

重养生、爱面子、肯花费 老爸们开始 爱上美容院

6月第3个周日,6月15日,父亲节。父亲不仅是家里的
主心骨,还是那棱角分明、精瘦却英气逼人的帅男人。美
容、整形……其实这些我们常用在母亲节的礼物,对于爸
爸也有帮助。一直以来,提起美容整形,都被认为是女人
的专利与特权,但记者走访相关市场后,却发现近几年
来,走进美容院的男性消费者越来越多,而且确实都以中
老年男性为主。老爸们何时悄悄变得时尚了?

老爸们美什么? 养生、抗衰、祛眼袋

和老妈们爱美白、爱瘦身相比,老爸们都偏好哪些项目?跟女性消费者不同,男士们在美容整形时更加理性、更注重效果。“他们带着很明确的要求过来,十分在意效果,但是又不希望改变太大以至于影响到正常的工作和生活。”维多利亚整形医院院长点出了服务男士过程中的“矛盾”。

在眼魔师金轮店,负责人张女士告诉记者,在眼部理疗方面,男顾客更偏爱祛除黑眼圈和眼袋,“他们对祛眼袋不是特别在意,甚至有男顾客认为,有一点眼纹正是男人魅力所在,这和女顾客有区别。”

朝晖集团市场总监杨珂则称,“在朝晖,男士最喜欢的项目是中医经络养生。”杨总监还说到一个有趣现象,女性前往美容院时都会给自己空出多余的时间,而男性对时间会比较敏感,他们常常会要求在固定的时间内做完固定的项目,因此,朝晖针对VIP会员推出“时间管理美容养生法”,就是2~4位经络师、美容师同时为一位VIP服务,这样能够帮助客人节省时间,在有限的时间里享受更多项目,而选择这项服务的多数都是男性顾客。

老爸们舍得吗?

平均消费水平比女性略高

在美容上的花销,老爸们乐意掏腰包吗?据本次走访统计,大多开设有男性项目的美容院,近些年消费人数都有很大上涨。朝晖美容的男性顾客比起三四年前涨了近十倍,占到顾客总量的10%左右;眼魔师金轮店的男性顾客占到了顾客总量的30%;自2004年戴维营男子护肤中心进入南京以来,每年以12%的速度实现增长,目前正在筹备第二家分店;根据维多利亚整形医院提供的数据,男性消费者也占到一成左右……

那么,老爸们的具体消费状况如何?记者在戴维营专业男子SPA护肤中心了解到,一次面部护理的价格在600元到1000多元不等,远高于以女性消费者为主的传统美容院。“我们定位中高端人群,产品从德国进口,针对男性肤质研发,技师的手法也是由巴厘岛的专家研究和传授。”李小姐解释高价背后的原因。

由于重视效果又不想影响工作和生活,加上皮肤特质不同,男士在美容上的花销会高于女性。朝晖美容杨总监认为:“女性偏爱享受,男性偏爱功效,平均消费确实高于女性。”

是谁在变美? 我们的帅老爸们!

记者通过多家美容、整形机构了解到,40岁以上的商务人士,正在成为男士美容的主流消费人群。“男人到了这个年纪,经济基础稳定下来,对事业也有了更高要求,会更加注重形象打理。”南京戴维营专业男子SPA护肤中心的负责人李小姐如此表示。而在专业美眼机构眼魔师,很多男性顾客也是为了在爱人面前或者商务交流时,能够保持“帅大叔”的形象,特意选择美眼理疗。

心理咨询师解释,容貌的衰老预示着中年危机的到来。哪怕是对外表漫不经心的男士,也会在40岁左右感受到状态的下降:皱纹横生、眼袋加重、体型发胖,健康问题时隐时现,长期的精神压力导致心理疲劳,让人看上去萎靡不振。通过美容,让自己看起来更年轻更有精气神,便成了大叔们解决中年危机的手段之一。

记者手记:

亟待开发的 商务功能

随着男性美容需求日益旺盛,众多传统美容机构纷纷摘下“男宾止步”的牌子,为男性消费者量身定制相关项目,让他们开始享受美容养生带来的年轻、健康与惬意。

记者发现,在做美容、整形时,男人与女人的表现大不相同,显得低调而隐蔽。女人们喜欢呼朋引伴带着闺蜜一起美容,男人们总是悄无声息咨询,孑然一身前来;女人们希望在整容后能有天翻地覆的改变,男人们却害怕被人发现整容;女人们做美容时相互攀谈,男人们只愿意呆在自己的VIP包间,静静地休息。

尽管男士们如此重视隐私,也不能阻止有心人开拓男性美容中商务功能的脚步。在戴维营专业男子SPA护肤中心的上海总部,正尝试着将私人会所和私人定制引入男子美容领域。“事业成功的商务人士可以在这里开拓更多人脉。美容顾问会巧妙地为他们穿针引线,实现商务合作。此外,我们也推行私人定制的服务,比如定制服装、游艇等等。”在设想中,这里将成为成功人士的聚合点,大家志同道合,共同追求品质生活。

现代快报记者 王苏颖 马晶晶

