

一百元剪个头? 现在太常见了!

中高档美发店扎堆开,理发价格居高不下

文/片 本报记者 邱晓宇



以往理发5元10元,现在动辄二三十元,成百上千元美发也已不稀奇,如今青岛成规模的美发店剪发价格高的可达200元。精装修、高工资、外国技师这些不断增加的成本使得理发价格居高不下。

现状

剪次头发近200元,赶上烫染费

在青岛一家传媒公司工作两年的于先生对剪发价格深有体会,以前剪发大概是5元到10元,而现在他办了一家美发店的折扣卡,半价后,剪次头仍需60元。以前都是些普通理发店,而现在理发店越来越高档,他办卡的美发店是延吉路某五星级酒店内的一家发型工作室,来这里剪发、烫发都需要提前预约,收费也很高。

记者了解到,这样的发型工作室不在少数,一般只有两三名发型师,做头发都需要预约,收费也较高,普通剪发打折后的价格集中在60元至150元。

在香港中路,高档理发店随处可见,仅香港花园附近就聚集着十家左右的美发店,隔几步路就能看到一家,甚至同一名称的连锁美发店扎堆开在同一区域,

将这里的潜在客户全部瓜分。在这些美发店里剪一次头发普遍要花40元至100元,有一些美发店剪发的价格最高可达近200元,这个价位足够在小型美发店烫一次头发。“香港中路的门头房租金非常贵,另外,富丽堂皇的装修也花不少钱,这些成本都要通过理发挣回来,理发价格能低吗?”一家理发店的老板说。

调查

理发店升级美发店抬高成本

青岛的美发市场还吸引了一些从韩国、日本等国家、地区远道而来的发型师。有不少美发店都乐于招聘国外的发型师,以提高店面的档次、形象。

除了靠外国技师撑场外,不少美发店还要求发型师定期到上海、北京等城市学习最新的美发技术和潮流趋势,学习的费用也成为发型师每年开支的大项目。在香港花园附近一家连锁美发店

工作近7年的发型师程先生介绍,每年去外地学习至少花费万元,包括学习期间学费以及吃住的所有开销。按照店里的要求,程先生每年至少要到外地的美发学校“镀金”三次,以保证随时跟得上美发潮流,留住老客户,吸引新客户。

此外,为了给客户呈现最好的形象,时刻走在时尚前沿,程先生每个季度都要花费3000元到

4000元置办服装,他说:“做美发的都得先把自己的外形打造好,要不怎么吸引喜欢时尚的客户?”程先生说。

业内人士介绍,美发价格居高不下,主要是各种成本提高了。另外,在美发市场上,收费基本是放开的。只要按照明码标价收费,物价部门不会对此进行干预,因此高价格也迎合了一些注重形象人群的消费需要。



美发店扎堆开,剪发价格居高不下。

延伸

资深发型师月入万元

目前,青岛多数中高档美发店的发型师平均月收入都在5000元以上,工作时间稍长的发型师月收入超万元。

闽江路一家连锁美发店的发型师小伟(化名)在美发行业已经待了7年,他介绍,店里的发型师不论资历深浅,一律没有底薪,每个月的收入都是剪发、烫发的提成,可谓多劳多得,小伟平均每个月的收入都在7000元以上。“多时可超万元,尤其是快到过年的时候,烫发的人比较多,我们挣得也多。”据小伟介绍,一般来说,80元的剪发可以提成20元左右,烫发、染发的提成比较高,消费金额也大,不少发型师都愿意为

顾客做烫发、染发。

记者调查发现,岛城各种美发店的发型师收入大多靠提成,平均算来,剪发、烫发、染发的提成大多为每次30%左右。许多资深发型师由于技术好,拥有不少回头客,由于客源多,他们的月薪平均每月能达到2万元以上。在市南软件园工作的年轻白领米小姐介绍,她非常喜欢的一位发型师已经跳槽两次了,这位发型师跳槽到哪,她就跟到哪家美发店做头发。漳州二路一家美发店的发型师阿宝(化名)透露,发型师的收入还是跟个人技术有关,客源多收入就高,店里不少资深发型师都拥有许多忠实“粉丝”。

李沧区计生局开办“优生优育”课堂

为了做好李沧区病残儿再生育家庭优生监护工作,进一步建立和完善病残儿再生育家庭优生与监护的咨询服务程序,最大限度地

降低李沧区出生缺陷发生率。李沧区计生局于近日为病残儿再生育家庭开办了“优生优育”课堂,全区20余名病残儿家庭参加了学习。

东风日产荣获中国“低碳先锋企业”荣誉称号

2012年11月22日,中国“低碳先锋企业”奖项在京揭晓。东风日产凭借十年如一日的环保理念推广和颇有成效的环保实践从几十家参选企业中脱颖而出摘取桂冠。该奖项始自2010年,由中国社会科学院城市发展与环境研究所和《21世纪经济报道》联合发起,旨在发掘企业在低碳发展方面的切实举措,为中国企业低碳发展树立标杆,引领中国企业可持续发展。

出席颁奖晚会的东风日产党委书记周先鹏表示,东风日产作为汽车行业的代表,自2003年成立以来,就确立了“人·车·环境的和谐统一”的环保理念,将环保作为企业经营战略的重要组成部分,在致力于汽车生产的同时,努力促进汽车与环境的和谐发展,为消费者提供一个驾乘安全、舒适健康的小环境,积极为建设美丽中国做出力所能及的贡献。

环保战略,

东风日产视为企业经营战略的重要组成部分

作为国内领先的乘用车制造企业,东风日产始终以推动中国经济和汽车产业发展为己任,在不断提高企业经济效益的同时,视环保战略为企业经营战略的重要组成部分。为此,东风日产成立了以中日高层为领导,技术中心、生产制造、工厂管理部门、采购、营销系统及一般管理等部门领导组成的NECG事务局、“清洁生产领导小组”以及“循环经济试点工作领导小

组”等多层次多主题的环境保护工作机构,并从产品规划、研发、采购、生产、销售、服务等全价值链的角度制定环境战略和实施环保措施,并将环保成绩作为公司对部门的KPI考核体系中的重点指标。

2009年7月9日的企业公民战略报告发布仪式上,东风日产再次强调“人·车·环境的和谐统一”的环保理念:通过绿色产品和技术、绿色生产和物流、绿色销售和服

务的全价值链各个环节环境战略和环保措施的实施,将前瞻环保理念、绿色产业体系、绿色科技产品及环保驾驶技术带到中国汽车产业和消费文化之中。当天东风日产还发布了中国汽车行业第一本环境报告书,全面总结了东风日产成立以来环境保护的措施与成效,审视自身,倡导监督,得到政府、媒体和社会公众的高度评价。报告更进一步明确提出,将对环境的责任提升到企业发展的战略高度,同时对顾客、合作伙伴、员工、股东、社会(社区)的承诺和责任一道,并列为企业公民的六大责任。

东风日产副总经理任勇表示,“东风日产每五年会出台一个环保战略,每三年将结合实际调整一次,每年还会做一次总结,把‘人·车·环境的和谐统一’的环保理念与公司发展战略有机结合起来,当作整个企业的一个终身事业去坚持、去经营。”



东风日产周先鹏书记在第三届21世纪低碳中国高峰论坛做主旨报告。

环保实践,东风日产始终坚持十年如一日

在“人·车·环境的和谐统一”这一环保理念的指导下,东风日产逐渐形成“人人都是环保志愿者”的氛围,公司所有部门都成立了节能小组,每年必须规划具体可行的节能课题,明确每个项目具体可以节能多少,用以支撑整个指标的完成。据统计,仅就生产环节的环保改善,每年降低的二氧化碳排放总量就等于66公顷阔叶林全年吸收量的总和。而在水资源利用方面,东风日产早在2009年底便在行业率先实现了废水零排放。

在注重企业自身环保的同时,东风日产还致力于推动产业链上下游企业建立完善的环境管理机制,推动环保事业的协同发展。据悉,早在2006年实施的旨在全面营建一个

环境友好的销售服务网络的绿色专营店项目就是这一举措的具体体现。该项目要求各专营店在内部环境管理、废物处置、冷媒管理、污水排放、废气排放、危险化学品管理及环境设备管理等7个方面实现低碳环保,力求把对环境的影响降到最低。该项目的推进和实施,使东风日产成为了国内在汽车销售、汽车维修过程中制定并推行绿色专营店国际环保标准的首批汽车企业之一,同时也是中国首家将环保战略、实践延伸到汽车产业链上下游的汽车企业。东风日产以每年大约建成50家绿色专营店的速度递增,截止到2012年3月,全国已经有211家东风日产专营店获得“绿色专营店”称号。

保护环境,促进人与环境的和谐发展,是落实科学发展观的重要组成部分。东风日产十年如一日的环保实践,得到了政府和社会各界的认可和赞誉,先后获得包括“广东省清洁生产企业”、“国家环境友好企业”、“生态英雄”、“中国环境标志优秀企业”、“中国低碳典范企业”等20多项环保荣誉。针对此次获得低碳先锋企业的荣誉奖项,东风日产副总经理任勇认为,获奖不仅是对组委会对拥有完整的环保机制,并多年坚持低碳环保的东风日产的肯定,更体现着中国对诸多像东风日产一样致力于低碳环保事业的重视。未来,东风日产将一如既往地扎实推进低碳环保事业,为构建生态文明的美丽中国贡献更多的正能量。



东风日产获得2012年低碳先锋企业荣誉一领奖。