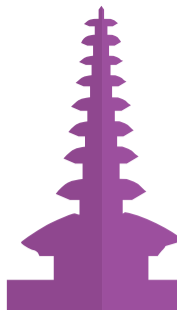




缪缪女士香水
SEPHORA独家发售 640元/30ml
这是款双元对立的香氛。她以优雅感性的花香构成初调，内含茉莉、玫瑰纯油和人造绿叶调的柔软新鲜，基调则弥漫着Akigalawood的芳香辛辣和沉香雅致。



迪奥男士活力淡香水
SEPHORA独家发售 680元/50ml
兼具清新感与木香调，如水般清逸，展现都市优雅、从容自然的魅力。



Fresh馥蕾诗澄糖香香氛
430元/30ml
糅合Fresh经典的愉悦柑橘调、清新甜美的花香调及绵软甜蜜的焦糖和香草美食调，不禁令人回忆起岁月中所有的纯真与美好。

凯卓蓝色海洋男士香水
460元/30ml
首款海洋香调的男香，亚非两种异质文化，自然与人类，安居与游牧都融于这款男士香水中。亦如清晨的海风，带着海洋的清爽香气扑面而来。



常用的香味，你选对了吗？

✓ 木质调的香水，能呈现出独立的清雅气息，这会让人觉得你有点个性并且有点像森林一样捉摸不透，有距离却又不会太有距离，细细的木质香也确实需要人仔细近距离轻嗅才能分辨。

✓ 海洋调的清爽香水，小苍兰仿佛咸海水的味道从身上一点点散出来。这会让人觉得你独立却不孤高，活泼中带着一点孩子气，却仍有着不少的俏皮可爱的特质，掩藏在心底的柔软也会想让人倾心向前。

✓ 琥珀、苦橙或雪松这类香调，可能会与男人身上的烟草味产生奇特的化学反应。即使透过呛鼻的烟味，也能让你身上的香味拥有充分展示的空间，让人印象深刻。聪明也是展现性感的另一种方式，男人对有想法的女人总是特别着迷。再多一点迷人的微笑，怎能让人不爱。

✓ 玫瑰。玫瑰的味道会促进人脑中多巴胺的分泌，随着多巴胺的增多，人会产生快乐、兴奋的感觉，所以玫瑰象征着浪漫是有凭有据的。但因为玫瑰味道产品实在太多，同时品质参差不齐，所以最保险的办法是用新鲜的玫瑰做装饰，润物细无声。

✓ 麝香。麝香本就是动物性腺的分泌物，在中国，麝香自古就是制作香料不可或缺的一味。很多香水都含有麝香味道，比如香奈儿的邂逅、迪奥小姐的花漾。不由得补充一句，香水中的这一点点麝香含量，远远到不了导致不孕不育的地步，所以《甄嬛传》带来的顾虑，我们大可不必。

✓ 罗勒。天然的催情香料。无论从身体上还是精神层面，无论是在东方还是西方，罗勒对于催情的效果都是惊人的。一杯红酒配上罗勒格外多一点的意大利面，一定会让这个晚上浪漫升级。

迎接2017，要先看看这五个榜单

2016年即将接近尾声，新的一年正向我们走来，在这个越来越讲究生活品质的时代，我们到底要什么样的生活方式？科技与心灵、物质与幸福、快节奏与慢生活之间，能否找到一个恰当的平衡点？

12月17日，杭州西溪花间堂，第一届生活榜发布会暨2017生活趋势论坛入驻杭州西溪花间堂，发布了有温度、高度、深度之生活方式报告五大榜单。各界知名人士、专家学者、行业精英以及知名媒体代表汇聚一堂，各抒己见，聚焦“如何重新定义生活”。

生活榜由奥达生活方式研究院与暨南大学生活方式研究院联合创办，是国内第一个具有学术权威性与专业性的生活方式榜单，具有极强的社会影响力和品牌传播力，是开创开放的学术交流与人文传播的平台。

榜单发布

发布会开始，著名作家、学者，暨南大学生活方式研究院院长、暨南大学博导、教授费勇老师发布生活榜五大榜单的详细内容，介绍两大学术结构联袂创建生活榜的初心。

“人类就是在追求很多东西的时候往往把生活忘记了，他总是停留在手段的桥梁上，忘记了到达桥梁的彼岸。”

谈到为什么创建生活榜，他说，200年来科技所带来的发展太深刻了，给人类的生活方式带来了很大的变化，几乎每一个行业都面临重新定义自己行业的状态。当然生活也是这样，人们经常会有一种困惑，我到底有没有活过呢？所以在这种困惑当中每个人都是在每个阶段重新定义生活的，但是重新定义生活都是在自己的观察和理解之上的。

在这样的基础上，奥达生活方式研究院跟暨南大学生活方式研究院，2016年1月份成立以来，主要就是进行科研和教学，在招收硕士博士的同时，也开班研修班。主要的目的是：第一，希望能够观察到生活方式的一种变化和变革，第二，是有可能通过在这个榜单就能够把那种生活方式体验聚合、呈现起来，第三，通过在这个榜单有没有可能帮助大家提升生活方式的品质。

今天现场发布的五个榜单分别是《2016中国健康指数报告》《2016中国幸福指数报告》《2016中国文化消费榜》《中国

生活方式三十年大盘点》《2017年生活趋势观察报告》。这些报告，陆续会发布在生活榜官方网站及官方微信公众账号。

生活榜研发团队2016年在32个省会城市、自治区首府、直辖市和深圳市，采用10000个有效样本，就健康、幸福和生活方式的关系，进行了数据采集、调研、分析，建立了前两份健康和幸福报告。

对于榜单，生活榜做了一些很具体的分析，比如《2016中国幸福指数报告》里，会分析人们的乐观状态、是否有伴侣、医疗服务满意度，在《中国近三十年生活方式大盘点》，生活榜的角度跟一般的历史是不一样的，有生活方式、有创业方式，以及旅店：旅游目的地、男孩子的游戏、女孩子的游戏，还有裙子、牛仔裤、发型、洗手间等等，总共用了18个视角，200份事件，8万多字。

“2017年度我们会继续在现有的基础上，继续完善这几份榜单，会继续推进这些榜单，另外我们会增加12个榜单，聚焦点是在餐桌、卧室、微生活等，总共在2017年也就是明天的今天，我们会发布16个榜单，那么这16个榜单我们希望是能够从场景、从体验、从科技、从价值观，各种角度来观察中国人生活方式的一些变化，然后就是能够提供对关于如何生活的一种思考。”

生活榜立足于数据，扎根于细节。因为深信：生活方式的细节隐藏着生活的趋势、商业的趋势、社会的趋势。生活榜关心世界的风云变幻，更关心如何从日常的点点滴滴中把握生活的机会。

启动“生活+100”计划

这份榜单之下的一个重要落地活动，叫“生活+100”，这是2017年度，生活榜在发布榜单、研究趋势之外，联手爱奇艺、果麦文化、奥达文化、和壹投资一起推出的很特别的实验计划。会上，合作方的各个代表上台，进行了“生活+100”的启动仪式。

这个计划要在全国遴选100个基于个人爱好基础上的、能够给我们带来新的生活方式体验的小项目，进行跨界运营整合，为个人成长打开新的空间，也为品牌搭建用户体验平台，提供品牌转型升级的新契机。

期待“生活+100”计划，为我们带来美好生活的一百种可能，也期待明年的第二届生活榜更加精彩，为我们提供更有温度、更具视野的解读，带来更多优质生活方式的分享。

