



■新华社记者丁梓懿

香港理工大学与阿里巴巴

合办的“人工智能与时尚纺织大会”日前在香港举行。与会嘉宾一致认为,服饰时尚领域

今天出门你防晒了吗

■许诺

经常听人说防晒容易长斑、变老,虽然每次看到都很心塞,但大热天出门,总有那么几次忘记认真搽防晒霜,临出门才想起来,后悔得直跺脚。

不得不说,防晒,确实是一件值得严肃对待的事。黑不黑不重要,最重要的是注意防晒真的可以让皮肤没那么快老化。那么,如何防晒效果是最好的呢?

前段时间,看到一个很火的视频,这个人在后背涂了不同牌子的防晒霜在户外暴晒,用胶带分隔不同区域,以便测试到底哪种防晒霜效果最好。结果是:防晒效果最佳的居然是胶带!

确实,再有用的防晒霜也比不了物理性防晒。市面上层出不穷的防晒霜和防晒衣让人挑花了眼,那些动辄几百上千的防晒衣和防晒帽到底有用吗?和普通衣帽比,防晒效果真的会更好吗?

有不少网友做过测试,专业防晒衣确实比普通衣服防晒效果更好些,但也相差得不是太

多。防晒衣和普通衣服的区别,主要是布料成分不同。专业的防晒衣布料都含有聚酯纤维(涤纶)成分,而聚酯纤维(涤纶)比普通棉料更加防晒;另外,编织密度也是防晒能力高的原因之一。专业防晒衣的编织密度,要比普通衣服密度高。但这也带来一个缺点:专业防晒衣透气性相对较差。

专业防晒衣比普通衣服更防晒,这一点是肯定的。倘若平时出门,没有买专业防晒衣,那么把自己裹得严实点,是可以达到一定程度防晒的,最好是选择编织密度较高的面料。

平时上街的时候,有不少人会使用面罩式防晒帽,那么面罩式防晒帽是否比普通帽子更防晒呢?

面罩式防晒帽的优点是,大帽檐可360°调节角度,能最大化地遮盖脸部。但从使用便捷和美观的角度看,草帽会略胜一筹。当然,草帽防晒效果也不错,但它很难做到完全挡脸。

许诺以为,如果不是长时间暴露在户外,戴一顶宽帽檐的草帽,再加上墨镜和遮阳伞也够了。



■王珍

也许是台风惹的祸,一清早一场暴雨不期而至,我匆忙拿了伞,给每日走路必上万步梯的老妈送去。躲在别人屋檐下的老妈皱着眉头说,怎么不顺手给我拿一双凉鞋过来呢?遂脱下鞋子赤脚回家。我说万一被什么不明锐物戳破脚呢?破伤风的!人要紧还是鞋要紧?老妈不假思索——当然鞋要紧。

朋友圈一发出,一场有关鞋子的讨论立刻展开。

时尚中人很敏感,说,这是此鞋品牌文化的一次成功诠释。并热心提议,若真孝,就一下子买三双鞋子,撕毁小票无法退货,让你老妈别难得穿一次名牌而舍不得,放开尽情地穿。

各种年龄层各种评论,包括认识老妈和不认识的人。有人说,不该买太贵的鞋子给老人,让

老人觉得自己的脚比鞋子贱;有人说,不能一场雨就糟蹋了一双好鞋,老人精明;有人说,你老妈老观念节俭过了头。还有和事佬说,鞋子也没错,老妈也没错,必须等雨过天晴缓缓行,因为我们不差时间。

以我对妈妈的理解,除了一贯的节俭,妈妈能够这么爱惜一双鞋子,当然不会是因为名牌的缘故,而是因为穿着舒服。当然,还有一层意思,是妈妈在乎鞋人的那份用心和用情。

能给妈妈买一双不仅仅是材质好,更是穿着轻便、起步且适宜的鞋子的人,一定是很贴心的人。这个贴心的人就是我的弟弟弟媳。他们看到妈妈穿上鞋子惬意开心的样子,立刻照单给爸爸也买了一双。但爸爸却收藏着一一直没穿,不知道是因为妈妈妈更舍不得还是别的原因

存在巨大消费能力,人工智能技术将在其中创造出新的消费体验和巨大的商业价值。人工智能将在时装行业得到快速发展,进而改变整个行业的发展格局。

香港理工大学校长唐伟章在开幕典礼上表示,人工智能近年快速发展,对社会影响深远,改变了人们工作、生活和相互交互的方式。理工大学和阿里巴巴举办时装人工智能系列活动,将时装相关信息和机器学习结合起来,帮助机器更好地理解时装知识,提高时装设计的效率和准确度,提升客户的个人体验。

香港特区政府商务及经济发展局副局长陈百里表示,时装行业是香港经济的主要部分,传统的时装发展模式已经过时,特区政府正不断努力进一步发展

时装行业,通过把新技术融合到传统时装行业中,提升发展效率及升级。

在当天的会议中,多位人工智能和时尚领域的专家、教授、年轻学者们齐聚一堂,探讨该领域的最新应用和发展。

阿里巴巴副总裁庄卓然表示,今天讨论时尚服饰行业和人工智能的结合,其实是探讨服饰行业的未来。“时装的人工智能技术”会进一步提升线上用户体验,从单品推荐走向潮流搭配推荐,将个性化搭配规模化,同时该技术会应用于线下场景。香港理工大学第一家时装人工智能概念店将智能算法和智能硬件结合,把线上线下数据打通,对消费者进店、选品、试衣、下单等环节进行优化。

当日,首家“时装的人工智

能技术”时尚零售概念店亮相香港理工大学校园。概念店设有4个区域:服装陈列区、试衣间、后仓和线上体验区,1秒钟内能为消费者提供与其风格相符的多套穿搭建议。

英国皇家艺术学院设计学院课程主任佐薇·布罗奇表示,人工智能在时装领域的研究拥有巨大市场,可以帮助人们变得更加美观,帮助产业快速发展。

香港理工大学纺织及制衣学系副系主任黄伟强说,越来越多的购物习惯由网上信息所引导,人们希望能够得到更为个性化的服务,这给了人工智能很大的发展机会。但将人工智能应用在时装行业需要十分专业的研发团队,他们不仅要懂人工智能技术,还要懂得时装设计的知识。

高级定制发布走进中纺CBD



日前,中纺CBD“东方米兰”国际时尚展示中心举行丁琳服饰高级定制发布会,中外模特身着时装贵宾登场,吸引了大批时尚人士。据悉,中纺CBD“东方米兰”国际时尚展

示中心是意大利米兰华夏集团落地绍兴柯桥的重要项目,也是柯桥“引进来”“走出去”的重要国际平台。

钟伟、沈潇 摄影报道

涂唇膏的学问

■袁修美

嘴唇在整个面孔中,是最具吸引力的一环。为了强调这两片朱唇的神采,连平时不大化妆的少女,也喜欢涂上唇膏,美化它。

唇膏是化妆品,化妆品有别于护肤品,化妆品通常强调的是色泽,而不是护肤功能。以致有些女士只懂得美化嘴唇,而疏忽了保护它。其实,嘴唇皮肤非常敏感,因没有脂肪和表皮脂质滋润,又含少量不受紫外线影响的黑色素细胞,所以缺乏水分,特别容易干裂和被紫外线灼伤。

嘴唇上的肌肤和眼部周围的皮肤一样,很脆弱,任何化妆品涂抹在上面的时间太长,都会使它有所损伤。所以,每天在临睡前,

有些女士为图方便,喜欢选择能长时间保留颜色在唇上的全日唇膏。全日唇膏,顾名思义,每天只需涂一次,即不管你是否吃过东西,都无需补妆,唇膏色彩仍会很好保留在唇上24小时而不会消失。其实,涂用这种唇膏会影响嘴唇皮肤的健康,因该唇膏质地较干,以致涂上后,不容易被拭掉。如果你正在用此种唇膏,应立即停用,以免日后带来不良影响。

嘴唇上的肌肤和眼部周围的皮肤一样,很脆弱,任何化妆品涂抹在上面的时间太长,都会使它有所损伤。所以,每天在临睡前,

应把嘴唇上的所有唇膏抹掉,并用清水洗干净,以保证嘴唇每天有五六个小时的休息时间。

另外,口涎是天然的平衡剂,夏季可以用它来湿润嘴唇,补充水分;但在秋冬季节,口涎反而会使嘴唇在冷空气中干裂。所以,在秋冬季节里,我们可以用几种辅助品来防止嘴唇皱裂。其一是用蜂蜜或甘油,它们都是保护嘴唇的上品,睡前涂少量,翌日嘴唇即光莹透泽。其二是用凡士林或以护肤为主的滋润唇膏,但它们的缺点是含有蜡质,长时间停留在唇上会产生不良影响。

当然,在现实生活中,我们还不太可能找到“脂肪险”这样的减肥动力,只能在虚构的文艺作品中陶醉一下。而事实上,那种在极端动力刺激下的减肥,也并不是值得提倡的健康方式。假如我们能够换种思路,先对脂肪这个“小妖精”有一个比较深刻的认识,进而找出一种科学的体重管理方式,那么减肥的过程不仅会变得轻松起来,而且会更加有益于我们的身心健康。

今年7月,由中国经济出版社出版的《脂肪战争》,就是这样一本有意思的书。它可以帮助我们我们从不同的维度和视角,来深

翼地对待他们的每一双鞋子,尽量延长与好鞋的相处缘分。无独有偶,我发现先生也是一个对旧鞋恋恋不舍的人,经常会拿着穿破的鞋子去修鞋摊上修补。仔细看看,除了小区里、菜场边常有修鞋摊之外,各种大大小小的修鞋店遍布城市的各个角落,可见舍不得扔破旧鞋子的人远不止我家的这几位。

一般来说,一双旧鞋都舍不得随便扔的人,多半很实惠,很在乎感受。宁愿牺牲些许门面上的事,也很少喜新厌旧。多半会珍惜感情,尊重缘分。对于一桩自认为好的婚姻也乐于修修补补弥合伤痛,而不是说决裂就决裂,不会动不动就纳之如新衣,弃之如敝屣。

真的,一双鞋又不是买不起、买不到,把旧鞋当宝的人,除了节俭和怀旧情结,还有一种恋恋不舍的深情。

瘦身产品没效果 监管人员帮维权

■孙建新、江旭峰

时下,很多人都喜欢在网上通过“朋友圈”购物,可是一旦发生纠纷,要维权可就颇费周折了。最近,湖州市长兴县虹星桥镇的郑女士,就为在微信上购买的减肥产品烦恼不已。

前不久,郑女士通过微信“朋友圈”花2700多元购买了“养森”牌瘦身包产品,用了几次之后她发现不仅没效果,还产生了一些副作用。郑女士想要退货,可是产品是销售者在微信朋友圈推销的,并无实体店,她与销售者交涉几次也没有结果。无奈之下,郑女士只好投诉到当地市场监管部门。

接到投诉后,当地长兴县市场监管局虹星桥市场监管所执法人员对情况进行了了解。因为郑女士提供不了购货发票和当事人的营业执照等相关信息,也没有销售者确切姓名和住址,执法人员只能从郑女士手机内显示的销售者微信朋友圈的情况,以及从他们的聊天记录入手进行调查。

在调查中,市场监管所执

法人员终于发现了销售者的蛛丝马迹。经过分析排查,锁定该销售者系当地人许某。随后,执法人员和郑女士一起找到了许某,许某也承认了其销售“养森”瘦身包的事实,并提供了其在网上购买该款产品的收货单据。

对于郑女士想全部退货(包括已用的产品)的要求,许某明确表示自己并不是销售产品,也是通过聊天后帮郑女士代买的,拒绝接受退货。于是,调解一度陷入了僵局。

此后,执法人员重新梳理了许某和郑女士的微信聊天记录,发现许某跟郑女士讲过减肥效果按天计算,且自己已销售很多此类产品,并多次展示了使用效果图片的事实。因此,执法人员按照《网络交易管理办法》,将许某的行为认定为“网络社交载体提供宣传推广服务”行为。另外,许某在与郑女士交易时,存在未如实披露该款产品到底是化妆品还是保健产品的事实。据此,执法人员再次对许某进行了劝解,最终许某将2700多元钱款退还给了郑女士。

从不同维度看脂肪的那些事儿

■夏罗

近年来,减肥的字眼不断活跃在大众视野中,无论是对健康的诉求,还是对美的追逐,甩掉身上的肥膘已经成为大家生活中必不可少的一部分。但是,在很多人的印象中,减肥又是一项无比艰巨的任务,有人甚至说:“一个人如果能够成功减肥,还有什么事情做不了的?”

果真如此吗?也不尽然。日前一部热映影片《西虹市首富》中,男主人公为了通过考验获得巨额遗产,想出了用“脂肪险”花掉20亿的绝招。什么是“脂肪险”?你能减掉1公斤脂肪,我就给你2000元!在金钱的诱惑下,整个城市都陷入了减肥狂潮,大家几乎是拼了命地运动,就连电台主持人们在工作时间偷偷上机器甩肉。短短几天,男主人公的20亿就全部耗尽,相当于整个城市的人减掉了100万公斤。由此可见,人一旦对自己狠起来,减个肥其实也并不是想象中那么难的事情,关键还是要看有没有足够的动力。

当然,在现实生活中,我们还不太可能找到“脂肪险”这样的减肥动力,只能在虚构的文艺作品中陶醉一下。而事实上,那种在极端动力刺激下的减肥,也并不是值得提倡的健康方式。假如我们能够换种思路,先对脂肪这个“小妖精”有一个比较深刻的认识,进而找出一种科学的体重管理方式,那么减肥的过程不仅会变得轻松起来,而且会更加有益于我们的身心健康。

今年7月,由中国经济出版社出版的《脂肪战争》,就是这样一本有意思的书。它可以帮助我们我们从不同的维度和视角,来深

度了解脂肪的历史,认识脂肪的方方面面,并且剖析与减肥相关的那些事儿,从而引发有过减肥经历的读者的强烈共鸣。譬如许多人认为自己所谓的肥胖,是受到了现代审美的压迫。看过《脂肪战争》后,你会发现在人类历史的长河中,减肥一直是个经久不衰的话题。从古希腊智者提出的“体液学说”到古罗马的“脂肪骑士”,从“楚王好细腰,宫中多饿死”到“你非细骨轻躯,哪得珍珠百粒”,如果你正在减肥的路上艰难跋涉,就会十分欣慰地在书中发现,其实古今中外就有不少人与你一样,曾在肥胖的路上披荆斩棘。

在科技高度发达的当今社会,健身、节食、针灸、吃减肥药,这些用脂办法已经鲜活地烙印在大家的脑海里,并且被广大实践者深刻体验过。但是,甩掉脂肪就像情侣分手一样,斩断情丝心犹乱啊!奶茶、泡面、火锅、烧烤,它们就像前任的朋友圈,时刻撩拨着那刚刚平静下来的心。我就再放纵这一回,就一回!《脂肪战争》为我们揭示的这种矛盾心态,也让我们感同身受。

倘若把《脂肪战争》理解为一本趣谈减肥的书,未免太过肤浅了。这部作品在完整地梳理和呈现脂肪历史的同时,还对绿瘦健康产业集团有限公司的体重管理,进行了深度的“解剖麻雀”。书中穿插着许多真实鲜活的案例,不仅有减肥人士的心路历程,更有以传统经营模式起家的企业,在大数据时代到来时,摸索出来的生存之道。因此,无论作为助攻减肥的秘籍,还是作为探索企业发展的这本书,都能为你提供不一样的视野和体验。

