



美丽行情 稳中有升

□小霞

美发业

剪发自然增长 染发烫发略有上涨

提起美发行业,很多人都会感慨“现在剪个头怎么要花好几十,以前的理发店,几块钱就可以理得很好了。”据一位业内人士介绍,剪发价格的增长还是很正常的,“人工费、店面租赁费、水电费都在涨,加上人均收入水平的提高,剪发的增长速度是一直循序渐进变化的,而且也是一个必然的趋势,和北京、上海等大城市或沿海城市相比,济南目前中档美发机构男士剪发在20~30元、女士剪发在30~50元之间,还不算是很高的。比起烫发和染发,其实剪发没有什么特别大的利润空间,发型师赚的无非是剪发技术的费用。”

烫发和染发可能就不大一样了,最近,一位女同事在单位说起自己烫的头发花了400多,很多男同事都非常惊讶,“太贵了,够剪大半年的头发了。”其实,烫发花上几百元已经是很正常的花费了,“烫发和染发产品,有七大一线品牌,包括欧莱雅、威娜、施华蔻等,这些产品都需要通过海关发货,而原材料和运输价格的增长,导致了这几个品牌自今年下半年开始,较之以前的价格上浮了5%,当然,只是这些大的一线品牌产品价格有所上涨,普通品牌的涨幅并不大。”一位发廊的负责人告诉记者。

整形业

略有提升 个别项目涨幅明显

王贝整形致死事件的发生,让公众普遍关注起整形美容行业,除了高风险,整形行业也是一个暴利行业,“去有资质的整形机构做个最简单的整形手术都要好几千。”这是一个普通整形消费者的感慨,而从今年夏天以后,一例普通的整形手术,以双眼皮重睑为例,以前是5000左右,现在要在6000左右,平均涨幅大约在10%左右。

对于涨价的原因,一位整形行业的相关负责人说:“涨价和人力成本的增加、原材料价格的提升都有一定的关系,在所有的整形项目里,风险大,需要填充材料的丰胸、隆鼻涨幅更大,根据材料的不同,涨幅在15%~20%。”



健身业

大打价格战 不升反降

和大多数行业都有所涨价的情况不同,济南目前在2000平米以上的健身机构有20多家,4年前,这种规模的健身机构年卡在3000元上下,现在也就是1000~2000元之间,有的甚至降到了几百元。一位健身行业的资深人士告诉笔者:“现在健身行业的恶性竞争很厉害,大家为了拉拢会员,都纷纷降低自己的年卡价格,我们不降价已经是在硬撑了,只要有一个健身机构开始降价,就会陆续有很多健身机构跟着降。”目前健身机构不仅仅在济南价格竞争厉害,在上海、北京、杭州的情况也是一样,甚至更厉害,而相对应的,健身机构的装修费、器械费用、人力费用、水电费却是不降反升,让很多健身机构叫苦不迭。

采访中,笔者了解到,越来越低价的健身年卡的确为消费者带去了实惠,也让整个行业被认可的程度越来越高,但另一方面,健身行业也应该成立有权威的行业组织或协会,抵制这种不良的价格竞争,让整个行业健康发展。

随着物质生活的丰富,美容、美发、健身、整形、护肤品这些与美有关的消费型行业,价格的涨跌也是各有各的特点,但总的来说,都呈平稳的增长态势。

美容业

隐性增长 高端消费增幅明显

美容院里的卡,像是有魔力一般,因为不管你是第一次光顾还是已经成为他们的会员,只要你做完项目,甚至还没有做完,他们就会一个劲儿在你身边说现在我们搞店庆之类的,办卡特别优惠,所以对于美容院价格的涨幅,需要仔细比对一番才能感觉到。“2年前,我在一家美容院办了一张特惠卡,1000元,能做30次左右,但现在我朋友也在那家店里办的促销卡,1000元也就能做20次了。”美容院会员陈女士这样说。

除了基本的美容美体项目,一些高端的消费项目价格往往高得很,比如一次时光穿梭、一次特殊精油美体、一次电波拉皮等大项目,少则五六百一次,多则一两千一次,办个卡上万元已不再稀奇,这让高端美容成了商家最大的利润点。

“我们的价格今年没有上调,但总的来说,因为有一些新的卡项不断推出,加上房租、水电费之类的支出增加,所以近几年同样的美容卡价格可能会上升10%左右,但不会特别离谱,价格可能没变,但能做的次数会少一些。”一位美容院的相关负责人说。

护肤品

几乎没涨 新品上市会微调

这里所说的护肤产品,指的是在商场专柜可以买到的品牌护肤品,可以说,护肤品没有明显的涨幅,以倩碧护肤三件套来说,近几年都是一样的价格,没有什么变化。有的护肤品牌是由于成分或原材料的变化,在第二年上市的时候,会有略微的降价,以碧欧泉隔离霜为例,三年前的价格是395元,现在的价格是420元,“那是因为,今年的隔离霜是新上市的,里面添加了一种智能调光,所以才涨了一些。”商场负责化妆品的工作人员这样介绍。

化妆品的涨幅不大可能和化妆品本身就已存在暴利有关,所以让其不大受价格因素的影响,相关行业从业人员告诉我们“除非是原材料上涨,否则,化妆品不会大幅涨价。”

情满贺卡

斗转星移,岁月如梭。不经意间,2011年的脚步已渐渐临近,辞旧迎新的钟声就要敲响,人们翘首以待的祝福将伴随着贺卡如期而至了。当一张贺卡如同一只翩翩起舞的蝴蝶落到你的手心,那彼此间久久思念而又无法释怀的情愫,从此在无声而又温馨的祝福中冰雪消融。

寻根溯源话贺卡

说起贺卡的起源,很多人可能会将其与明信片联系在一起。其实,贺卡的起源是早于明信片的,它是由民间的“礼节”需求而产生的。元代马臻《至节即事》诗中描述:“天街晓色瑞烟浓,名纸相传尽贺冬。”这里的“名纸”指的是贺卡,“贺冬”是指庆贺节日,诗的意思就是说,京城街上晨色好,气氛祥瑞雾袅袅,人们互相传送贺卡庆贺节日的情景跃然

卡上。时至今日,无声的贺卡依然令人怦然心动。卡小情长,久违的情谊给人温暖和快慰。

贺卡:最具生命力的祝福方式

在日本,自古就有用贺卡给远方的朋友恭贺新年的习俗。2008年,日本邮政公社销售了40.21亿张贺年明信片,这相当于每个日本人都要发送40张贺年明信片。英国是一个使用手机十分普遍的国家,但在圣诞节的前夜,人们通常还是用贺卡和电话来彼此问候。英国是一个非常注重传统,尊重个人空间的国家。不分青红皂白地群发相同的文字表达祝福也不合他们的规矩,这或许是手机短信祝福在英国不能大行其道的重要原因吧。美国人认为只有贺卡才是表达祝福的最佳方式,并形成了体现美国人文风

采的贺卡文化。这种文化也得益于美国领导人的示范作用。美国历届总统都非常热衷于贺卡,从艾森豪威尔到布什都签发过圣诞贺卡。2007年圣诞节,布什及夫人共签发89.5万张圣诞卡,2008年则送出200万张贺卡,堪称世界之最。

贺卡让中华文化插上翅膀

中国传统文化中非常强调“礼”。礼节中的许多内容是靠形式来表达的,比如贺卡。在个人重大事情或公共节日前呈送贺卡,一来形式庄重,二来提早通报对方,与人已均为方便。现在的中国贺卡,不仅充分展示传统文化,也融合了更多现代中国的符号。可想而知,当这一张张盛载着中国文化的贺卡被寄往世界各地,就如同一个个小小使者,传递着中国情中国意。

“欧莱雅携手美发师 抗击艾滋病联盟”成立



左起:欧莱雅(中国)专业美发部总经理福兰卡、蒋雯丽、濮存昕、东田造型创始人李东田、中国性病艾滋病防治协会副会长兼秘书长沈洁、中国美发美容协会会长闫秀珍、欧莱雅(中国)副总裁兰珍珍

在第23个世界艾滋病日来临之际,全球最大的化妆品公司欧莱雅为防艾抗艾在华再度推出新的举措,联合中国性病艾滋病防治协会和中国美发美容协会,共同成立“欧莱雅携手美发师抗击艾滋病联盟”,为营造一个没有艾滋病的美好世界而一起努力。

欧莱雅(中国)有限公司副总裁兰珍珍女士、欧莱雅(中国)专业美发部总经理福兰卡先生、中国性病艾滋病防治协会副会长兼秘书长沈洁女士、中国美发美容协会会长闫秀珍女士今天在京出席了“欧莱雅携手美发师抗击艾滋病联盟”的成立仪式。著名表演艺术家、卫生部预防艾滋病宣传员濮存昕和蒋雯丽也亲临现场,为防艾抗艾出力助威。

惊喜连连
凡在12月22号之前预定圣诞套餐或单桌消费满200元的客户均可获赠圣诞套餐代金券

地址:济南市济大路7号(省财政厅西邻)

MERRY CHRISTMAS

电话: 0531-82988588

圣诞大餐
刺激惊人的幸运抽奖活动
精美的礼物和优雅的环境
精彩的节目.....
多款套餐任您选择

提前预定
更多惊喜

HTTP: WWW.RBC-COFFEE.CN