求美者：青春美少女
美之诉求：张扬个性，我就是我，不一样的烟火

我看着镜子里 16 岁的自己——那个乖乖女在甜甜的笑。

突然间渴望改变，不再是别人给我订制的模样，这不是离经叛道，我知道总有一天我得独自面对选择，衣服、裙子、发型……甚至男朋友，当然还有我的眉毛……我的美丽自己主张，青春大片我才是主角。



她是昆明一所中学在读的小女生，也是我的客户中年龄最小而且非常有个性的一位。她独自一人走进店里，她告诉我特别喜欢漫画书，她在找一种与众不同的感觉——她和我反复沟通，甚至找来漫画里的插图，让我照着设计。我尊重她的选择，但更要遵循自己的专业素养，我揣摩她的性格，我分析她五官，我甚至看她喜欢的漫画，我画了很多张设计图。后来从漫画人物里找到灵感。天真活泼的性格，不同常规的眉形，两者搭在一起特别匹配。操作完成，女孩照着镜子，然后，不由自主地开心地笑起来。那天，我也很开心。





沁 眉

设计理念：用心倾听，用心感悟，寻找与求美者最匹配的线条，塑造不同寻常的美丽。



Story 2

美是一种健康的心态，美能战胜病魔



故事二：破茧成蝶
求美者：抗击癌症的斗士
美之诉求：找回美丽，找回自信，重获新生

我可以忍受化疗的痛苦，但失去秀发、眉毛……失去女人的美丽，生活就像一块灰色的抹布，抹掉了我曾经的快乐和自信。

看着镜子里那张苍白的、失去毛发的脸，我大声地哭，哭完了，我擦干眼泪，大声告诉自己，我不想再这样，即使生活是一场无止无歇的战斗，我仍要找回曾经的美丽。

她 40 来岁，脸色苍白，进店的时，浑身上下裹得很严，摘下帽子，很明显能看出戴着一顶假发。她的家人小心地扶着她，似乎怕她随时摔倒。她的家人悄声告诉我，她患有癌症，正在做化疗，因此头发、眉毛全部脱落。但在患病前，她特别爱笑，特别喜欢装扮自己。

突然明白，她来找我，不仅仅为了漂亮，更是为了在人生的低谷仍能找回那抹生命的绚烂。记得她做完文饰，重获一对美丽的眉毛后，她轻轻推开家人的手，昂着头，自己迈步走向了人来人往的大街。

DK 韩尚眉
设计理念：精雕眉形，刻画神韵，眉形为眼睛增添神采，眼有神采，整个人才会有精神。

需要全本请访问 www.ertongbook.com