

带美回家，节前“改头换面”热起来

美容、美甲、美发生意升温，长沙美容场所普遍延长营业时间



距离狗年春节仅剩10多天了，换个新面貌迎接新年成为爱上一族过年的“必选清单”。近日，三湘都市报记者走访发现，眼下许多美发、美甲、美容店铺的生意持续升温。尽管不少店铺消费项目价格小幅上涨，但依然不乏人气，甚至延长了营业时间。

【美甲】停划会员卡余额 生肖图案惹人爱

2月1日下午1时，美甲师杨超在给顾客做指甲的间隙用了甩胳膊，手边还未揭盖的午饭摸上去也仅感受到一丝余温，“今天已做了5个客人了，等下还有2个预定的会到。”

在德思勤开美甲店的杨超介绍，近半个月以来，以狗类生肖元素为主题的美甲图案受到消费者喜爱，“周边高校的学生都放假了，目前客源以德思勤办公楼的白领为主。”

据金满地商业街丹丹纹绣店主介绍，甲胶分为猫眼胶、IPO甲油、光疗胶等5种，价格从39元到299元不等。而三湘都市记者发现，多位商家在猫眼胶价格的设置上，则多以66元、88元等吉利数字为主。

随着消费者逐渐增加，涨价似乎成了商家应对的方法。大四学生小苏致电多个团购商家后就发现，有部分以预约已满、额外收费等方式拒绝小苏以团购价格到店消费，“朋友圈加的几个美甲店最近也发了公告，说暂停划用会员卡余额，会员只能享受折扣付现优惠。”

“没办法，宁愿涨价也要等到过年前几天做，过年就是要图个喜庆和仪式感。”95后周小姐一面挑选美甲图案，一面对记者说。

【微整】95后成主力军

与其他的美容项目相比，春节前夕的整形潮则具有更明显的指向性和特征，一些以创伤小、恢复期短、效果自然的微整形项目咨询量有所提高。

“纹绣和注射类项目近期的咨询量都上涨近40%。”长沙美莱医疗美容医院相关负责人表示，今年以来，95后为代表的消费者明显增加，

和以往家长对整形的态度比较保守的情况相比，如今许多家长都投出了“赞成票”，带着孩子来咨询的家长也变多了。

与此同时，记者咨询某整形工作室得知，近日整形订单量逐渐上升，除注射项目外，双眼皮、隆鼻等局部麻醉手术都需要提前预约，“双眼皮手术最快也排到2月8日了，还需要交1000元定金。”

面对年节时商家发布的停业通知，家住上河国际的杨小姐赶忙去附近的纹绣店种了睫毛，“虽然‘空气睫毛’的价格还是256元，但原本免费的补种服务店主说要加收20元过年费。”

【理发】多家店铺延长营业时间至晚11点

52岁的岳女士经常到开福区学宫街一美发店洗头，可是，近日来她发现，往日洗头加按摩40分钟的服务时间变短了不少，“现在不提供按摩项目了，全过程不超过15分钟，收费却没变。”

“客人比平时多了两三倍，实在忙不过来，也希望会员理解。”该店老板孙先生表示，市民如果不愿在店里等待，可以提前打电话预约，这也便于理发师合理安排时间。

此外，三湘都市记者在位于湘江中路的美梵尼美发店内看到，约50平方米的理发区，3名消费者正在染发或烫发。店铺理发师谢先生表示，连日来烫发、染发的顾客增长不少，尽管店内有5名理发师也感觉人手不够，“想请几个洗头的兼职。”

不过，记者走访长沙多家理发店发现，由于烫发、染发等项目耗时较长，多家店铺已贴出延长营业时间至晚上11点的通知，但剪发、洗头等项目还未出现涨价的情况。“一般要等到腊月二十六才会开始涨价，消费者可以做好规划，避免不必要的开支。”孙先生如是说。

■见习记者 黄亚苹



1月30日，一位家长带着孩子在西安年货会上了解多肉植物。临近春节，不少西安市民来到在西安曲江国际会展中心举行的第16届西安年货会上选购，并体验独具特色的陕西年俗文化。

新华社图

搞怪毛衣：“别问成绩”“工资保密”

春联、手机壳等多种春节诙谐商品登上热搜榜

“别问成绩了吧”、“您家孩子最棒棒”、“工资保密”……临近春节，一件绣满文字，名为“走亲戚没烦恼”春节回家毛衣走红网络。在网购平台上，销售同款毛衣的商家已有十余家，多的店铺已销售近2000件。

除“搞怪毛衣”外，“怎么还不结婚”卫衣、诙谐卡通春联、“阿姨使不得”手机壳等多种春节诙谐商品也登上热搜榜，受到年轻消费者的欢迎。

幽默风格“搞怪”春节商品的走红，背后又是什么？

搞怪毛衣走红，4天热销数千件

2月1日，在一家名为“海里的饺子哇”的淘宝店铺内，商品名称为“走亲戚拜年时不想回答”针织毛衣售价为每件69元。据该店交易记录显示，已有1921人付款。据该店客服介绍，在此前的1月24日至28日促销期间，销售了1769件，“供不应求，正在加班加点生产。”

在淘宝平台上，以“拜年”、“毛衣”为关键词进行检索，得到不同商家售卖的类似商品十余件，单个商品客户付款购买数均在100件以上，最多的付款人数已达近2000人。调查结果显示，“拜年毛衣”自上架销售到走红不足一周时间，而购买人群则主要为年轻人。在该商品的销售评价上，三湘都市报记者注意到，部分客户为商品在预售阶段便已下单购买。

“非常喜欢，穿了很喜感！感觉自己棒棒哒。”1月29日，ID为“彼某葬”的淘宝买家在其中一卖

家的商品评价上如是写到。同日，ID为“z某7”的淘宝买家则表示，“必须得给一个赞，等不及想回家让我老爸看到我穿这衣服的表情了！”

幽默衍生品 纷纷上市蹭热点

三湘都市报记者采访发现，蹭上了戊戌狗年热点的春节商品，还真不少。除了诙谐的“搞怪毛衣”，还有如用来回答春节高频提问“怎么还不结婚”的“关你啥事”卫衣，用来对长辈给的压岁钱“欲拒还迎”的“阿姨万万使不得”手机壳，以及各种以卡通形象为元素设计的幽默春联。这些饱含“中国特色”、“中国式幽默”的春节商品，比诸多国际品牌推出的狗年限量款商品更受市场欢迎。

商家“兔耳朵的童话”店铺内，“阿姨使不得”创意手机壳售价15.8元。在这个红底手机壳上，清楚地写着“阿姨使不得，万万使不得，是时候表演真正的技术了。”另一位置，还配上了一个一面扭头摆手“拒绝红包”，一面打开了衣服口袋的男性素描形象。“过年赚钱全靠它了！”用户ID“小某的”在1月24日评价留言。

“卡通门贴、门幅很受欢迎。”2月1日，商家“小丑鱼莫莫”客服表示，店内售价7元的“卡通门神+Happy New Year”门贴、售价18元一副的“来瓶枸杞啤酒给叔保温”对联销量都很不错，已经突破200单。“每年春节都想买点特别的装饰品，老一辈的春联太传统，不符合我的喜好。”已经连续两年购买卡通风趣春联及红包的王先生如是说。

“恐归情绪”应疏导 多份宽容和体谅

仔细阅读一遍“恶搞毛衣”会发现，衣服上的每一句话，均针对的是春节走亲访友时发生的高频提问而进行的“防御性”回答。“期末考了第几名”、“就别问成绩了吧”、“每个月能挣多少”、“工资保密”……在外求学和工作的年轻人的“恐归情绪”表现得淋漓尽致。想象这一片和乐融融气氛中的“秒懂”，场面还真有点搞笑。

湖南大众传媒职业技术学院心理咨询中心主任、国家二级心理咨询师胡健认为，“恶搞毛衣”反映了当代年轻人对春节和返乡可能出现的各种“盘问”的焦虑心理，不过购买这一毛衣并真正穿回家的行为则多为调侃。而父母则对孩子的期望值比较高，关注孩子的学习、收入等外在体现指标，“中国式家长”很难实现真正意义上的放手，所谓再大的人都是父母的孩子，父母总想了解孩子的一切。

她认为，这是两代人、甚至是三代人之间观念差异、存在代沟而诱发的市场现象，无论是长辈，还是晚辈，双方都应给予对方的想法和做法更多一份理解和宽容，“父母要学会倾听，不做评判，不做强制性要求，而孩子也会有选择的主动汇报，掌握主动权，不求沟通，但求理解。”

■记者 朱蓉