



科技無極限 掀開彩妝新頁

2015-05-31 記者 黃苡齊 文

俗話說：「天下沒有醜女人，只有懶女人。」然而現在，隨著科技的日新月異，就連所謂的「懶女人」也能輕鬆變美麗。

「科技沒有極限」從市場佔有一席之地的電動牙刷、自動洗臉機等開始，科技與日常生活用品的結合，早已不是件令人感到驚奇的事，而現在就連彩妝產業都積極與它結合，試圖推動全新的產業趨勢，讓科技再一次驚艷大眾。

3D結合彩妝 上妝快狠準

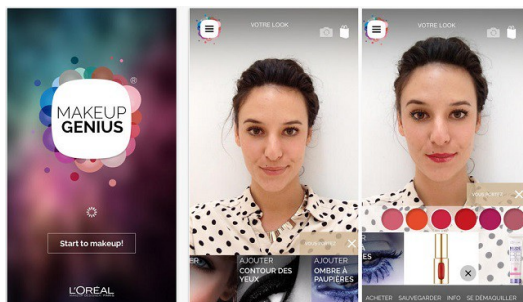
從妝前保養、塗抹底妝、遮瑕，到將彩妝刷上局部，化妝總是需要花上不少時間，然而現在瑞典知名彩妝保養公司研發了一台「3D列印自動彩妝機」讓化妝所需的繁複步驟，在短短三十秒內就能完成。這台自動彩妝機結合了現今相當熱門的3D掃描與3D列印技術，只要在手機應用程式中選擇自己所想要的妝容，傳送到機器中，機器就會自動將彩妝「印刷」於使用者的臉上。

「3D列印自動彩妝機」結合3D掃描與3D列印技術，只要在手機應用程式中選擇自己所想要的妝容，傳送到機器中，機器就會自動將彩妝「印刷」於使用者的臉上。（影片來源/Youtube）

這種幫助上妝的機器，雖然令人耳目一新，但目前仍是處於概念設計的狀態，距離上市售仍需一段複雜的研究、審核過程。此外，除了自動彩妝機，現今市面上也已經有著許多其他結合彩妝、科技兩者的產品存在。

彩妝APP 打造合適妝容

「Makeup Genius」號稱是全球第一款虛擬化妝台，是由法國知名彩妝公司所推出的一款手機應用程式，有別於一般美肌或局部修飾功能的相機，「Makeup Genius」主要提供旗下的彩妝品牌產品，讓使用者能夠自己挑選品牌和顏色，甚至將色號都清楚標示，希望使用者能夠在手機上，就找到適合自己的妝容，同時也省去到櫃位試妝所需要的時間。



「Makeup Genius」號稱是全球第一款虛擬化妝台，是由法國知名彩妝公司所推出的手機應用程式，提供旗下的彩妝品牌產品，讓使用者能挑選適合自己的品牌和顏色。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 跨性別者 勇敢做自己
- 「心」苦生活 身體發警訊

總編輯的話 / 黃詩涵



本期喀報為二一七期，共十六篇稿件，其中有兩篇影像新聞、兩篇廣播新聞、五篇動畫、三篇新聞圖表、四篇文章，題材相當多元。

本期頭題王 / 沈祖廷



因為矮矮的、所以頭髮短一點才有自信
不喜歡太安靜和看不見
於是成為聲音和影像成癮者
文字還在探索中
生活若是液態、希望不只是水酸性要再高
用一種水果形容的話大概是奇異果吧

本期疾速王 / 包金



長不大的男孩 獨舞
夜裡風霜歧路 還記得
第一眼的天空 心底的角落
那盈紫的情 那艷紫的詩
那幽紫的音 想留住沙漏的珍珠
想散出愛中的十字 想點燒希望的燈火

本期熱門排行



旅外球員 客居他鄉的英雄
郭穎慈 / 文化現象



跨性別者 勇敢做自己
陳致穎 / 人物



臺灣高等教育 何去何從
黃馨儀 / 文化現象



演員實境 不為人知的辛苦
沈祖廷 / 文化現象



孩子愛電視 節目如何選
林霽楨 / 文化現象

(影片來源/FIND)

將科技與彩妝結合，不僅讓消費者在採購化妝品方面更加方便、省時，以產業成長的角度來看，這更可能是一波全新的趨勢。相似於「Makeup Genius」的應用程式，日本也研發了一款「ModiFace Mirror」模擬實妝，與多個品牌合作，配合不同的化妝產品的效果來模擬妝容，甚至加入能夠直接下單購買的功能，讓彩妝不只由於結合科技而吸引目光，還能因為便利性而增加買氣。

面對這樣的新興趨勢，國內科技大廠也不讓其他國家專美於前，「玩美彩妝」是由國內知名科技公司在二〇一四年所推出的行動應用程式，乘著這股彩妝結合科技的流行，「玩美彩妝」不只讓使用者打造妝容，也創立了一個美妝社群平台，讓相同對於彩妝有興趣的人，能夠在上面互相交流、學習化妝技巧。



「玩美彩妝」不只讓使用者打造適合的妝容，也創立了美妝社群平台，讓對於彩妝有興趣的人，能夠在上面互相交流、學習化妝技巧。(圖片來源/訊連科技)

彩妝交流的平台，例如部落格、時尚雜誌的粉絲專業等等，這些分享彩妝資訊的空間在近十年間蓬勃發展，隨著網路的口碑效應，彩妝業的銷售也與日提升，而現在又出現彩妝科技類的產品，讓彩妝市場的潛力又更上一層。

科技彩妝 背向彩妝產業

彩妝機與行動應用程式的出現，都能夠間接為美妝市場注入買氣，然而卻有某些產品反其道而行，同樣是利用科技結合彩妝，但卻有可能會讓化妝品減少了購買率。在美國哈佛大學就讀的韓國女學生Grace，發明了一台「3D彩妝印表機」在裡面放置與市售化妝品相同的材料，只要在電腦軟體中找到想要的顏色，透過這台印表機印出來，一個眼影或口紅等彩妝品就此完成。

「3D彩妝印表機」中放置與市售化妝品相同的材料，只要在電腦軟體中找到想要的顏色，透過這台印表機，就可印出各種彩妝品。影片03:16~05:10為示範片段(影片來源/YouTube)

Grace發明3D彩妝印表機的動機，是因為不認同化妝品公司以超過成本百倍的價錢將彩妝品賣出，希望透過這台印表機的出現，遏止美妝市場上的暴利行為。另外一項與彩妝市場背道而馳的，是由日本的影視製作人淺井宣通與其他數位設計師、特效師、化妝師所共同打造的「OMOTE」，「OMOTE」在日文中是「面」的意思，取其意義，就像是在快速變更臉部的面具一般。

「OMOTE」是一台虛擬彩妝的機器，利用3D雷射投影技術，將各式妝容投影在人臉上，並且會自動追蹤人體的移動。這樣的產品，目前仍處於初步研發階段，但若技術更為純熟，當模特兒走在伸展台，或是明星舉行演唱會時，臉部的彩妝就可能是採投影上去的方式，如此不僅能快速變換妝容，更可以省去彩妝用品及彩妝人員的成本開支。

「OMOTE」是一台虛擬彩妝的機器，利用3D雷射投影技術，自動追蹤人體的移動，
將各式妝容投影在人臉上。（影片來源/ Youtube）

未來趨勢 指日可待

從3D列印自動彩妝機、行動應用程式、3D彩妝印表機到3D投射彩妝技術，彩妝與科技在各種面向的結合，都可能為彩妝產業帶來極大影響。然而無論是對於銷售的正面或是負面影響，對於生產者來說都是一項前所未有的突破，而之於消費者，更是一樣能夠方便生活的全新工具。科技彩妝目前雖然在市場上尚未形成廣泛的風潮，然而它帶給人們的新奇度與本身的實用性，已為這類產品打下良好基礎，同時也表現出無窮的潛力，相信科技彩妝的流行趨勢，在未來相當指日可待。



客家紙傘朵朵開

介紹客家油紙傘的起源與文化內涵。

臺灣高等教育 何去何從



教育部五年五百億計畫能提升高等教育品質仍存疑，臺灣政策導向為教師大量生產研究，以換取經費與光環。



回應

選擇留言身分.....

Facebook 社群外掛元件

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2015 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0