

ESTETICA

艾丝

HAIR

PS Group

美发盛世嘉年华年度庆典

育发: 这不是奇迹, 这是科学

- CALECLIM®

interviews

史张敏 James: 头皮或是当下
最好的“破茧之道”(上)



84期 零售价RMB60 HKD68

ISSN 2521-3067



9 77252 13060 08

03>



内附ESTETICA亚洲版

AI 智能頭皮健康管理系統



真正智能頭皮檢測顧問

協助營運管理! 快速提升業績!



總代理: 麗盛萬方有限公司 ASONO LIMITED

香港銅鑼灣告士打道 257 號信和廣場 703 室

703 Sino Plaza, 257 Gloucester Road Causeway Bay, Hong Kong

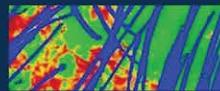
查詢: [\(852\) 9698 9581](mailto:enquiry@axoceltech.com)

AXOCEL Tech

全方位綜合評估頭皮症狀， 醫學級專業分析報告！



首創十大頭皮專業檢測指標, 600萬+
案例大數據, 資料庫安全維護



超速強大運算引擎, 人工智能演算法
模組, 智能精準分析



頂尖超微光學系統, SONY 晶片高清
探頭, 深入剖析精準生成影像技術



獨有頭皮分層系統, 檢測白髮及頭皮
生理年齡, 自動推薦療程產品



教育培訓, 自我學習, 縮減專業人員
培訓時間, 零基礎使用者5分鐘學會

全球連鎖聯網, 提升營運管理效率

自動推薦客製化解決方案
無需硬銷, 顧客主動升單!



查詢
微信



專利及國際認證



202119015785



中國認可
國際互認
檢驗
TESTING
CNAS L16084



Authentic
OFF THE BLACK

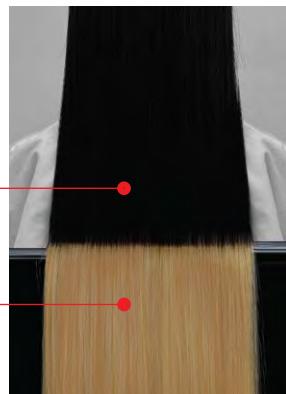
Sasaki Professional Off the Black 漲髮劑是用於淡化和改變顏色的創新產品。其雙羥乙基結構可大大減輕褪色並減少褪色後變暗。憑藉其先進的技術，只需一次漂白即可實現完美的色調和時尚的冷灰黑色。

使用 SASAKI PROFESSIONAL OFF THE BLACK 淡化和漂白



OFF THE BLACK

漂白一次



底部：紅棕色

OFF THE BLACK
淡化

漂白一次





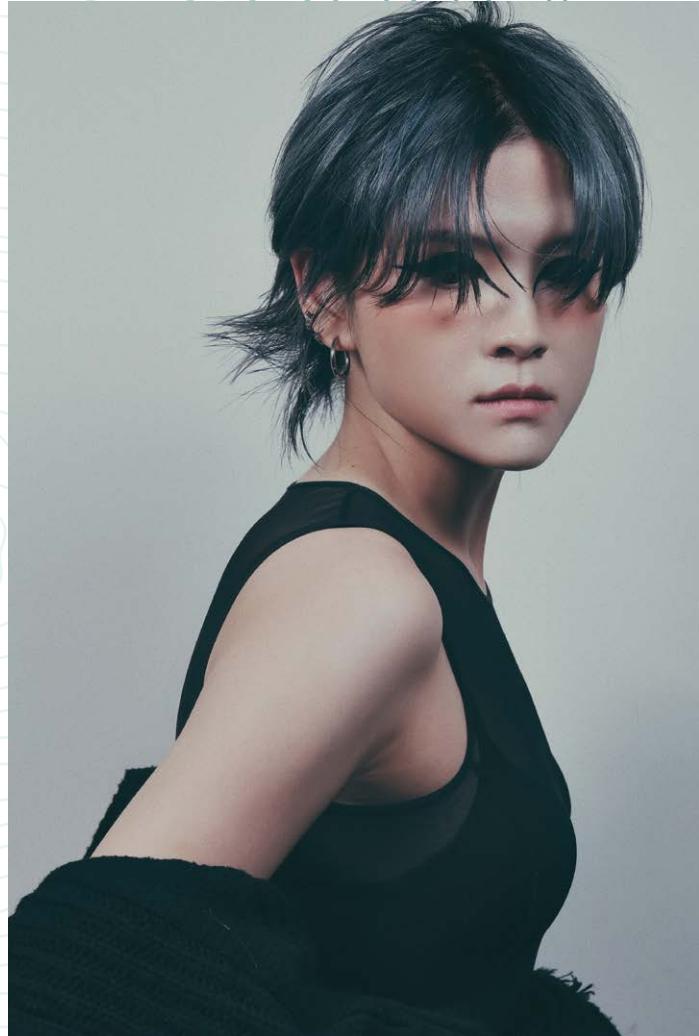
Authentic
WHITE NIGHT

Sasaki Professional White Night 是一款創新產品，旨在輕鬆實現漂白後的白髮顏色。它具有微妙的粉紅色調，可以根據底色輕鬆調整氧化劑比例。利用 QBT (系交聯反應) 系統，有助增強髮色、延長頭髮壽命和修復頭髮的功效。

使用 SASAKI PROFESSIONAL WHITE NIGHT 前後



学无前后 达者为师



E004

人的领悟力各有不同，
没有年龄界限，对技术及
产品的应用各有心得，
有很多值得借镜的闪光点。
通过交流，许多资深发型师
都会虚心地接受别人
对技术的见解来提升自己。



美发虽说是传统手艺，但技术与产品日新月异，市场千变万化，发型师必须抱有终身学习的精神，才能与时代接轨，贴合市场需要。

韩国 **SASAKI AUTHENTIC** 时尚色彩系列，突破传统亚洲肤色的界限，塑造出完美造型。此次 **GENTCLUB** 邀请了上海 EPOCH 迭代学院两位在剪发及染发领域上备受尊敬的导师 **Stanley Liao** 和 **Tony Tsai** 再度来港，使用 SASAKI AUTHENTIC 产品与本地发型师分享 2024 年时尚剪染商业设计，以加强发型师在市场的竞争力，满足顾客的需求。

为期两天的课堂，不仅进行了理论分析，也设有示范及手把手实操，从而加强了学员对技术有更深的感受及理解。课程内容包括时尚精准的头发剪裁、富有质感的 shadow root 极致阴影根部渐层染发。针对亚洲人风格的发型结合线条挑染设计，绝密一条配方现场分享。完美的空间配置，采用简洁的手法，快速精致的方式，淘汰了冗余不的繁琐流程，创造出超质感的渐层染。



@EPOCH 迭代美发学院校长

美发是一门技术，基本功至关重要，年轻人常常在每日重复的基本功练习中感到枯燥及疲惫，却迟迟看不到成果。我们需要以新颖的方式吸引他们，让他们认识到练习基本功的乐趣。因此必须打破传统的基础训练方式，我们应该反向思考，先展示一个出色的成果，引起他们的兴趣。例如，当他们看到一款喜好的发型时，会渴望学习，有了学习的动力，再让他们知道要怎样才能达到这个目标，有别于以往只关注训练本身。再比如，先展示当下的潮流所在，激发他们学习的欲望，并不断鼓励，让他们知道这是一个创造时尚的愉快过程。

如今，无论是学生对老师，还是后辈对前辈，都与过去大有不同。以前，我们没有太多选择，身边的人对我们影响最大；但现在，我们可以通过手机接触到不同地区、不同国家和不同风格的发型师，更加清楚自己所需、所爱。我会先展示你喜欢的东西，让你体验后获得成就感。

每个人都非常需要成就感，尤其是年轻的朋友们。当你完成了一个很满意的作品，自然会产生成就感，并且会激励你追求更好的。然后，为了继续前进，你必须掌握基础技能，理解分区，以及设计能力。你需要从先天条件，如脸部轮廓、五官、头骨结构、头发流向等多个基本要素中，找到“自由”。我们的创作总是受到顾客先天条件所限，使得创作无法随心所欲，能否在这种限制中找到“自由”，取决于你的灵活度和勤奋。

持续地练习与反复尝试是不可或缺的，即使遭遇挫折也要勇于面对。实体教育的优点在于当错误发生，导师能即时帮你分析和纠正，避免独自盲目摸索，仿佛在家人的关怀下成长。在导师的悉心指导下，不但加速进步的步伐，更能激发学员对美发的热爱，不会觉得疲惫，反而感受到乐趣。然



而，在成长的道路上，挑战与挫折在所难免。面对问题会驱使他们寻求解决途径，我们提供思路，而非责备或苛责，以促进他们的健康成长。以往，我们常常活在他人评价的影响下，使我们在持续地否定下丧失自信，但也加强了内心的抗压力。现在最重要的是要建立自信，它是年轻人的优势，但切记也不能过度自信。

EPOCH 的愿景是让更多年轻发型师深入了解我们，而不仅仅强调年轻化。在现今社会，人们往往只关

注流量和数字，却忽视了对体系、团队或个人背后的经历及故事探索。我们希望在每个涉足的地区建立年轻朋友群，通过我们的体系以及丰富的经验，让他们直接接触到专业系统的发型技艺。我们将开放名额，但会限制年龄范围，采取类似年费的模式，在当地举办每年大约两至三天的 EPOCH 交流活动。这并非为了分裂或门派化，而是让志同道合、热衷学习技术的人能更快地接触到我们，无须犹豫纠结，无须担忧学习资金的筹集。

许多人可能忽视了学习单项技术的实际花费不菲，而 EPOCH 系统教学体系提供全面性的技术教育，涵盖漂发、前置护理、渐变等多种技术和造型方法，学员无须单独去学习某一项技术。EPOCH 致力于深入接触新生代发型师，帮助他们以满满的正能量起步，快速融入专业体系，少走弯路，去见证美好的未来。





@EPOCH 迭代美发学院染发总监

过去我有幸结识了众多香港同行，他们均具备坚实的教育背景以及全面的技术。然而，随着时代变迁，顾客的审美越发追求新颖、创意且紧贴潮流的发型。这种转变很大程度上受到了抖音、小红书等短视频平台的影响。因此，我们常常依据顾客提供的图片或视频，指导发型师运用特定的技术手法来实现。尽管多数发型师掌握多种技能，但为了迎合顾客的需求，可能在创作中偏离原设计，尤其那些基础功底薄弱的发型师，失败的风险随之增加。因此，我们始终强调发型师必须备有稳固的基础教育，希望未来能有更多发型师意识到基础知识及基本功的重要性。



以我多年教学经验中总结出一句心得：“美并无绝对的标准”。当踏入美发行业时，前辈们总是教导我们：“美是主观的，没有对错之分”。然而，身处这个行业，尽管我们的技艺手法大体相似，但评判美的尺度，我们需要借助标准。毕竟，客人的环境和背景各异，比如在餐饮业、时尚界，他们的审美标准千差万别。在这个行业中，“标准”是存在的。那么，如何定义“标准”呢？它取决于如何展现个人的审

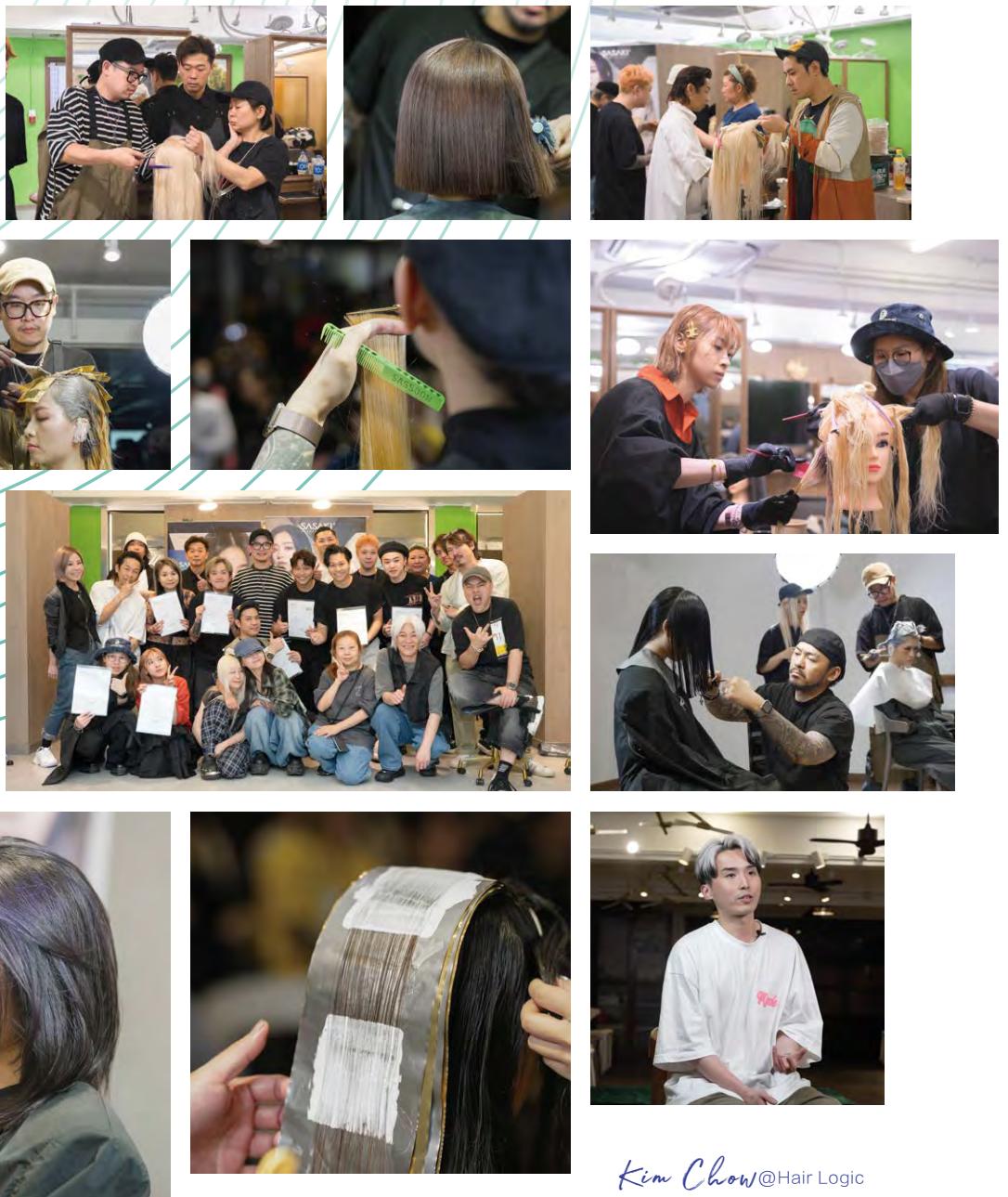


美观，包括剪裁技巧是否精炼，是否能呈现出精致动人的效果，这些都是衡量标准的关键。

例如，我教你如何剪出流畅的曲线，能否准确地做到这一点，这就是“标准”。或者我教你如何均匀地染出单一色彩，你是否能够做到色调一致，这也是“标准”。所以，美是有标准的，但未来的挑战将更加复杂。客人的审美观念日益前卫，他们的需求往往超乎我们的想象，更渴望追求个性化和独特的风格。因此，提升个人



美感，持续自我学习，是每位发型师必须面对的课题。最终，追求美将更注重层次和境界的提升。这是我给发型师的建议，不能再告诉下一代“美没有对错”，这将影响他们对专业领域的理解和追求。



两天的课堂, Tony 和 Stanley 老师启发了香港发型师的新思路, 受益匪浅。

Hugo Leung @Hair Logic

Stanley 老师的讲解让我们明白在日常发廊工作中常用的连接剪裁, 以及众多不同的不连接分区, 操作起来更为简便; 加上 Tony 老师对色彩的解析和应用, 呈现的效果与传统方法有所不同, 更具弹性, 同时充满动感, 整体对日常工作上有很大帮助。

Kim Chow @Hair Logic

Color 做得很不错, 流畅、柔顺。一盆 Color、一条 formula, 再加上压根线渐层 Shampoo 雾染, 很方便。再配合剪裁, Color 技巧, 效果更是漂亮实用, 一个很完美的组合, 对我的发廊工作带来许多启发。

染发非常耗时, formula 最为重要。要熟悉每款产品的特性, 熟练运用, 就能更容易、快捷、灵活地使用。市面上有许多成熟的新产品供我们选择, 无须花大量时间自行调色, 各色系都有齐全的即用颜色, 搭配一些家用维护产品, 色彩平衡度更佳。





PS Group 28 周年慶典暨《ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 年度髮型比賽》在香港賽馬會會所舉辦了一個別開生面的國際匯演嘉年華，得到了來自多個國家、地區的協會會長、品牌商、髮型師表演團隊的支持，與數以百計的美髮行業合作夥伴及嘉賓們聚首一堂，歡談暢飲渡過了精彩盡興的一天。

全天活動流程包括：緊張的總決賽環節、細膩的技術示範工作坊、行業專題分享會、多個精彩的創意髮型秀演出，加上馬會會場多項遊樂設施，讓嘉賓們樂而忘返。



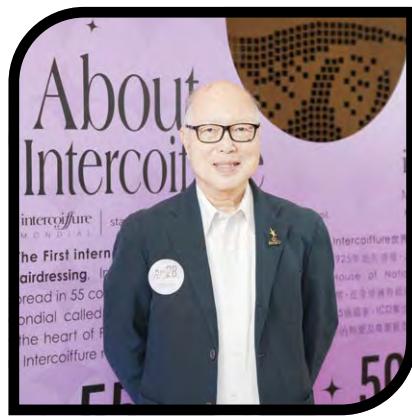
ICD HK & China 創辦人彭錦釗老師與 PS Group 創辦人 / CEO 兼 ICD 香港區會長 Liza Cheung 女士為推動香港美業發展不遺餘力，給本地髮型師搭建出更多演出的國際平臺來展示實力。

Liza Cheung

PS Group 創辦人 / CEO 兼 ICD 香港區會長

為慶祝 PS Group 28 周年慶典暨《ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 年度髮型比賽》，活動模式跟以往的有些不同，從早上 10 時到晚上 11 時，以嘉年華會作主題，讓嘉賓們玩得盡興。

當然，活動主要是為了慶祝公司成立 28 週年，我們誠意邀請了世界各地不同品牌的知名髮型師來港獻技，與香港髮型師們共同分享更多的創意作品。明年，我們計劃帶同香港髮型師遠赴德國演出，這是我最期待的。



彭錦釗老師

ICD HK & China 創辦人

比賽主要目的是帶動行業的發展，通過比賽，讓更多年輕人進一步增長技術和見識，同時，比賽亦是一個挑戰自己、挑戰別人的好機會，對行業發展有一定的幫助。

我希望所有參賽者無論比賽勝出與否，即使未能取得獎項，但仍需繼續努力，因為比賽只是一次，但你投身美髮這個行業是一生一世的。我們經常說：「一群人、一輩子、一件事」，要令美髮行業有更好的發展，自身能在這個行業爭取到一個席位，就是我對年輕一代的寄望。



意大利專業美髮品牌
FRAMESI 總裁 - Fabio
Franchina 也遠道而來出席
活動，同時想了解一下亞洲地
區市場的現況。



Fabio Franchina
President of Framesi

亞洲是不可思議最新發展的龐大市場，我們看到化妝品在亞洲市場正在革命性地蛻變，是過去 15 年從未見過的。我相信，這裡只是開始，將來會有越來越多的新色彩、新形象等產品待開拓。

人們對時尚的敏感度越來越高，甚至涉及到髮型以至與頭髮相關的產品。因此，我堅信亞洲未來市場將成為參考的重要部分，能夠促使公司創造美的新世界，融合新一代。毋庸置疑這時代總是被新美學潮流所驅動，我們謹記要釐定人的視覺和情態是至關重要的。好比如在英國，他們會形容糟糕的日子為「頭髮很糟糕的一天」 - **a very bad hair day**，明顯地頭髮仍然是一個核心元素。我深信將來的市場會有新趨勢、新思維上的重大改變及增長，這是全世界其他地區也在思考的。



串連整個活動，每個 Hair Show 區域都安排了不同的髮型師為嘉賓帶來精彩的演出。

PS GROUP x ICD HK MACAU Hair Show 2024 演出團隊：

Naoyasu Toba
VeLo/Vetica Hair & Salon Owner & Top Director





Hwang Saebeom

Milbon Educational Ambassador & Director of Salon HE:ART

這是我第一次參加香港的髮型表演，與以往參與的髮型秀大有不同，一般都是在大型會場演出的，而且是單純地看髮型秀，但這裡更像是一個派對場地。會場裡多樣娛樂設施，大大提高了嘉賓的參與度，還有大家的著裝打扮，儼如出席嘉年華，現場氣氛非常高漲，玩得盡興。

髮型秀匯聚了很多來自世界各地的髮型師，為觀眾展示非常優秀的作品，讓我獲益匪淺，領悟到自己必須要加倍努力。

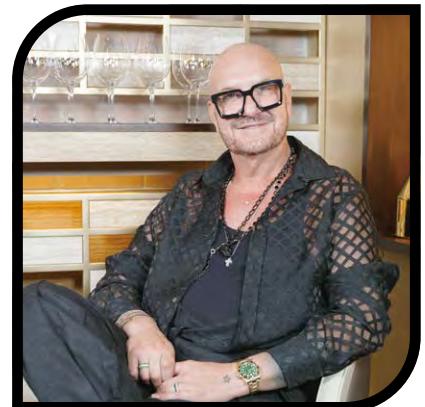


Gianni Loda

Framesi International Ambassador

意大利與香港在流行髮式上有很多不同之處，譬如意大利的女性更偏愛剪頭髮，大多數都喜歡蓄中短髮，熱愛追求時尚，並且定期到髮廊弄頭髮。對一般意大利人來說，髮型和頭部護理至關重要。我注意到香港的女性也非常講究打扮，香港的時尚體系在風格方面確是新穎，在街上也可以看到髮色上的強烈對比，以及感受到一直讓我著迷的東方女性魅力，真是不可思議。基本上，香港的時尚體系越趨成熟和具獨特性。

這次演出作品的創作靈感，我保留了粉紅色作為共同點，所有 model 都以粉紅色作主色調。我想，粉紅色可以很好地呈現出部分髮色的光澤來凸顯剪裁，這樣，剪裁會更稱心、柔順且非常優雅。再者，如配合 crazy color，會更容易帶到髮廊應用，打造超強時尚感的頭髮造型。柔和的顏色加上柔和的剪裁令頭髮造型變得優雅；相對，強烈的色彩和非常時尚的剪裁會令頭髮造型變得更前衛。這是我最為關注的重點，它啓發了我混合多種 crazy color 來做創作，因為粉紅色是 crazy color 的一種顏色，但非常優雅，能帶出頭髮的柔軟感。我希望能點出重點，因為我們經常參與時裝周後台工作，非常注重跟隨意大利的時尚體系。



Massimiliano Mattina
Framesi International Ambassador

很高興能夠代表 FRAMESI 來到香港出席參與匯演，我感到非常自豪。藉此機會，我們可以將這兩三天裡的新構思，展現出我們的創意靈感、我們的創作、我們的時尚作品。

我們團隊選擇探索生活中的一個新主題，重點放在單一顏色：粉紅色。我們使用這顏色，旨在為 model 製作出獨特的設計，因為有點厭倦了太普通和有些欠缺新意的 balayage / contouring 模式。



Min Kyoung
AYUNCHE Global Ambassador

韓國當下的潮流趨勢與舊有的截然不同，現在的感覺是融合了多種風格，特別是 Indie Sleaze(独立低俗) 和朋克風格融合的時尚造型尤為突出，本次演出，我為大家帶來的髮型作品也源自於此。



Jay Yeung

ICD HK/MACAU Creative Director
& Director of the Edge Salon

這是我第二次參加的國際匯演，感到非常榮幸及開心，因為以前都是自己單獨做，但今次模式不一樣，夥伴了其他髮型師所組成的創作團隊一起創作，認識了很多行業新朋友。雖然大家各自做但卻彼此呼應，給我帶來新的感受。



我的創作靈感是為了配合這個新舞台。以往，我經常做 Hair Show 都是在搭建的舞台，而今次的場地更像會所模式。再者，舞台分成四個區域，有別於慣常的表演舞台，猶如開派對。因應會場的氛圍，所以我準備了會閃亮的造型設計與觀眾分享。



Porky Chu

ICD HK/MACAU & Director of Salon Boku

4月份於日本東京舉辦的 ICD 活動，我最深刻的感受是以香港團隊身份到日本，與其他髮型師同台演出，這是很難得的機會。



這次的設計是想以繽紛的色調，打造出 before & after 更多的變化，帶來顏色及造型上不同效果。

Roy Ho

ICD HK/MACAU &
Director of In 9 Salon

能夠出席參與日本 ICD 活動令我感到深刻難忘。最大的收穫是認識了許多髮型師和同行隊友，更重要是能夠有機會在國際舞台上發揮自己的創意，與更多熱愛美髮的人分享。



本次演出，我的設計理念和靈感源自活動主題 — 嘉年華及 PS Group 28 週年慶典，將華麗融入潮流，帶出喜慶，又不失時尚感。



Jason Chow

ICD HK/MACAU & Director of Giho Salon

日本 ICD 活動是我第一次接觸國際舞台，帶給了我更多的靈感啟發，同時有機會與更多的髮型師交流，大家對頭髮的熱愛使我更為投入。跟團隊夥伴一同演出，啓發了我的創作思維：要從藝術的角度出發，不能太過於商業化，要提升自己的藝術水平。

對我而言，此次演出是自身的一次突破，沒有預先構思來作準備，在現場與 model 互動，大家沉浸並享受沒有框架的創作過程。

Lawrence Chan
KEVIN.MURPHY Ambassador

香港與外國的美髮文化差異很大。香港的美髮潮流偏向較少漂髮或燙髮，相對於加拿大，顧客所接受的程度較高，無論在辦公室或政府部門工作的人都可以自由地漂染頭髮，而男士大多數都會燙髮。至於這次的創作構思，是想帶出 before & after 較大的差異性。



Match Tong
PRIVATE I Salon

平日只可以通過社交平台欣賞到這幾位海外髮型師的精彩作品，在今天的活動中，有幸能夠親身在現場看到他們的創作技巧，感到非常開心，獲益匪淺。

與過往的 Hair Show 有些不同，今次與觀眾之間是有非常近距離的接觸，所以我將展示的作品做了些調整，較為精緻纖巧，帶出更多髮型設計上的細節。



Hugo Leung
ICD HK/MACAU & Director of Hair Logics Group

很高興看到多位來自海外的髮型師參與活動演出，給我們香港的髮型師們啓發了更多的創作靈感。同場表演能夠相互深入交流技術，還可以觀摩其他國家髮型師的作品，不失是一個很好的學習機會。

由於現場燈光略暗，活動主題又是「嘉年華」，所以我演出的作品，是以繽紛的色彩，用 pixel (像素) 模式呈現，不同的流向帶出不同的顏色。





Glen Hew

ICD HK/Macau & CEO of KAMI HAIR GROUP

即使在馬來西亞甚至東南亞地區，我也一直認為香港是一個非常成熟的地方，無論電影業、服裝、髮型等各方面，我們經常視香港為風向標。疫情過後我重臨香港，感受到美髮業一如既往地快速成長，且越來越好。

我在香港看到很多年輕一代正在崛起，這是好事，因為他們正是整個美髮行業所需要的新血。從技術的層面來看，由於受到中國、日本、韓國乃至其他國家在社交媒體上所帶來的影響，使得行業的髮型時尚有更好的變化。

我想，香港的美髮可以探索亞洲以外的更多國家，讓他們更多地認識我們。我認為香港在技術及美感方面，無論是美髮技巧還是心態上的發展都非常好。另外，我覺得香港美髮業還需要更多的「曝光」。



Bruce Lan

Director of Sieg Salon & CEO of KS Education

我覺得全亞洲、全世界髮型秀的文化差異不會太大。譬如在日本或是中國台灣，比較喜歡生活感的風格秀，而中國香港可能會比較喜歡藝術感的風格。



作品的靈感來自於生活，把生活周遭看到的事情都放在我的秀裡面，還會用生活模式去表達我想要做的作品。我想要做比較生活一點的秀，不是只讓看得懂的人才欣賞，而是要讓所有人都能欣賞。



ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 年度髮型總決賽評審嘉賓：



Hiroyuki Obayashi

ICD Japan President & Fashion Director Asia Region

作為比賽環節的評審，我發覺本屆參賽者的技術大有進步，這是我最期待的。更高興的是看到每個髮型設計都用了不同的角度去表達，特別是每個作品的髮色設計都非常有個性。接下來在日本總決賽，我相信大家的剪髮技術能進一步提升，必定可以取得更好的成績。

Naoyasu Toba

VeLo/Vetica Hair & Salon Owner & Top Director

我覺得香港這次《ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 年度髮型比賽》，相比起我之前參與過的其他髮型比賽，凝聚了各具代表性的髮型風格，包括髮色上的挑戰，是一場充滿活力的比賽。髮型師在 model 的髮色上花了很多心思，這是一個優勢；剪髮方面，如果能夠再加強頭髮剪裁會有更好的效果。



Glen Hew

ICD HK/Macau & CEO of KAMI HAIR GROUP

首先，我非常高興及感激被邀請來香港成為《ICD HK MACAU x Lebel I.D. 年度髮型比賽》評審之一，兩組比賽給我留下了極深刻的印象。

我非常喜歡《男子組》作品，發覺原來可以這樣創作，給了我很強烈的印象。我相信這樣的創作足以與全世界競賽，很期待香港的獲勝者代表香港出賽日本。同樣，《女子組》的創作、造型與美感水平都非常出眾且獨特，我認為香港選手有足夠能力進入決賽及前三名位置。

Robey Kwan

Visiting Lecturer@PolyU School of Fashion & Textiles

此次比賽讓我眼界大開。我看到參賽者都很年輕，有頗高的創意，但我想還可以更大膽些，視野可以再開闊些，因為許多參賽作品似曾相識，所以凸顯了得獎作品的與別不同。



Terence Yung

Principal Lecturer of VTC

此次比賽也有 VTC 的學員參加，當看到學生的作品時我感到驚喜，其創意是我意想不到的，特別在用色方面非常大膽。非常同意其他評審的提點，單着力於頭髮剪裁是不足夠的，他們能夠顧及整體造型的美學創意，才令作品演繹得更完美。

毋庸置疑，VTC 學生參加《ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 年度髮型比賽》，讓業界見識到學生有高水平作品的設計能力，必然會大大提高學院的認可性。我們做教育者，最重要是給予學生真實經驗，在課室上所教授的理論都只是紙上談兵。雖然我們也為學生提供很多實習機會，但能夠參與比賽或是工作，面對各方面的壓力才能獲取真實經驗，了解工作所需。最重要是在比賽過程中，學生有機會學得更多，譬如要在短時間內完成一個髮型造型設計，要如何呈現所展示的作品等。

當宣布得獎作品時，觀眾的澎湃歡呼聲將現場氣氛推到沸點，兩位得獎者感到無比興奮。



《女子組》金獎

Chan Ka Chun

Be One Hair

首先多謝 Ronald 和公司給予我參賽的機會。所有參賽作品都非常出色，各有千秋，幸運地我取得最終獎項，能夠得到

評審們的認可我感到非常高興。

獲獎作品的設計概念是以近期較突出的黃色為主體，妝容方面我也化了不少心思，猶如從泥土中走出來似的，鋒利中又帶點猙獰感覺，彷彿天馬行空。



《男子組》金獎

CHIU Chi Hang,

Wilson

Will Hair Salon

雖然已經知道得到獎項，但我心裡仍然感到非常緊張，因為我從未想過能夠獲得獎項。這是我第一次參加比賽，我抱著嘗試一下的心態。當下，我最想多謝同事幫忙找到 model，其實合心意的 model 真的很難找。更要多謝公司，當知道我參加比賽，他們給了我很多鼓勵、支持及建議；還有身邊同事、朋友及家人，沒有他們，我是很難堅持下去的。

我的作品創作靈感，首先是 Lebel 新出的色系有一款綠色是我特別喜歡的，基本上 Lebel 的所有顏色都非常吸引我，且都能用上，所以我擬定了一個頗有趣的主題 — 《火焰變色龍》。形容變色龍是因為我在頭髮兩邊配襯了火焰色，一邊以較紅色為主，另一邊是 cool tone 冷色調的藍色為主，以襯托龍年主題。



本年度 ICD HK/MACAU x Lebel I.D. 髮型比賽獎項：

《女子組》

金獎 - **Chan Ka Chun**@Be One Hair

銀獎 - **HUNG Yik Hang, Tin**@SALON BOKU

優異獎 - **Jessica JIANG**@CHIC PRIVATE I SALON
LAU Hang Chuen@VTC (YCM)
Golda CHEUNG@FTF Salon

《男子組》

金獎 - **CHIU Chi Hang, Wilson**@Will Hair Salon

銀獎 - **Hedy SHEK**@Be One Hair

優異獎 - **YAM Cheuk Chi**@Youth College
LO Wang Fung@青年學院(葵芳)
Alco HO@I Forward Salon

It's No Miracle It's Science®

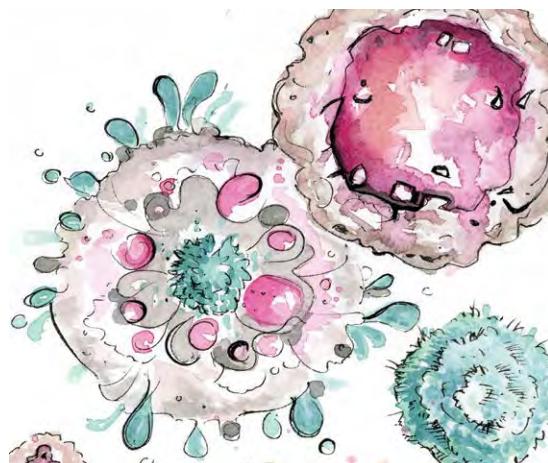


这不是奇迹 这是科学

脱发原因，部分是由荷尔蒙、压力和基因所引起轻微的炎症，它们未必肉眼可见，却阻止了新头发的生长。



新加坡生物技术公司 CellResearch 拥有 60 多个地区 8 个家族专利，耗用了 20 年干细胞研究创造了突破性配方的 CALECIM® Professional，为我们带来了 21 世纪再生医学的力量，其独特性改变皮肤和头发护理系列往常规则。



CALECIM® 先进育发系统利用红鹿脐带干细胞提取物修复发囊细胞，以人道手法提取，对人类或动物没有造成伤害，并采用全面的生长因子、外泌体、细胞激素和肽的组合来减低轻微炎症，创建了一个健康的基石，供毛发茁壮成长，停止轻微炎症的蔓延。炎症减少，随着毛发退化期和休止期缩短，脱发亦会减少；加上丰富的生长因子，可以恢复正常毛发周期，让关键的毛发生长期无间断地进行。他们更采用专有活性成分 PTT-6® 干细胞技术能调节健康的头发生长周期，巩固毛囊，并在短时间内创造了头发生长机会。对于女性来说，新生长的头发通常出现在发际线周围，而对于男性用户则出现在头顶部分。





Mr. Nicholas Lang
CCO & Executive Director of
Calecim Professional

ES: 贵公司是如何看待现今市场对生发产品的急切需要性？

NL: 脱发和头发稀疏一直是大众不愿面对又不得不接受的现实问题。过去，大家在没有任何针对性产品可用的情况下都只能接受。时至今日，已有多种选择，从 minoxidil 米诺地尔常用的生发药物到植发，当然还有 CALECIM®，我们不必再受到脱发或头发稀疏问题所困扰，可以积极地去处理问题。

我们看到了对无药性且无副作用脱发产品的巨大需求，虽然 CALECIM® 产品适用于男性及女性，但实际上更倾向关注于女性的头发稀疏问题，因为在这个服务市场的供应仍欠不足，并且给她们带来了颇大的创伤。



ES: CALECIM® Professional 是非常成熟的专业育发产品，一直以医疗市场为主导，这次来到香港，贵公司会有什么新的市场经营策略？

NL: CALECIM® 研生于新加坡干细胞实验室，过去七年在市场都是通过医疗专业人士销售，至今品牌仍然备受重点关注，主要是因为领先的医疗专业人士相信我们的科学。我们今天回到香港，旨在将产品带给更多美容领域的专业人士使用，从而让更多的人能够受益于我们专有活性成分 PTT-6® 的研发成果。





Mr. Alfredo Lewis

Global Ambassador of
Calecim Professional

ES: 从事美发行业已 30 多年, 您可观察到现今市场顾客最多及最关注的问题是什么?

AL: 客人一般最关注的问题莫过于自己头发的健康寿命及丰盈密度。他们不断寻找与头发有关的合适及在日常生活上可以更容易轻松地使用的护理产品。

ES: 作为一位美发专业的教育者, 能否指导一下或建议发型师当面对顾客有这些问题时该如何应对及处理?

AL: 一个全面性的咨询去了解客人在头发上所面对的问题, 过程中可以深切了解到客人的痛点所在和期望的改变, 最后给予建议最佳的解决方案是非常重要的一环。作为专业发型师, 我们必须有责任给予客人目前在市场上最新及有效用性的产品选择讯息。



ES: 发型师每天都是重复地做同样的工作难免变得乏味, 您又是怎样去激发自己的创意及动力?

AL: 多年来, 我一直热爱美发行业, 即使至今已逾 30 年, 我也不曾想过做其他。幸运地无论是风格还是潮流趋势不断地在变化, 教育也随着发展, 但我仍是一个能满足客人高度要求的发型师。而我源源不绝的创作灵感是不断地受到其他艺术家、名人、时尚信息以及不同事物的元素所启发。



ES: 现今染发非常流行, 您会建议怎样去保护客人的头发健康?

AL: 通过 K18 和 CALECIM® 等研发, 我们现在拥有修复、保护客户毛囊, 甚至激活头皮下休眠毛囊的技术, 乃至能够在染发前后恢复头发活力并维护头发原有状态的产品。

ES: 您在社交平台的跟随者非常多, IG 超过 66 万、FB 近 40 万、Tik Tok 更多达 1.5 百万, 可否与我们分享一下您是如何营运您的网上平台?

AL: 外界对我社交平台的参与度非常踊跃, 追踪者数量众多, 很多人会认为我的社交帐户是有一个完整的团队在背后协助管理, 其实不然。在社交平台经营上, 只是我的一场独角戏, 很多时候会感到压力很大, 同时也相当耗时, 但仍然很感谢经常和我互动的跟随者、发型师和消费者们, 因为考虑到他们能够更快地直接收到我的讯息是非常重要的。为了保持理智, 我每日都尽量腾出设定健康界限的时间来编辑发布帖子。

ESTETICA

艾丝 HAIR



常务董事

张家定 Andrew Cheung

总编辑

李昕夏 Renee Lee

执行主编

潘晓杰 Daisy Pan

执行编辑

刘杨 Natalie Liu

翻译

徐伟林 Ivan Tsui

特约作者

Marco Chan

美发专业顾问

Wing Tang – Trichologist. WTS

新媒体执行编辑 / 设计总监

彭小宾 Ben Pang

新媒体编辑 / 设计师

杜伟俊 James To

新媒体编辑

林群森 Alex Lin

创作总监

邹瑞和 Zoo Shui Wo

特约摄影师

施德 Takky Sze

Jimmy

I.T.主管

严四海 Steven Yim

发行部经理

习六林 Lulin Xi

项目经理

施宵 Krista Seh

行政及财务主管

马健二 Atta Ma

行政助理

黎少芬 Fun Lai

出版人

雷邦广告有限公司 Rezpond Advertising Limited

香港办事处

香港黄竹坑工业街12号松柏工业大厦 8楼 A1

电话 : (852) 2555 0358

传真 : (852) 2873 4690

上海办事处

上海艾增文化传播有限公司

上海市恒通路360号21层A06室

电话: (86) 21 3368 2339

印刷厂

服务印刷有限公司

香港黄竹坑工业街12号松柏工业大厦 8楼 A1

电话 : (852) 2555 0358

传真 : (852) 2873 4690

网址

www.esteticachina.com.cn

www.esteticachina.com.hk

查询热线

(86) 152 1943 0225 (852) 9145 9225

Published under license from EDIZIONI ESAV Sri Turin / Italy

对于本刊转载，摘编的所有作品，均严格遵守《中华人民共和国著作权法》的规定。作品稿酬将付给该从业人员所属媒体机构；本刊转载非职务作品，稿酬将支付给著作权人。

出版人对刊物进行过严格校对，但本刊对可能出现的错误或省略不承担任何责任。所述观点不完全代表出版人或编辑委员会。

本刊保留所有版权，在未经版权拥有者事先许可情况下，不得将本刊物的任何部份进行复制、存入检索系统，或以任何形式通过任何途径如电子、机械、影印、录制等进行传播。

欲取得许可，请联系ESTETICA CHINA《艾丝》出版人：Rezpond Advertising Ltd.

香港黄竹坑工业街12号松柏工业大厦8楼A1室

电话: (852) 2555 0358 传真: (852) 2873 4690

editorial



张家定 Andrew
ESTETICA 艾丝
董事及营运总监

成功在尝试

转眼又快将踏进2024年的最后一个季度，也是各类型展览会林立的高峰期，所有品牌生产商、买家和用家，都会借此寻找或配对新机遇。每当想到这一点，不能再提及我们 Estetica Export项目，通过 Estetica 的全球网络资源，能提供所有相关平台、制作服务及充裕的 database联系。毕竟这个专为协助生产商或是本土产品商跨出国门的服务平台，也推出了好几年，为相关的企业朋友们提供了不少意见和协助，亦得到很多正面的回馈。

有志开拓海外新市场的厂家们，通过我们的全球网络，做到更快速、更有序地按其需求促成合作。从交换意见以达至理解到创造双方接纳的合作条款，让所有的工作更流畅地进行。

前人有谓：「自古成功在尝试」，尤其是当下的市场情况正处于急速变化之中，每一种新的推广方式都不可忽略，无论成功与否，都必定会从中有所得着。只有把一点一滴的资讯及资源累积起来，才有机会从庞大的环球市场中找出新路向。把握机会，创做自己的一片新天地。

祝愿业界朋友们，在这一年最后的冲刺阶段中，获得更理想成绩！



ESTETICA
THE HAIR MAGAZINE
esteticamagazine.com

N. 84
03/2024

Cover Image

发型: Jeff Fung & Porky Chu
化妆: Koko Lau
摄影师: Ben Lam



CONTACTS

A1, 8/F, Evergreen Industrial Mansion,
12 Yip Fat Street, Wong Chuk Hang,
Hong Kong
Tel. + 852 25550358
renée@esteticachina.com.hk



SUBSCRIPTIONS

e-mail: renée@esteticachina.com.hk



ONLINE

www.esteticamagazine.com

In this issue:

| | | |
|-------------|----------------------------------|-----|
| HAIR trends | 融创 Future | 024 |
| | 2024春夏美学系列 | 030 |
| | RE FLECTION | 034 |
| creativity | As Beautiful As The Ocean | 042 |
| | Insidious 《潜伏》系列 | 044 |
| | 东方风韵 清冽澄澈 | 052 |
| PRO events | HairGarden 「发」展 | 058 |
| | 走向未来的起步点 | 064 |
| | Beauty Innovator Award 2023–2024 | 066 |
| | 335 赋能分享 应对焦虑 | 070 |
| | 时尚设计灵感的相互碰撞 | 072 |
| interviews | 张书平 – 心无旁骛 万事可破 | 079 |
| | 女发师天下: 高智 – 「中女」乘风 逐梦前行 | |
| | 樊玲 – 保持热爱 执着前行 | 082 |
| | 史张敏 James – 头皮或是当下最好的“破茧之道” | 086 |
| | 王亚 – 做客人的首选 | 088 |
| | 赵欣 Vicky – 一路探索、一路创新 | 090 |
| education | 培训才可以留下人才 | 092 |
| | 去反思 去改变 | 096 |
| column | KC Pang | 100 |
| | 唯美 • 唯关爱 • 丰盛人生(33) | |

PUBLISHER AND MANAGING DIRECTOR

Roberto Pissimiglia

ESPAÑA

Elisabet Parra, Cristina Hernández

EDITOR-IN-CHIEF

Marie Scarano - esteticacausa@estetica.it

DEUTSCHE AUSGABE

Michaela Dee

INTERNATIONAL EDITOR-IN-CHIEF

Laura Castelli - l.castelli@estetica.it

FRANCE

Marie Cocoluto

INTERNATIONAL ADVERTISING COORDINATOR

Monica Tessari - m.tessari@estetica.it

UK

Gary Kelly

ART DIRECTION

Mauro Melis

ITALIA

Lucia Preziosi, Glorianna Vaschetto,
Emanuela Vaser

LAYOUT

Manuela Artosi, Davide Cardente

DIGITAL

Erica Balduini, Erika Marchese,
Stefania Rao, Alessandro Zanetti

ADVERTISING & P.R.

Nives Carena - nivescarena@estetica.it



CONFINDUSTRIA

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE

EDITORIA DI SETTORE



PRESSE COIFFURE



EXCLUSIVE BRANDS TORINO

HAIR trends

融创
Future

筑梦大师团队诚献

E024

Master Craftsman(工匠大师 筑梦之队)是由吴化平、舒威巍、胡志强、谢红宇、王海青组成的技术团队,他们个个都是毋庸置疑的大咖级技术导师。在合作中,每位成员都贡献创意,集思广益并找出最佳方案,确保每个人的创意都能得到充分的发挥和尊重。作为沙宣中国第一代导师组建的筑梦之队,他们不断探索世界美业动态,力求创新。

这组作品的主题是《融创 Future》,于浙江时尚节上发布,创作难点在于协调高定服装、妆面以及潮流音乐来匹配主题。



设计灵感源自多个方面,包括自然界的形态与色彩。几位导师参考了国内外时装周趋势,结合城市建筑线条以及经典与现代的发型设计,凭借数十年的美业时尚经验,将全球流行文化融入设计中。为了打造模特的发型,运用了沙宣ABC立体几何剪裁、多维组合及打薄技巧,并利用不同的染发技术,营造与主题和服装相得益彰的色彩对比效果。

对于复杂的发型结构,运用沙宣方圆三角剪发技巧简化创作。利用色彩对比和线条层次塑造视觉冲击的发型,遵循色彩心理学和造型艺术原则。妆面设计强调色彩搭配与面部立体感。参考国际最新妆容趋势,并通过草图、试妆和讨论实现发型与服装的和谐统一。

未来发型设计将强调个性、可持续性与易管理性。技术进步如AI人工智能可能成为主流设计,跨界合作也将增多,让美业更智能、发型设计更有趣。Master Craftsman尊重传统的同时追求创新,汲取传统营养结合现代审美进行创作,确保独特性和时代性。







**SALON
INTERNATIONAL**

PRESENTED BY



HEADLINE SPONSOR

treatwell

LONDON

EXCEL LONDON

12-14 OCTOBER 2024

**WHERE
INNOVATION
MEETS
ARTISTRY**

BOOK NOW

USE CODE **ESTETICA10**
TO GET 10% OFF
ONE DAY ENTRANCE
TICKETS



SCAN HERE TO
BOOK YOUR TICKETS

#SALON24

#SEEVYOUATSALON

 **PROFESSIONAL
BEAUTY
GROUP**



hji.co.uk/salonint-estetica



@Salon_Int



Salon International

Hair: Smartest 73 Artistic Team Make-up: Debra Smart Stylist: Ginger Ninja Photographer: Jamie Blanshard

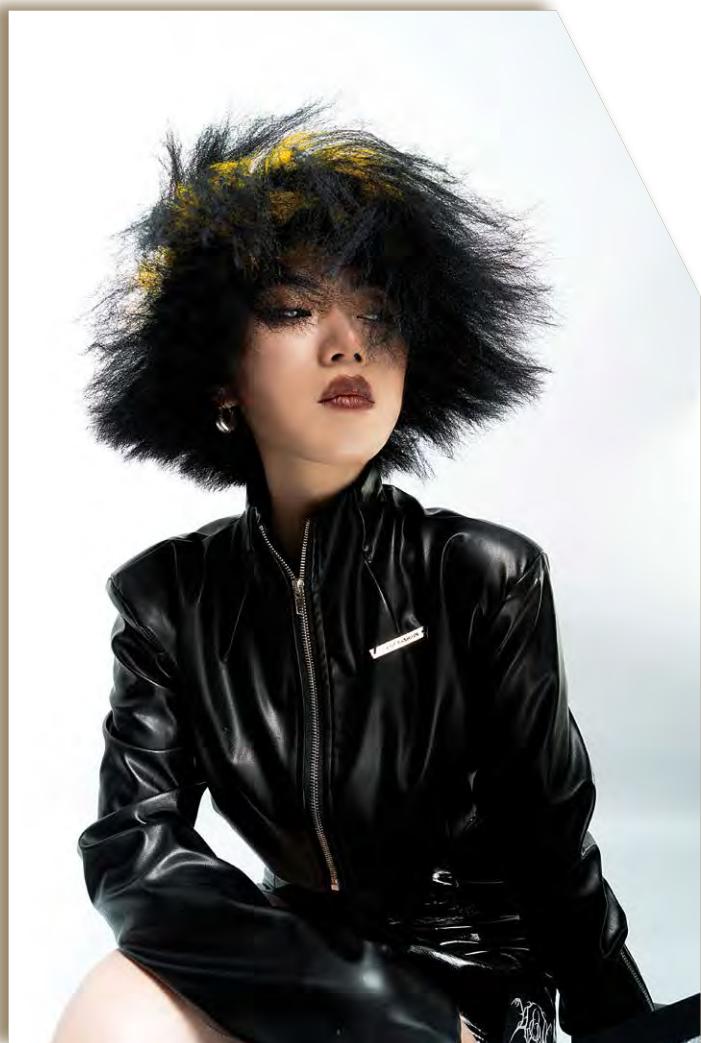
2024 春夏美学系列



2024年
是希望的
一年，也是艰难
的一年。有人
会逆袭，有人
会沉沦，重压之下
如何展现自我？

THE FIN 2024 春夏反叛美学系列

60年代末70年代初摇滚元素最为盛行的时期，通过音乐、时装的穿搭体现了当时人们的生活以及内心状态，他们通过皮衣、铆钉、金属链条、纹身、繁琐配饰与叠穿来表现独立个性的自我。



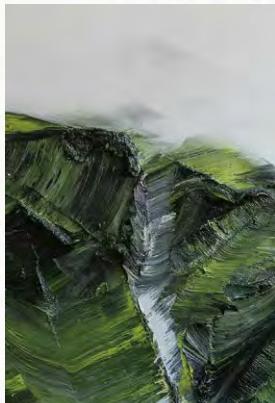


末日沙丘

从电影《沙丘》中汲取灵感。通过高明度略带雾感的反渐变发色，以及带有末日风潮的服装元素来表达现实生活中人们的冷静与克制。

THE FIN 2024 春夏破败美学系列

诠释当下一小部分年轻人对时尚和生活的态度。慵懒和“小拽”并存的状态，设计方面我们将游牧文化与朋克摇滚的大状态融合。在模特原有染过黑发的基础上做局部的漂发，运用米灰、亚麻金、蓝黑做色彩的过渡与渐变处理。整体更好地表达了废土美学与酷感质地的衔接！



RE
FLECTION

connection



E034

发型: Stefano Bugada 摄影: Marco Di Filippo 创意总监: Giuseppe Tessier 化妆师: Roberta Siani
制作: Hairtium Academy / Hairtium 团队 – Eleonora Tessier, Mariagrazia Malito, Luca Lombardo, Mia Roberta Siani 造型: Lia Cervi





发型: Stefano Bugada 摄影: Marco Di Filippo 创意总监: Giuseppe Tessier 化妆师: Roberta Siani 造型: Lia Cervi
制作: Hairtium Academy / Hairtium 团队 - Eleonora Tessier, Mariagrazia Malito, Luca Lombardo, Mia Roberta Siani



发型: Stefano Bugada 摄影: Marco Di Filippo 创意总监: Giuseppe Tessier 化妆师: Roberta Siani 造型: Lia Cervi
制作: Hairtium Academy / Hairtium 团队 - Eleonora Tessier, Mariagrazia Malito, Luca Lombardo, Mia Roberta Siani

E038





geometries



发型: Stefano Bugada 摄影: Marco Di Filippo 创意总监: Giuseppe Tessier
制作: Hairtium Academy / Hairtium 团队 - Eleonora Tessier, Mariagrazia Malito, Luca Lombardo, Mia Roberta Siani 造型: Lia Cervi



摄像视频: Chris Tak

彩妆: Se7en 王

(team)

制片: Jane 陈 发型 / 道具 / 服装 / 美术: Jane 陈 (team)

助理: 李鑫、维维、阿明

灯光助理: Soko

模特: 可乐、黎川

监制: 黄骏壹
模特: 可乐、黎川

导演: 刘禹萱
摄影: 钱树青

美丽的传说描绘了东方

意境, 颂扬海洋之美

AS BEAUTIFUL AS THE OCEAN



在东方碧海之中，波浪如矢车菊花瓣般翩跹。一位美丽的蚌壳精首次踏入这神秘领域。大海慢慢睁开眼眸，久违的新生命唤起了沉睡许久的海，尤其是那身披贝壳的蚌壳精。蚌壳精试探地凝视着海洋，面对未知，略感惊慌。她探索着这片蓝色的秘境，海洋则好奇地凑近一窥，蚌壳精惊吓得防备起来。海洋展现起保护和温暖，蚌壳精感动于海洋的真诚，放下防备。他们共同面对海底世界，超越障碍，人类化身为精灵，海洋幻化为人形，自然与人和谐共生。



Insidious



《潜伏》系列是对黑暗、神秘和隐藏身份的迷人探索。这系列刻画情绪并致力于前卫主题，让读者沉浸在一个秘密的隐藏世界中。发型都经过精心设计，形状和线条鲜明，营造出一种前卫和阴暗面的感觉。



隐藏在视线之外的
神秘面孔，让读者留有
想像其故事的空间。透
过这个系列，Edoardo
Colasanti 邀请读者迎来
非传统，深入想像的空间，
探索头发作为一种既能隐
藏，又能展示艺术形式的
变革力量。

Hair: @Edoco_hair Hair Assistant: @Maria_gala
Makeup: @aurorabiancomakeup @Amy.ami.mua
Photographer: @williamhenrystudio Stylist: @yana_chaplygina
Models: @ectodork @Ashley_lam_14 @Katie.t.willy @leoristorto

HAIRcreativity



E046



HAIRcreativity



E048



049E

HAIRcreativity



E050



Hair: @Edoco_hair Hair Assistant: @Maria_gala Stylist: @yana_chaplygina
Makeup: @aurorabiancomakeup @Amy.ami.mua Photographer: @williamhenrystudio
Models: @ectodork @Ashley_lam_14 @Katie.t.willy @leoristorto

东方风韵
清丽澄澈

新中式是近几年备受瞩目的时尚风格，泱泱中华的文化内涵源源不断地展露，苏醒的文化审美不容忽视。

新中式风格融合了传统与现代元素，将东方韵味展示得淋漓尽致。这既是对传统文化的传承与创新，也是对审美观念的新探索。



灵感来源于宋瓷。
宋代是中国美学的顶峰，宋代钧瓷有玫瑰紫、紫红色，热闹的大红大紫风，钧瓷最让人着迷的地方是“入窑一色，出窑万彩”，把美交给想象力和时间，才有了五彩斑斓的呈现。

指导：舟舟谦成

发型：白雅鑫 @INSTYLE



以宋代陶瓷的质感结合《千里江山图》的色彩来表达现代发型的极简风格，强调发型光泽与柔顺度的同时，注重型的表达，以及色彩拼接的渲染与发型相得益彰，从而实现发型简约而不简单。

灵感来源于宋朝画作。宋代画里的人物，千人千面，神形兼备，画面清新，人物清丽，用色柔美，简洁淡雅，整体更倾向清丽灵动之感。



发型：罗万铭 @ 驰古沙龙工作室

灵感来源于宋
代王希孟名画
《千里江山图》，
在色彩方面采
用石青、石绿，
展现出如山峦
的层层叠叠起
伏不绝。以黑底
色为主，但飘逸
的点点青色让
整体更灵动。



指导：舟造型发妆媒研修中心

发型：蔡小英 Coco、伍康城 Alex@萌萌精致连锁



灵感来源于《枯木竹石图》。宋代文人画代表苏轼经历几多苦难，豁达不羁，其画作也充满了对生命的思考，强调不以“形似论画”，专注于事物的神韵与气象。“顽石+枯木”，即是对自然风物的描述，也是人生心态的写照。“木秀于林，风必摧之”。世间万物本就是动静相宜，枯荣相替。



THE GLOBAL HAIR
EVENT OF THE YEAR

IN AID OF
fighting Leukaemia
ALTERNATIVE HAIR CHARITABLE FOUNDATION
REGISTERED CHARITY 1147189

SUNDAY 13TH OCTOBER 2024

EVOLUTION

FEATURING

ANNE VECK UK BEAUTY UNDERGROUND USA DMITRY VINOKUROV RUSSIA GOGEN ITALY
HC SALON ITALY JAEYOUNG LEE SOUTH KOREA KEN ZHOU CHINA KOHSUKE VISUAL NETWORK JAPAN MARCANTONI UK
TINDARO ORIFICI GERMANY PAUL STAFFORD IRELAND RUDY MOSTARDA ITALY SACO UK
SANRIZZ UK VIDAL SASOON UK

MORE TO BE CONFIRMED

AND SPECIAL LEGEND PRESENTATION

42ND ALTERNATIVE HAIR SHOW
LONDON ROUNDHOUSE



HEADLINE SPONSOR

ALFAPARF
MILANO
PROFESSIONAL

CHARITY SPONSORS

S INFRINGE

INTERNATIONAL
VISIONARY AWARD®

VISIONARIES
PRESENTATION

GOLD SPONSOR

WELLA
COMPANY

MEDIA SPONSORS

EUGÈNE PERMA
PROFESSIONNEL | PARIS



ONACIS
歐 娜 西 斯

AH
ALTERNATIVE HAIR™

AMOS
PROFESSIONAL

ESTETICA HJ SALON
DOOPTEC TOP HAIR TRIBUTE
prohair Bc SALON NEWS ASIA

HAIR GARDEN 发展



HairGarden 凭着努力不懈的探索、实践，
以实力来印证：“人才辈出、无分地域”。

以往，香港新界区被视为偏远荒野之地。随着时代的转变，交通网络越趋发达便利，人口分布已拓展到新发展区的每个角落，尤其是具消费力的年轻人或是想远离烦嚣都市生活的新世代，大大提高了对生活水平的需求，加上网络媒体的普及化，消费市场已再没有地域之分，商业中心的规划及模式也随之改变。





打破旧有观念, 建立稳固基石, 为美发行业争取一席之地

旧有的观念会认为做发型师都是读书不成的人才去做, 确实会有一些年轻人是不喜欢读书的, 但忽略了部分人对美的追求却具有独特天赋, 也非常努力地在不同的领域上追求理想与梦想。譬如: 画家 - 绘出惊世的画作; 音乐家 - 演奏出动人的乐章; 厨师 - 烹调出美味的菜肴; 同样, 发型师会设计出漂亮的发型。他们除了天赋, 更需要后天不断地努力学习与磨练才能独当一面。况且, 美发是生活中不可或缺的。

2004 年 Gary Lai 、Jeff Lam、Rocky Cheung 创立了 HairGarden 第一家店, 到目前为止 HairGarden 旗下已拓展到第七间, 成为新界西区内的一家知名发廊连锁店。他们抱有共同的理念, 以丰富



的美发知识、创新的技术及优质的服务态度为客户提供专业的解决方案。此外, HairGarden 更设立了教学部门以培育业内人才, 稳固所提供的高品质服务, 为业界作出贡献, 希望为发型师们争取更高的社会地位, 让美发行业得到社会的认同。多年来, HairGarden 的坚持不负众望, 团队成员在多项美发界的国际赛事中屡获殊荣, 赢得多个奖项, 足以证明他们在美发行业所具备的实力。





新里程、新展望，拥抱未来

2024 年是 HairGarden 成立 20 周年，举办了庆祝盛宴，邀来各合作品牌嘉宾，业界友好及多年并肩作战的伙伴们一同庆祝。除了回顾过去，更多是展望未来，同时展示了 HairGarden 品牌最新创作的时尚作品系列 – Peach Fuzz Collection，由 5 位充满朝气，热爱舞蹈的应届 DSE 毕业生学校舞蹈团队 Old Ghosts 演绎，为盛宴增添了无限色彩。当晚节目紧凑，各具特色，来自陆嘉善舞蹈工作室 12 位活泼可爱的小朋友在舞台上展示发型师所打造的发型，为活动带来活力与阳光气息。

Peach



HairGarden 创办至今, 不断鼓励员工持续进修以获取更高学历, 考取更多国家的资格认证; 坚持培养新一代接班人, 定期保送团队发型师到国外学习进修以增长知识、提升技术、扩宽视野; 积极参与国际发型比赛以获取经验, 为本地美发行业争光。



模特: Old Ghosts

Melissa

早蓝

061E

发型发色: HairGarden 团队 (Rocky Cheung@ 雅丽店、Isaac Cheung@ 置乐店、Seiko Yeung@ 深井店、Wing Wong@ FlyHair、Ming Cheung@ Ming Wong 荃湾店)



HAIR GARDEN介绍

VIDEO



VIDEO



HairGarden 也经常协助及参与多个美发专业协会及机构的项目作交流, 包括:

香港美容美发商会
香港专业发廊管理协会
香港形象设计师联盟
国际美业评审总会
香港化妆品同业协会
香港职业训练局
美容及美发业训练委员会
VTC

从而推动香港美发行业的发展, 为行业发声。

对于未来, HairGarden 会继续秉持着信念, 与更多香港知名美发品牌合作, 为发型师们打造更好的创作平台; 加强经营运作上的电脑化, 着力于更多元化的业务发展; 通过不同渠道, 帮助更多有理想的年轻人投身美发行业, 让技术得以传承; 继续与时代接轨, 在社交平台收集不同意见来提升客人的满意度。





HAIR GARDEN
周年活动

VIDEO



VIDEO



Hair Garden

Hong Tak Shop 康德店
新界屯门康德花园地下 2 号铺

Chi Lok Shop 置乐店
新界屯门置乐嘉喜利大厦地下 6 号铺

Sham Tseng Shop 深井店
新界深井陈记商业中心 2 楼 K 铺

Tsuen Wan Shop 荃湾店
新界荃湾大河道 100 号海之恋商场 2 楼
2116 – 2117 号铺

Elite Garden Shop 雅丽店
新界屯门青翠径 11 号雅丽花园 UG/F A3 铺

Siu Hong Shop 兆康店
新界屯门兆康商场 219 号铺

Fly Hair
屯门兆康商场 218 号铺

走向未来的 起步点



年轻人都会有梦想与理想，要在美发路上发光发亮，全靠自身的努力及对行业的热爱。



职业训练局 Youth College 与香港形象设计师联盟(OMC 香港)于葵芳青年学院联合举办 2024 年度发型化妆比赛 - 香港青年代表选拔赛及颁奖典礼已经圆满结束。虽然参赛者都是学生，但他们在现场比赛的紧张气氛下仍能发挥自如，赛出水准。两名胜出学员更获得“标榜(中国)教育基金”赞助 2024 年 10 月 12 日至 14 日在 OMC 法国巴黎世界发型化妆大赛美发项目的参赛费用，以及香港至巴黎来回的机票、住宿费用，总值两万元整。

得奖者：李嘉鸿、谢卓颖



比赛当日, OMC 香港美发及美妆竞赛委员会给青年学院学员展示了 2024 比赛项目, 并详细讲解比赛前所需留意事项及简述比赛细则。

衷心感谢美妆竞赛委员会团队的完美演出, 给参赛学员分享了宝贵的比赛经验和心得, 期望他们能代表香港取得理想佳绩。



美发及美妆竞赛委员会展示团队包括:

杨雅珊 Seiko – 美发竞赛委员会主席 [法国巴黎 OMC 认可国际裁判及教练]

冼金铭 – 资深发型师 2023 发型项目参赛选手

赖国荣 Perrier – 资深发型师 1996 发型项目参赛选手

阮嘉咏 Winnie Yuen – 美妆竞赛委员会主席 [法国巴黎 OMC 认可国际裁判及教练]

黄焯林 Edmon Wong – 星级造型师 [前法国巴黎 OMC 认可国际裁判] 及 inspiring art studio 化妆团队

徐天如 Isabel Chui – 资深化妆师

BEAUTY INNOVATOR AWARD

2023-2024

香港赛区颁奖典礼暨发型汇演



一场带你走入时光隧道的发型秀，激发思维。

Schwarzkopf Professional x Shiseido Professional

于 4 月 11 日的盛会上呈现了一场令人难以忘怀的发型汇演，让现场观众惊艳不已。

同场颁发了 Shiseido Professional BEAUTY INNOVATOR AWARD 2023 - 2024 “ART Creation 美学创作”、“REAL Creation 发廊创作”组别中脱颖而出的十位入围得奖者及冠军选手奖项。各位得奖者现场展现了他们在作品上对美学和创意的卓越理解，彰

显了发型设计的热情
和才华。



“ART Creation 美学创作”香港赛区 Top 5:

- 《名画》Bean Ho@Wiiborn Hair & Spa Salon
- 《沉默的女巫》Ben Kwok@Rare One Hair Salon
- 《星际》Frank Ling@CHINOLOGY
- 《变形记》Jamen Lui@Multihair Macau
- 《泡沫》Sean Chiu@Leighton HAIRONE

冠军得主: 《泡沫》
Sean Chiu@Leighton HAIRONE



“REAL Creation 发廊创作”香港赛区 Top 5:

- 《流萤》Aaron Yip@Wiiborn Hair & Spa Salon
- 《Agenda》Hin Hsu@Wiiborn Hair & Spa Salon
- 《未来》Jeff Fung@Wiiborn Hair & Spa Salon
- 《Perfect Imperfection》Jeff Fung@Wiiborn Hair & Spa Salon
- 《样 : 色》Ronald Lei@Ri Salon

冠军得主: 《Agender》
Hin Hsu@Wiiborn Hair & Spa Salon

此外, 经由评判团选出 **Jury's Award** 评审特别大奖, 得奖者:

- 《变形记》
Jamen Lui@Multihair Macau
- 《Perfect Imperfection》
Jeff Fung@Wiiborn Hair & Spa Salon





汇演中带来了多场精彩发型秀。通过 Jeff Fung 与 Jamen Lui 演绎「日本的日与夜」 - 以自由、清新、光明为特色, 展示了 Beauty Inspire Creators SS Trend 最新发型趋势“Neo Romantic”，给观众带来一个令人心旷神怡的氛围, 为当晚多项演出掀起序幕。



接着的 Schwarzkopf Professional **essential looks** S/S 2024, 让我们一同探索这个新世界, 感受如何塑造和驾驭它的力量。

演出嘉宾:



还有是 Crossover Hair Show “TO THE FUTURE” 汇聚了 5 位 Schwarzkopf Professional x Shiseido Professional 品牌大使的精彩表演。演出嘉宾融合了经典、现代以及未来感的元素，展示了发型多样的可能性，产生出无限的创意火花。作品呈现了多年来发型的转变，从 90 年代开始到未来，将观众带入发型时光旅程，沉浸式体验发型的演变进程；既怀旧、时尚又充满未来感，仿佛给大家穿越时空的视觉享受和启发。

演出嘉宾：

Oliver Tse
@Hair Duo



Tomo Numayama
@BELLUS Salon

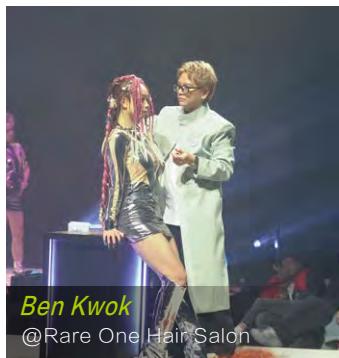


M.C. Wu
@AM Hair Studio



Ann Tsai
@Wiibom Hair & Spa Salon

Ben Kwok
@Rare One Hair Salon



赋能分享 应对焦虑



一次多强联合的献技，一次不凡阵容的展示，中国美业众多大咖鼎力助阵，让“335 美业赋能分享会”震撼中国美业。



今年推出的“335 美业赋能分享会”如同一场盛大的套餐吸引着美业人。在两天的课程中，中国美业技术大咖讲解技术与美感，知名网红发型师们分享 IP 经营，两天共 13 组超强阵容的宣讲，加上超嗨的 after party，更可以与大咖导师们零距离接触。

刘伟荣 Robbie
“335 美业赋能分享会”发起人

中国美业的教育工作者不断加强交流，加深了解彼此，大家团结在一起，聚集起来，以“335 美业赋能分享会”的形式展示彼此的成就。随着时间的推移，参与者逐渐增加，目前已有一百多人。随着人数的不断增加，大家开始思考如何更好地帮助彼此。每个月，成员们都会定期举办活动，以支持彼此的工作。未来，大家的目标是继续提供支持，助力教育事业的发展。特别是对那些贫困的学员，给予更多的公益支持。然而，这个目标的实现离不开这些传播者，他们一直在传播着我们的文化和理念。

发起人与理事会成员们积极投身于复兴计划，大家深入探究，设定明确的目标，有效沟通，确保计划的顺

利进行。同时，定期举办活动以阐释教育的价值，还需筹集足够的资金来援助贫困学员。为了实现这个目标，成员们每年都会举办分享会，通过筹集的资金，为学员的未来铺设道路。我们必须支持这些学生，他们是美发行业的明日之星。

教育团队的选拔秉持着一定的标准，首要条件是，必须在教育一线实践的人，无论是导师还是管理者，都需具备丰富的教育经验，且对教育事业充满热忱。教育经验是评判一个人是否适合进入这个领域的关键。



王绍虞

“335 美业赋能分享会”执行长

今年是第一届“335”，初次尝试规模并没有特别大，但今后规模会更大，内容会更丰富。本次的导师队伍强大，人员组成多样，各有各的能力，我们能感受到学员们高涨的热情，以及鼎沸的人气。他们对演讲团队的老师们非常推崇，特别愿意做现场互动。关于“335 美业赋能分享会”我想表达的是，首先，“335 是我们推崇的一个行业标准，我们想要持续优化教育，因为很多时候被比喻为“割韭菜”。我们致力于持续改进，打破“教育收割者”的刻板印象，真正推动教育的进步。再者，在当前经济形势下，我们的愿望是携手美业人共谋行业稳健与持久的发展，让美丽事业变得生机勃勃。

这两年，我带领自己的沙龙逆势前行。尽管经济形势严峻，我们并未效仿其他沙龙的短视行为，过分追求即时利益或急于解决眼前困局，而是坚定从长远发展的角度思考。我们还举办了盛大的年会，但这无疑体现了我们品牌的勃勃生机，经过数年的洗礼，我们渴望借此次盛会，以欢聚的乐章和醇厚的美酒向团队的辛勤付出致敬。

我们期望传承一种价值观，即先成为技艺精湛的匠人，再成为商人。同时，我们秉持的理念是专业为先，商业随后。在竞争激烈的美业，商业有时会掩盖专业的重要性。我们借由这次盛会，展现我们的信念：专业引领，商业随后。

MU 集团目前在上海有六家沙龙，孕育了多个子品牌。在过去的两年里，我们主要在一一线商场扎根，服务于高端消费群体，以商圈拓展为导向，尤其钟情于南京路、徐家汇和静安这些繁华商圈，精准定位高净值客户，以高品质的服务理念满足他们的需求。

当下的许多沙龙经营者对未来持悲观态度，可能是因为他们迷失了方向，找不到前行的路标，甚至没有明确的目标。我认为，人生的目标至关重要。当你设定了职业规划，规划了人生，你便拥有了方向。我想与大家分享的，与时间同行，才能成为理想中的自己。





2024 是 **Sassoon 沙宣** 70 周年，同时是 **JUNO Academy** 第 60 届毕业志庆，在韩国首尔上演了一次盛大汇演。

随着时代转变，美发教育经历过兴衰起伏，但沙宣从未却步，坚定地继续前行。2024 年是沙宣成立 70 周年，本次由国际创意总监 **Mark Hayes** 带领着团队包括：色彩总监 **Pink Grubb**、英国助理创意总监 **Daniel McCourt** 和沙宣大使 **James Hayes** 到首尔舞台发布 2024 新春学院系列 – Rouge，并特别给发型师安排了一场示范分享会。

沙宣 **Rouge SS24** 系列是从 *Rossetti* 罗塞蒂时代的拉斐尔前派汲取灵感。它以全新的方式审视英国诗人、插画家和画家 *Gabriel Dante Rossetti* (加百利·但丁·罗塞蒂) 的浪漫肖像，并受到英国艺术家 *Christina*

Rossetti (克里斯蒂娜·罗塞蒂的诗)作品《What is Pink 什么是粉红色》的启发，这些元素与出生于瑞士的德国抽象艺术家 *Paul Klee* (保罗·克利)于 1938 年创作的《The Heroic Rose 英雄玫瑰》



并列。该系列旨在颂扬这三位具有影响力的人物，以及他们对艺术、爱和生活的创造性态度。他们重新构想和引入那几位艺术家在设计、绘画、油画和摄影方面的作品，创造出当代的拉斐尔前派 — 新罗塞蒂的作品。

Rouge 系列的剪裁和色彩技巧套用了沙宣传统和经典 ABC 技术的一系列长度、形状和纹理，包括复杂的细节，创造出具俏皮和动感的内里长度，大胆的轮廓，凸显出其个性化的优雅和态度。色彩技巧涵盖了不同深浅度的红色，从冷色到暖色，从深色到浅色，创造出强调形状三维特性的和谐效果。

70 周年对于沙宣来说，可以说是另一个新里程的开始。Sassoon Global CEO – **Debbie Webster** 更亲自到场为 Mark Hayes 和团队成员们打气。

Debbie Webster

70 周年对我们沙宣来说确实是一个里程碑。当我们庆祝过去之时也要展望未来，试想着 70 年后的今天，哪里是我们的席位？因此，我们关注的事情之一是如何保持在教育领域的领先地位，这对我们来说至关重要，所以我们正在将沙宣所有的 ABC 基础教授内容重新拍摄。

沙宣未来的重点是制定一个中立性的计划。目前最重要的是要切实加强我们手上拥有的所有关系。沙宣有一个非常完善的合作伙伴学校计划，现阶段的焦点放在韩国是要落实发展和扩大该计划。因此，我们很高兴能够与 JUNO Academy 姜社长有密切的伙伴合作，真正将计划推向新的更高层次。为了抓紧我们所做之事的同时，也会专注建立一个新的教育平台，并将于 10 月再度推出，希望扩大影响范围。我们希望能招揽那些不一定要到英国或是位于美国 Beverly Hills 新的 House of Sassoon 但又想来沙宣学习的学生。

我们希望确保沙宣不仅拥有 70 年的历史，而且拥有 70 年的未来 — 这就是我的目标。



Mark Hayes

我想大家都知
道 JUNO 与沙宣
在美发教学领域中
同样享负盛名。2024
年这次的演出是为了庆
祝沙宣品牌成立 70 周年。为此，我们想着以当代具有革命性并演化成为现今剪裁及发色技术的波波头、几何线条设计，来歌颂具有标志性的沙宣造型。

对我而言，现今的美发行业，最重要的是我们需要与个别单位合作及创作造型，尽管他们的设计都是几何线条化，发型具有现代感，但是在剪裁方面，对精准剪裁的追求仍与当年一模一样，所以这是一次非常正面的合作方案。

时至今日，网上教学对于美发行业可以说是突破性地改变。我们正在制作一个新的教学平台名为“沙宣在线” — 这意味着如果那些发型师未能到我们在伦敦或洛杉矶的学院上课，也可以通过“沙宣在线”学习。他们可以充分利用自己的时间，通过直播示范与团队互动。我们希望沙宣不仅可以在学院里教学，还可以让世界各地想要学习沙宣技术的发型师，因为某种原因而无法亲自到学院上课但仍有机会，也可以和他们互动。我们正在开设 ABC 课程，而沙宣的经典及 ABC 课程都是支撑着我们目前所做一切的重点内容。

你可知道，“沙宣在线”是我们教学系统的数字版本，只要掌握到这些美发技术便可以让您打开通往成功路上的大门。

发型师们都拥有与头发相关的共同语言。尽管受到各地语言所阻隔，但对头发的热情会把发型师们凝聚在一起。沙宣始终致力于教育、分享知识、让学习变得有趣。沙宣技术看似简单但难于掌握，却易于接受。因此，希望学生们能够清晰理解到我们所提供的教育方式。



Pink Grubb

“以不同的方式
思考，打破常规，跳
出框框，当有疑问时，想
想 Pink。”

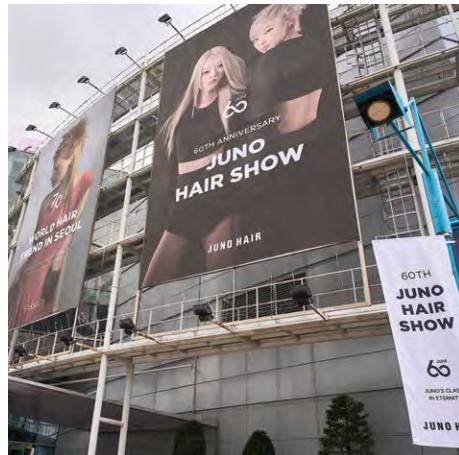


Pink 作为伦敦学院色彩总监，他非常热爱这个角色。由于他对具有魅力个性、个人风格和技术专长的不断需求，Pink 赢得了每个与他共事之人的喜爱。在全职教学之余，Pink 会在沙宣线上进行教学和演示，拍摄系列作品，并前往各地向全球美发观众展示创新的沙宣色彩技术。Pink 对自己的手艺充满热情，这意味着他不断努力推动自己更进一步，在创作色彩技巧时不断思考表达艺术的新方法。





活动的另一亮点，当然是 JUNO Academy 毕业典礼和 JUNO Hair 新系列发布。适逢本次是第 60 届也是沙宣的 70 周年，联手举办了这次活动，盛况空前不在话下。JUNO Academy 本届毕业生人数多达 190 位，又为美发行业培养了新一批生力军。在嘉宾、学员家人和朋友们的见证下接过毕业证书，看到学员们引以为傲的那份激情，场面令人颇为感动。同场颁发了本届发型比赛《Estetica 艾丝》的奖项，所有参赛作品确实令人眼前一亮，难于决择。



8TH
JUNO
VIRTUAL
PHOTO
AWARDS

ESTETICA HAIR

冠军作品
Kwon Da Hae



JUNO Hair 今年发布的时尚趋势系列主题是**Super Black** – 一种独特的颜色，散发着厚重和神秘感，在不同的应用中呈现出不同的表达方式。利用这些特征，精心设计了一些别致而时尚的触感效果，用复杂的细节唤起其独特性的强调重点。在深色基底上，采用了各种分层技术，在设计中引入差异化。层次间应用了策略性的颜色或融合为多种层次，最终塑造出视觉上迷人且错综复杂的设计。



SUPER JUNO BLACK





姜允善代表



JUNO Academy 本次毕业典礼已是第 60 届，也有 30 年了。踏入新阶段确实有很大的发展计划，因为最近在亚洲很多地区要求加盟 JUNO 品牌。第一个计划是将会于 6 月 5 日在泰国开设 JUNO 沙龙，然后在菲律宾。往后不只是开沙龙，会员学校 (School connection) 必须同时跟上，这样才能有持续性地发展。

目前，亚洲地区的品牌沙龙连锁店、会员学校同时在开业，对 JUNO 来说两者同样重要，缺一不可，大前提是很多人想接受我们的教学。所以现在我们的教育团队也会

经常前往海外，学生不仅可以来我们这里，我们也会走出去。此外，我们也在准备很多针对沙龙现场的学习课程，虽然现时在首尔清潭洞设有学校，但也在准备 JUNO 校园，毕竟这并不是一件简单的事，在教育方面是需要投入很多能量，也为了往后的发展。

接下来我们会继续努力，认真地准备更多优质的课程。JUNO Academy 的梦想是让美业人成长，给予大家更多的帮助。



心无旁骛 万事可破

在这个信息爆炸的时代，留住老客户已属不易，吸引新客户更是挑战重重。美发大师张书平分享如何拓展“粉二代”、“粉三代”。

张书平，1989 年入行至今，已服务客户超过 7 万人次，是北京市美发美容行业协会的技术专家，多次担任北京市乃至全国美发大赛的选手赛前培训导师，亦担任北京市职业技能大赛的裁判员和裁判长，参与编订北京市美发地方标准及配套指导手册。在中国及亚洲国家举办了超过 300 场的发型技术培训课程以及大型发型发布会，培训人数超过 30,000 人次。

他是一位技术全面的高级美发专家，尤其擅长女士发型的创意研究和培训工作，其创作的平面发型作品多次刊登于意大利《ESTETICA》等专业杂志上，同时与《VOGUE》等时尚杂志合作，并为知名模特奚梦瑶等提供造型服务。2015 年，张书平担任法国美发大奖赛的国际评委；2023 年担任在法国巴黎举办的 OMC 世界美发组织女士时尚发型大赛评委。

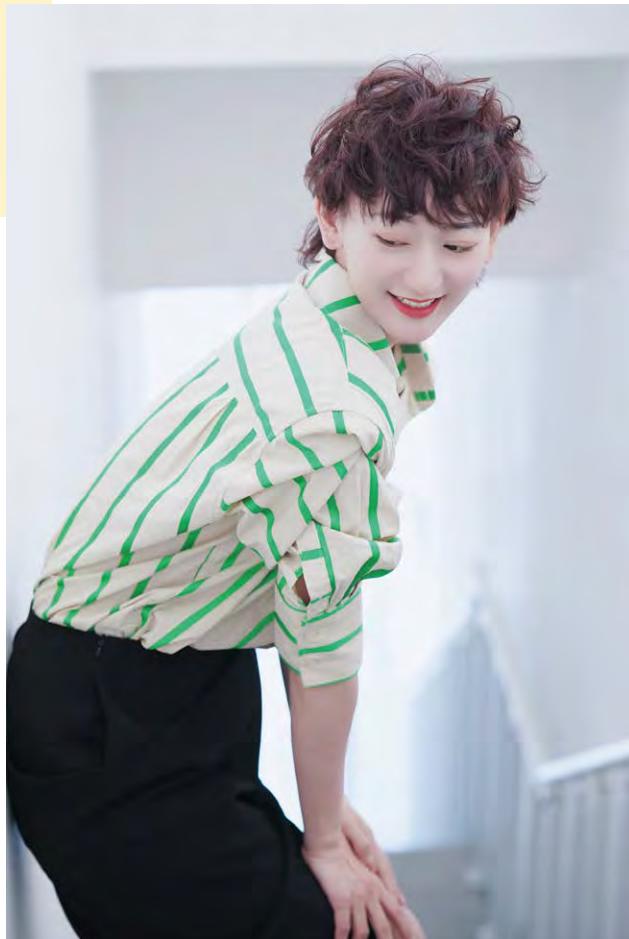


张书平 – 维系长期客户的秘诀

我，一个在美业深耕了33载的老兵，愿意分享我的经验。这漫长的岁月里，除了节假日，我从未间断过服务客人，因此，我积累了众多来自全国，尤其是北京各界精英客户的忠实追随。我的女性顾客群体尤其独特，她们多为高级管理层的佼佼者，或是对时尚有着极高鉴赏力的女性。其中，最长久的一位顾客，从24岁的青春年华，到即将退休，陪伴我度过了33年的岁月。她为了表达对我的感情，赠送了一件富有艺术价值的铜雕剪刀手。那么，我如何让客户长久地信任并追随呢？

首先，我始终保持对知识的渴望，即使在疫情期间，通过网络，我亦与北京同行互动，观看同行与大师的视频，追踪优秀沙龙和专业美发品牌的潮流趋势，持续学习是我稳固客户关系的关键。

其次，服务理念至关重要，这不仅包括设计出时尚的发型，提供高质量的服务，还有营造舒适愉悦的店内气氛。这些细节上的用心，是让老顾客忠心不二的秘诀。我经常站在客户的角度去思考，用心去服务，你的努力会被他们所认同。



我不仅提供专业且贴心的服务，连咖啡杯和水杯的选择都倾注了很多心思。我还为顾客拍摄照片，捕捉她们在店内美丽的瞬间，让美丽定格，成为永恒。即便是与家人共享的美好时光，我也会记录下来，这些增值服务，如优美的音乐、美味的咖啡和茶，甚至适宜的水温，都成为了我服务的一部分。我们所能做的就是对现有客户做到更好的关怀，提供专业的服务和出色的发型设计，确保每一次的体验都无可挑剔。

由于我的收费标准相对较高，能够被精心挑选的客户群体实际上并不庞大，但我每个月都会迎来大约10%的新面孔。我的主要年轻客户群体来源于那些长期忠实的老客户的家庭成员，包括他们的亲人和年轻一代。这些年轻人大致在18至25岁，已成为我新客户来源的三分之一。他们继承了长辈们的消费习惯和观念，对我的服务高度认可，对价格不甚敏感。在发型设计上，他们倾向于听从我的专业建议，这使得我能够轻松应对，也保证了服务的稳定性。希望我的经验能为热爱思考的读者提供启示。



挖掘气质 打造专属风格

如果在技术和营销之间必须做选择，我毫不犹豫地选择技术。因为无论营销多么巧妙和卓越，都不及精湛的技术和优质的服务。这两者并非不能和谐融合，我最自豪的是我拥有出色的美发技术，同时对时尚有着敏锐的洞察力。我是一个技术全面的发型师，无论是剪发、烫发、染发还是护理，我都能游刃有余，并能为每个客户提供个性化的建议和指导，解决他们的问题。我不会刻意追求发型的年轻化，而是坚信每个女性，无论年龄与阅历，都拥有独一无二的魅力。

我不必执着于“年轻化”这个概念，因为它过于宽泛，无法精确捕捉到成熟女性内在的丰富个性。发型设计在这一过程中扮演着关键角色，我更倾向于细致观察每位有着领导风范的女性，发掘她们潜在的气质，并为她们打造专属的风格。当然，客户有时也会带着她们心仪的发型图片与我交流，我会根据实际，用委婉的言辞与他们沟通，引导她们理解，发型设计应根据个人的发质、特质和整体条件来定制，而非盲目模仿。我设计出的发型几乎没有失败的例子。

专业与专注 至关重要

关于行业发展，我也想谈谈自己的理解。多年在发廊工作，目睹了无数发型师和助手的来来去去，我深感行业进步需要正确的引导。这引导应回归到技术的推崇和专业素养的提升，而非仅仅以销售额作为衡量标准。近年来，我注意到的信息大多集中在某位发型师的月销售额，或是他们为明星打造的形象，这样的宣传过于片面，对年轻发型师们对行业发展的信心和耐心产生了负面影响。专业和专注，对我来说是至关重要。

我自 18 岁踏入这个行业，便对它充满热情和探索精神。我赢得了众多国际比赛大奖，并荣幸地担任了去年 OMC 法国世界杯美发大赛女性发型的裁判，成为全球裁判之一。专业认可的不断来临，是对我的最好肯定，它们在我职业生涯中给予我坚定前行的信心。因此，坚持专业不仅是一种行为，更是一种思考方式，心无旁骛，方能平稳向前。为了推动这一理念，我希望专业媒体，能更多地推广和挖掘那些专注于技艺的人和品牌。



“中女”乘风 逐梦前行

2024年开启九紫离火运，“中女时代”来临。在美业，越来越多的女性发型师迎来了熠熠生辉的高光时刻。



高智

河北沧州名吉秀场美容美发有限公司经理
一级技师、河北省“燕赵工匠”



学习是 企业生存 发展的关键

从一人一小店，到拥有一百多位员工，17家名吉秀场的运营者、河北省“燕赵工匠”——高智一直坚信美业是最好的行业，并致力于奋斗终身。这位在美业熠熠生辉的精英谈到：“学习是企业生存发展的关键”。她的成长之路颇为曲折，虽然遇到过各种问题，但是凭借对美发的热爱，她都以顽强的信念坚持了下来。

高智曾是老师眼中学习不好的学生，同学们眼中的“怪脾气”，父母邻居眼里打扮怪异的“另类”，她在逆境中感知了人生冷暖。2000年，她成为第一批下岗职工，创业、再就业成了不得不面对的选择题。由于天生爱美，她对平凡的岗位并不甘心，因此毅然选择了美发。怀揣着美好的梦想，她从一人一小屋，单人单服务的小店走到了今天，每每站在一百多位伙伴面前，她都想说“团队就是我人生最大的财富。”



这一路走来并非易事，需技艺不断地精进，需要跨过一个个向上的阶段，而每一段的探索都异常艰难。在经济拮据的压力下，高智深知唯有潜心钻研技术才是通向成功的唯一密钥。急于求成的冲动驱使着她，在学习数月后便迈出了创业的第一步。然而，技术的稚嫩还是会显现，她诚恳地向客户坦白：“这发型，我还在学习。”尽管如此，她的专注与诚恳赢得了客户的理解：“熟能生巧，大胆尝试吧！”



时间是技艺的磨刀石，亦是思维的熔炉。高智渴望打造一家规模宏大、风格独特的形象店。2002年初，一家转让中的门店吸引着她，当时的转让费为3万元，而她囊中羞涩。在姐姐们的慷慨赞助下，她开启了苦干的尝试。然而，由于缺乏管理经验，当员工集体离职的现实如晴天霹雳出现时，深刻的教训让其认识到管理的重要性。

经营之路忐忑曲折，管理缺失，员工跳槽，又在隔壁开店，加之经营不善，业绩不达标，就在这样的试错中不断成长。经历种种，渐渐地高智明白员工的成长与梦想关乎着企业的未来，而培养团队并提升技术、服务是赢得客户信任的基石。美发行业的入门门槛低，从业者素质参差不齐，而现在竞争却是红海。提升行业整体素质，追求品质与形象的融合将是行业进步的关键。高智还悟出：“学习是企业生存发展的必然之路，以技术引领团队建设，并以科学有效的方法孵化并复制店面，随后17家门店应运而生。虽然经历了前期的试错，但证明：“失败是成功之母”，如今高智的团队稳步壮大。



在二十多年的从业生涯中，高智精进技术，并参与了一些行业大赛，磨练着技艺与审美。她曾荣获省级化妆冠军，更是被誉为“燕赵工匠”，而荣誉的背后，是不辍地学习。高智还积极献爱心，参与公益活动，多次获得当地各部门的表彰。

“企业的战略定位，决定了企业的未来，以连锁系统布局市场，打出了品牌的知名度，以直管模式运营，让每位跟随者有了归宿，实现了门店自动运转。员工合伙机制对门店的稳定发展起到了强有力的作用。”为了适应未来的发展，高智谈到要适应时代的发展，站在运营者的角度，要主动拥抱短视频时代，通过IP打造及门店矩阵的运营系统，为门店宣传及引流做好保障。

“健康永驻，美丽永存”的使命润物细无声地鞭策着高智，未来已来，她和自己的团队将在美业绽放更多精彩。



保持热爱 执着前行



樊玲

INS CARR 美发顾问

早在2003年，樊玲就选择了闯荡繁华的上海，投身于美发行业。那时候，女性发型师在美发店中尚属于稀缺资源，个中当然有歧视女性发型师的缘故。作为女性，她的求职之路不出意外地充满了挑战与艰辛。然而，幸运的是，她遇到了一个难得的机遇，一家在新加坡享有盛誉的美发沙龙向其伸出了橄榄枝。这份工作成了她从新手到熟练发型师的转折点，也点燃了她对美发事业的热爱之火。

从那时起，美发行业便成了樊玲生命中最重要的部分，她始终致力于深耕美业，在这个行业深度发展，不断提升自己的技艺以及服务水平。如今，樊玲已经在美发行业工作了二十多年，见证了行业的变迁与进步。在客户眼中，她是一个认真负责、平易近人的发型师。她始终真诚地对待每一位客户，用心倾听他们的需求和期望，并根据他们的特点和喜好来量身打造合适的发型。“我相信，只有真诚待人、用心服务才能赢得客户的认可和信任。”

樊玲的客户群体非常广泛，涵盖了各个年龄层和职业领域的人群。为了与客户建立稳固的关系，她始终注重与客户的沟通和交流。会在服务时倾听客户的烦恼，做安静的听众，也

会了解到他们的审美。在每一次服务时她都会尽心做一些创新的微调，让客户见到不一样的自己。同时，还会做好定期回访，了解客户对发型的满意度，以便制定下次方案。



世易时移，人们对女性发型师已经不再抱有偏见，樊玲想分享自己的心得：“在男性主导的美发行业中，我从未感到过压力。相反，我选择了与他们并肩作战，共同解决问题，探讨美发技术。我认为，只有相互学习、共同进步，才能不断提升整个行业的水平。我深知，只有不断强化自身的技能和提升服务品质，注重每一个细节，力求做到更好，才能让客户感受到我们的用心和专注。”

对于未来的职业规划，樊玲有着明确的目标和期望。她计划在未来的十年里，继续努力提升自己的技艺。“美发不仅仅是一份职业，更是一种美的传承和表达。它关乎着如何将美的艺术传递给每一位客户，让他们在享受服务的同时，也能感受到美的力量。”在我看来，美是自然的、和谐的，是能够让人在日常生活和工作中感到愉悦和自信的。为了提升自己的审美水平，我养成了每天浏览时尚杂志的习惯，从中汲取灵感和启发。此外，我还会定期参加行业内的培训和交流活动，与同行们分享经验和学习心得。”



在进修选择课程时，樊玲通常会选择那些由业内知名大师或经典学院开设的课程。这些课程不仅能够提升技术水平，还能够拓宽视野和思维方式。此外，她还会注重提升自己在美发艺术和技术方面的综合能力，以应对不断变化的客户需求和市场环境。

作为女性发型师，虽然在某些方面可能会面临一些挑战和困难，但只要保持热爱、不断学习和提升，就有机会在行业中取得成功。对于女性发型师的前途，她充满希望。越来越多的女性开始涉足美发行业，展现出她们的才华和魅力。樊玲认为，延长职业生涯的关键在于保持对工作的热情，同时不断追求新的知识和技能，只有这样才能在这个竞争激烈的行业中立足，并取得长足的进步。

专家对话之 James (上)

头皮或是 当下最好的 “破茧之道”

“内卷”之下，是“红海”苦拼，还是切换赛道？史张敏 James 以丰富的行业经验，以及国际视野启发你如何“弯道超车”！

史张敏 James，这位美业“老兵”，曾担任国际巨头宝洁与欧莱雅在专业美发领域的高层管理者，也曾担任中国美发民族品牌 - 菲灵中国的总经理；他还是备受业界瞩目的作家和撰稿人，著有《化剪成蝶》《数据会说话》《发型师轻松学英语》等行业专著。现担任法国高端健发品牌 hairfax 和日本假发定制品牌 Aderans 的 CEO。从其经历可以看出，James 技术功底深厚，管理纵贯中外，既具备世界五百强的管理视野，又通晓中国民族品牌的发展策略，亦深谙头皮项目的市场运营，在头皮领域展现出了敏锐的商业直觉。

《ESTETICA 艾丝》作为拥有 78 年历史的专业美发媒体，始终紧贴行业脉搏，洞察行业变迁。在美业的低潮期，面对“内卷”的挑战，谁又能揭示“破茧之道”？James 无疑是理想的对话者，他提出了一种全新的思考方式应对“卷”，要“自卷”，向内求，练内功；头皮项目，正是那不可小觑的“新赛道”！



**艾丝：美业也出现了“内卷”，如何应对“卷”？
“卷”的终点是什么？**

James：在我看来，“卷”并非洪水猛兽，关键在于保持自我，不迷失，不被裹挟。“卷”的根本是什么？是不自信，没自己的思想！而“卷”的终点是“差异化”和“与众不同”！不“卷”的做法是什么？是“自卷”，练内功，提升自身能力直到超越对手，让对手追不上。

我想分享几点对“卷”的另类看法。前几天，我在浏览视频时看到一张引人深思的图片：画面中，地铁里的长扶梯挤满了人，而一旁的楼梯上，只有一个孩子背着书包独自行走。我将这种现象命名为“电梯理论”，它折射出一个现象：人们往往不假思索地跟随潮流，而未思考过“选择电梯”还是“楼梯”。

我们国家作为一个拥有十四亿多人口的大国，资源的分配可能并不均衡，竞争在所难免。以我自身为例，我原来在外资企业从事染烫产品培训，但我选择进入头皮管理领域，不再局限于熟悉的领域。这可以解释为，我意识到染烫市场过于饱和，我需要寻找一个竞争相对较小的领

域。这个领域当然不易，因为它并未受到广泛地重视。然而，我坚信成功在于 – 做难而正确的事，我坚信这个领域有未来，所以我选择坚持。

我希望我的经历能为你们提供一些启示，让大家在面对竞争时，能够保持独立思考，选择适合自己的道路，而不是盲目随波逐流。

艾丝:头皮护理具有与“剪染烫”平分秋色的潜力么？

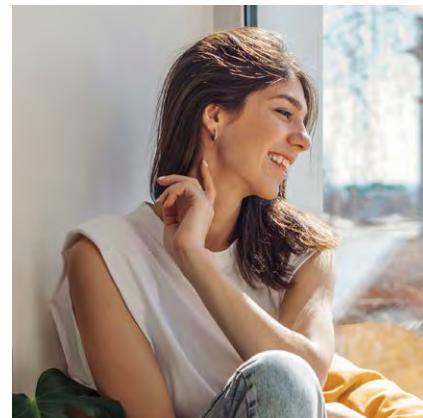
James: 我有充分的理由支持这一观点，通过考察我们周围的国家和地区，可以明显发现头皮护理项目已经与发廊传统的“老三样” – 剪染烫收益不相上下，甚至超越了它们。以韩国为例，那里的专业发廊，包括众多专业头皮护理中心，每 100 位顾客中，就有九成会选择购买额外的头皮护理服务，这在中国的专业发廊中是难以想象的。由于来自线上的冲击，中国顾客对发廊外卖的接受度相对较低。然而，在韩国等地，外卖服务的繁荣并非偶然，关键在于他们专注于提供解决方案，而不是单纯地推销产品。同样，在中国台湾，无论发廊的规模如何，他们的头皮护理服务以及相关产品的销售额加起来，最低也能占到发廊业绩的半壁江山，最高者甚至能达到八成，这意味着头皮护理业务已经超越了传统的美发服务。

所以，头皮护理取得与剪发、染发、烫发同等的业绩，我认为答案是肯定的，这是必然的趋势。实现这一目标，需要采取多种策略和方法。

艾丝: Hairfax 为何可以走在市场新需求的前列？

James: 尽管美发行业产品令人眼花缭乱，尤其是在后疫情时期，转型成为每个沙龙的必经之路。许多沙龙经营者明确表示，他们的目标是开展头皮护理服务。然而，现实情况是，沙龙引进了头皮品牌，设立了头皮护理专区，甚至还聘请了头皮护理专家，但往往在几个月后，这些投入的资源逐渐闲置，头皮护理师要么转换角色，要么选择离开，导致头皮护理服务无法持久。这种行业困境，hairfax 一直在关注。

不同于其他品牌急切寻求合作，hairfax 在与客户建立联系时，始终保持谨慎。我们会先进行详尽的考察，例如拜访客户，剖析其经营状况，探究店内人员配置，以及老板对项目理念的理解。我们进行深入的调研，以确保我们的产品和服务能够贴合沙龙的实际需求。



一旦合作达成，hairfax 认为这只是服务的起点。我们坚信，产品的销售只是第一步，真正的服务从这里开始。对于美发沙龙、养发馆或皮肤管理中心的经营者来说，选择与 hairfax 合作，他们看重的是我们的全方位支持。那么，hairfax 的服务是如何进行的呢？

首先，我们提供专业培训和认证，确保团队具备专业技能。这包括到我们的上海总部进行全面的学习，通过考核后，员工才能将所学应用到实际工作中。接着，我们会进行强化训练，这是在理论学习后、实际操作前必须要做的实战演练。短短几天的学院培训不足以让员工熟练掌握项目，所以，我们的训练包括理论深化和实际操作，确保员工在上岗前充分掌握技术，从而为客户提供卓越的服务体验。

细致的服务流程，正是 hairfax 赢得众多专业沙龙信任的原因。我们的目标，不仅仅是销售产品，更是想帮助合作伙伴建立并巩固头皮护理服务的优势，让合作沙龙在激烈的市场竞争中脱颖而出。

James 深耕行业多年，以其缜密的逻辑，开放的眼光，毫无保留地为同行们分享了一条新的赛道，《ESTETICA 艾丝》认为他所提出的新思路非常值得业界尝试。后续我们会继续对话 James，一起探讨头皮运营。

做客人的首选

王亚 Kenny 是东田造型三里屯店的主理人，也是 SEBASTIAN 塞巴斯汀造型团队亚太区创意总监。他身处潮流一线，坚持以谦和诚朴之心待人。



王亚 Kenny 体育生出身，为了学习一技之长，踏上了与体育教育专业截然不同的道路。毕业后，他前往北京，先在美发学院里磨炼技艺，逐渐融入了这个充满魅力的行业。2006 年，他怀揣着梦想，到东田造型王府井店应聘助理。彼时的他尚青涩，甚至不懂得如何操作 TAKARA BELMONT 宝贝蒙的洗头床，不慎将模特的后背打湿，当天的应聘受挫。然而，王亚却在春节期间收到了来自东田造型的邀请。人生重要的转机就这样悄然而至。那天给他留下了深刻的印象，当时内心的紧张感仿佛现在还能感受得到。

美的启发

在东田造型的三年助理生涯中，王亚有幸得到了贺志国老师的指导和提携，成为得力助手，一边在店内实践，一边在外拓展工作，体验了多重角色。他认识到，发型师的工作不仅限于店内的服务，还可以涉足影视、时尚等多个领域，美发行业有很多维度可以去尝试。

2010 年，贺志国老师接下了电影拍摄的造型工作，那是一个寒冷的初冬，王亚随剧组在北京拍片。这次经历让他深入了解了电影制作的各个环节，与图片拍摄和时尚产业截然不同。他接触到了影视造型，如莫小奇角色的古装和年代戏，服装、妆容的细腻变化，这些以前从未涉足的领域，促使他打开了全新的视角。他深刻领悟到，中国五千年文化中的服饰、发型以及化妆风格，都是镜头下的瑰宝，这启发了王亚对于美的不断探索。

美的诠释

回到店内，王亚报名参加了发型师的高级进修课程，之后接受层层考核，经过严格的评估，他从身着黑色制服的助理晋升为身着白衣的发型师。“签约东田造型，对我来说，象征着职业发展的稳定，东田造型给予了我更多参与时尚秀、艺人拍摄的机会，让我站在潮流的前沿，接触并吸收时尚的精髓。这段时期，我的审美观念和技艺迅速提升，店面的高标准服务也成了我追求的目标。在店内的每一天，前辈们无声的示范影响着我，我积极学习，实践。外出工作的经历，让我将时尚元素融入店内，为客人带来创新的造型建议。这份积累，成为我培养审美的基石，也有助于我作出独特的诠释。”

后来，李东田老师指派王亚担任东田造型三里屯店的艺术指导，从繁华的王府井移师至潮流汇集的三里屯太古里，可以看出集团对他个人才华的认可，他逐渐成为团队中发挥影响力的关键角色。在这里，他与其他两位艺术指导携手共进，每季都会一同探讨并分享发型趋势，打造店面发型设计的潮流，并将这些创新理念传递到各个门店。

除了店内工作，王亚还是知名时尚杂志的造型师，与各大国际杂志、媒体、一线明星保持着密切的合作，工作涉及杂志、广告、影视、各大颁奖现场以及时装发布会的后台。这些时尚工作打开了全新的视野，激发了他无尽的创新灵感，促使其迅速成长。他热衷于将独特的设计带给每一位客人，为他们打造专属的时尚美。**“时尚，不仅仅赋予普通人美的力量，更能展现个性和独特的风格。**丰富而多元的经验让我能为客人提供多样化的选择，因为每个人都有多面的自我，发型只是其中一面。我鼓励客人尝试不同的风格，因为每个人的喜好和年龄阶段都有差异。我会结合所学，为顾客挑选最适合他们的风格。每个人都是独一无二的，作为沙龙的发型师，我们都在努力创新，打破常规。”

王亚负责的三里屯店，作为潮流的中心，这家东田造型店必须具备鲜明的特色。他非常看重发型师的年轻心态，“年轻”方能适应三里屯的活力与时尚。“作为东田造型的一员，我们塑造的个人形象不应被固定标签所束缚，无论线上线下，我们都在塑造时尚的自我。”此外，他还认为：追求时尚形象不应只流于名牌和潮流，真实与自我认同才是关键。要将个人的理念传递给顾客，真实的人设需要情感的注入，而非空洞的推销。在现实生活中，以及社交媒体上，都应该打造鲜活、有情感、热爱生活的个人形象，因为没有人会愿意关注一个没有灵魂的朋友圈展示。

在店内，王亚的管理风格温和而坚定，他更愿意以兄长的角色与伙伴沟通，是一个情绪稳定的“大哥”，会用鼓励和肯定积极去引导。作为团队的引领者，他很少提及管理，而更倾向于塑造团队的氛围，影响他人，让工作室充满欢乐和轻松，快乐的心情能提升执行力。“团队执行力是我们的核心竞争力，想到就做，勇于尝试，实践与认知相统一，边做边调整。”这种知行合一的坚持帮助团队不断完成自我更新。

如今，发型师普遍感到焦虑，通过各种自媒体放大自我，吸引关注。王亚谈到，要思考自己的分享是否真正有益于他人，还有如果我们足够出色，一定会是客人的首选。



一路探索

一路创新



经过上一个蓬勃发展的红利年代，美业与其他行业一样似乎有些疲软，很多人在不景气中瑟瑟发抖，但有些人却逆势上行。Vicky 赵欣是北京欣形象美发设计工作室的创始人，在30年的从业时间里，她兢兢业业地工作。是客人眼中的达人造型师，是同事眼中能量不竭的领导者。在不景气的现状下，她的业绩常常令同行称赞。



“兴趣”是最大的动力！热爱美发的 Vicky 赵欣钻研技术，创新服务，对时尚追求不懈！

赵欣 Vicky

国家专业造型师讲师、宝美奇品牌导师、中国美容美发职业技能大赛裁判

踏入美发行业之前，我曾有一份稳定的体制内工作，但在内心深处，我对美的追求越来越强烈。在改革开放的浪潮中，我得到家人的支持，得以追求自己热爱的事业。我坚信女孩子脚踏实地总是美好的。尽管当时社会对美发行业存在很大偏见，但我顶住了重重压力，坚定前行。斗转星移，我的人生因为美发完成了一次次的蜕变。



在挑战中成长

我曾在家乡成功开店。2001年，我来到北京打拼，陌生的环境和行业歧视（当时歧视女发型师）让我屡屡碰壁。即使在年前的急聘中，我依然被排除在外。为了争取到证明自己的机会，我拒绝报酬，只为能争取实践进而显露实力。入职后，我证明了自己的能力，并在一年后成为店内业绩第一名。后来，我在另一间知名美发品牌亦成长为业绩遥遥领先的总监。2007年，我开始推行预约服务，比同行更早涉足这一领域。我发现女性发型师一旦得到认可，客人的持久度、忠诚度会更高。

尽管当时收到许多店的邀请，但我却坚持探索创立工作室，因为我想将自己的理念全部展现出来，这也成为我职业生涯的一个重要转折点。2017年后，舒威巍老师的出现对我影响很大。他倡导的秀场的工作与日常服务客人不同，舞台造型更注重表现力，而我在这方面有所欠缺，这刺激了我再次行动起来，从“秀场小白”起步探索新领域。

客人的“偏爱”

我的客人都是“耐心一族”，如遇我外出，他们会等待一周，甚至更长时间。每位顾客都与我有着特别的故事，有的如“惊鸿一瞥”后的“暮然回首”，有的“爱客不知疲”。我曾接到过十年前的客人辗转打来的预约电话，此前因为我更换店面而无法前来；也曾接待过被她不同朋友同时推荐我的客人，还有很多长期从各地跋涉入京找我美发的客人。一对中年夫妻给我留下过深刻的记忆，他们经人介绍到店内完成造型后，两人相顾深拥，互相称赞对方的发型好看，喜悦中夹杂着难以掩饰的遗憾，他们感慨十年前为何未与我相遇。这样的经历，让我明白了努力的方向，给予客人美丽，值得我终生坚持。

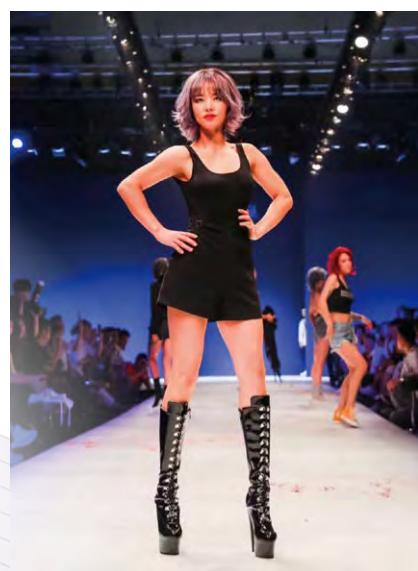


我不愁拓客，因为很多新客人都已是“粉二代”，他们和自己的长辈一样都信任我，不但把日常造型交给我，诸如婚礼类的庆典活动也愿意请我帮忙打理。我告诉自己要塑造的不只是形象，更是他们生活状态的反映。发型师的使命是发现每位顾客的独特魅力，如同雕琢未经打磨的璞玉般，我渴望成为那个赋予其光芒的人。发型师要为他们加分，量身定制每一次的光彩。我追求长长久久、实实在在，也许这是客人愿意长期追随我的原因。

技术的坚持

我的座右铭是“定制个性，风格独树，因人而异，匠心独运。”这份理念源于日积月累的实践，扬长避短，凸显优点，淡化不足。无论是稀疏的扁塌发，还是难以打理的沙发，我都能应对自如。发型师就是为解决这些独特需求而存在的，必须要帮客人解决难题。时尚潮流永不停歇，我将时尚元素巧妙融入，让发型既独特又贴合个人特色，使顾客在变化中保持和谐统一。我还对调制染膏的技艺非常着迷，我不会给客人只用色板色，而是会根据他们的特质调配出独一无二的色调，以便与其肤色相得益彰，因为这一能力，我的染发率非常高。

染发是发型师重要的基本功，一些年轻发型师有着非常好的审美以及“手感”，我也愿意分享自己的心得，与更多的美业朋友交流技术，共同成长。



培训才可以留下

TRAIN

TO 人才

RETRAIN

Gary Kelly
Translated by Ivan Tsui





你的沙龙正在扩张，而你需要招揽更多新员工。第一个问题是：“我要往那里找人？”如果你尝试从别的沙龙挖角，那么你面对的风险就是，在不出六个月内，将会有其他的同业向你的沙龙挖角。所以最大的矛盾很可能不在于‘我往那里找人’，而是‘我该怎样留人’。培训与教育，应该可以解答这道难题吧。

6个培训专家给我们提出宝贵意见，说明一个系统性的培训教育计划，对沙龙在招聘及留住员工是如何重要的一环：



CHARLES Rose *Crate Cheshire*

“在沙龙里对年轻的发型师进行就地训练和培训是必要的，这样做单单对他们个人的成长有关系，而是对整个团队有着集体的影响。建立一个全天候日夜兼顾的培训架构，势必能调动起团队的学习兴趣和持久性。要鼓励团队成员积极参与培训，让各成员在培训学习的过程中互动，产生凝聚力。在培训过程里尝试委派任务予成员，以习作形式去刺激他们从中找寻新的技巧与潮流。并且诚心关注成员的学习进度，包括日常工作碰到的问题，例如如何处理客人方面，让团队成员相互帮助和关心。乐于面对培训和教育，这不仅为了你的团队，也是为了你自己的。”

PAUL Corbett *Advanced Creative Director at Francesco Hair Salons*

“教育和培训绝对是美发行业的心脏。我们透过代代相传的知识来启发、孕育、栽培和兴盛了整个行业。假使我们依然对我们的行业未来有所期盼的话，那么我们必需要继续维持一个稳定而高水平的教育和培训。透过知识的传授，我们赢得发型师的信任，并且为他们开拓了一个更远大、超乎他们想象的未来。在这个过程里，我们打造了一种大家庭的概念，培育出忠诚感，而且没有磨灭任何人往上流的斗志。当然，其中必定会有些人带着学到的知识离去，然而，如果我们没有为员工们铺排一个良好的学习基础，那么该问的问题并不是：‘假如员工终究要离开的，那为什么我们还要投资在培训他们身上呀？’而是：‘假如我们没有这样做的话，他们会否留下来呢？’为员工去投资时间与金钱，实际上是为自家的团队建设、以及建构一个乐于回头消费的顾客圈的最佳投资！”

LEIGH Kerr *Academy Director at Rainbow Room International*

“我对教育和培训充满热诚，总是在寻找新颖的教学方法去教导我的学员。教育和培训最基本的着眼点，就在于其稳定性和结构。学生需要一个清晰的结构和明确的计划，那是因为美发业从业员跟其他行业的比较，他们都是有非常不同的想法的人。我们是属于那种“手把手、点子多多、寓学习于工作”的一个族群，所以要挽留员工减少跳槽、提升技能鼓励进步，必须要设计一个清晰的课程，以及一个恒常的教学方法，再加上在培训日程当中加入一些玩乐有趣的元素，避免沉闷。建立好架构，那便可以看到明确的计划，培养学员对我们的信任，让我们得以参与他们在制定他们的目标，那么便可以让员工继续安心工作。我说的这些，适用于任何程度的学员，我跟 Princes Trust 伙拍，提供了 Get Started 的课程，也有后续的 Level 2&3 Modern Apprentices 课程，更有供 Graduate Stylist 的和合规的发型师的课程 — 这些统统都有清晰明确的架构和目标的。”

LOUISE Howard-Long - Director at Architect Hair

“美发是一门创意手艺，是非常难以订立行业通行的规范和标准，因为这门生意别具弹性、牵涉范围广泛，而且又处处充满着创意。因此，我认为沙龙应该各自因应自家情况去制定自身的培训计划和课程，这不单止可以维持高质量，而且又可以与其他行家有所区别，让团队可以为未来的发展全情投入。在我们 Architect 沙龙里，我们有自家的培训系统，那是跟大学的课程衔接的，并且更加密集，而且课程设计上更加配合沙龙的运作，让员工可以更加快速学习到更高阶的技能。这样一来，我们的助手在完成培训后，他们从培训所学到的技能，基本上都远超乎那些刚从学院毕业出来的同辈。最终我们在管理学徒方面，设立了两个不同的主理人，那是因为我们察觉到，在我们这个多变化的行业里，要应付从学院里出来的不同程度毕业生而去制订出标准和架构，那是极具挑战性的，因而会产生很多问题。现时美发界内凡是牵涉到易于量化的元素，例如理论上的或是关于健康与安全方面的标准，那是相对容易订立；但如果是关于具创造性的美发技巧方面的话，那就容易出现偏颇，因为要写下规条永远是比教导如何剪裁一个发型容易得多，要评估也相对少一点技术含量了。”

CHRIS Grimley *Owner, Fusion Hair Co*

“对我而言，能够把我的知识和经验传承予下一代的发型师是至为重要的，将好的东西留在一己是没有意义的；我们的行业需要开放的胸怀和更多的分享，这是唯一保证业界高水平的方法，也是启迪后辈的不二法门，从来都是。我们 Fusion Hair Co 开创了网上平台，让员工可以透过手机随时接触到。这是一个挺好的概念，因为有时人们需要观看某些事情多几遍才可以领会到，这便足以让他们在方便的时空里重温相关事情了。我们这个平台包涵了不同范畴，从如何调校一杯热饮到怎样处理复杂的漂染技术，统统包含在里面。我相信这个平台可以让使用者感受到在 Fusion 里，大家都是热衷于学习、渴求进步的 – 这是维系公司的一个好方法。我们也有为个别的员工制订学习计划，好让他们逐步晋升至更高层面。我们设计的内部培训计划，是因应特别的需求而作出针对性地的教导，甚至在有需要时，我们会不惜工本，求诸外界专家。”

MICHAEL Smith *Director at Tristan Eves*

“有规划的教育和培训是相当重要的。当我们决定要办一家沙龙时，前题是要在 West Sussex 中心办一家有如在 Mayfair 开的高档店铺一般。我们明白到未必能够马上在当地招揽足够的员工到位，所以当我们开店时，我们鼓励以前在伦敦工作过的旧伙计过来帮忙几天，与此同时，我们须要为新店立即展开学徒训练计划。目前我们已经透过培训计划确定了四位员工，这是除了从学院里招人之外的，而更重要的是，他们都是内部培训提升的。在我们培训他们的过程中，我们非常鼓励他们去找他们认为合适的模特儿回来，那便可以更加对应他们的需要了。我们的培训远超于剪裁和做颜色；我们覆盖了全面需求，从顾客服务到如何搞清洁卫生都有。我们非常重视培训，以致我们带他们到五星级酒店，让他们感受到何谓五星级服务，这样子他们才会有切身的体会。原本这并不是必须的，但我们相信这样会让他们大开眼界，有更正面的影响。”

去
反思
去
改变

资本持续影响着美业，
要如何摆脱？大湾区正在崛起，
于美业而言大有可为，如何入局？

Norman 徐翰章, Chinology Academy 发哲学院的创始人，职业生涯里获得了众多重量级的称号，是众多美发品牌、时尚杂志、知名艺人追逐的明星造型师。他长年游历于世界各地交流观摩，是英国伦敦沙宣

“Ultimate Master 终极大师”证书的极少数获得者。2006 年在香港成立 Chinology Academy, 教授中国独有的“发哲”剪发系统技术。他在国内发展教育已超过 30 年，既能充分理解中国美业市场，又能保持开阔的世界观，技术理念源于东西方的结合及高品位生活所带来的感悟。

2012 年底开办发哲大师学院 (Chinology Academy) 上海总部。
2013 年 10 月担任 GOLDWELL

“全球色彩大赛”亚洲首席评委。

Norman 集形象设计师及美发教育导师于一身，将 40 年的工作及市场经验融合于独特的教育系统，多年来受学者已经超过 3000 人，他们已成为市场的一脉精英。





Norman 徐翰章
Chinology Academy 发哲学院创始人

摆脱资本的影响

与很多发型师不同，我主修电机工程，后供职于资本与金融行业，始终与富人和资本紧密相连。在这些年中，我进行着逻辑思维的锤炼，完成了从感性到理性的蜕变。我看到了香港美发业与资本的交织，于是我选择转移阵地至上海。尽管如今资本的运作方式不断变化，但其本质从未改变，如今互联网更加速了这种模式的更新，但同时也加速了行业的迭代。在过去的20年中，随着美发行业的不断扩张，在资本的推动下，背负的债务已经成了沉重的负担，这对行业和从业者都产生了巨大的影响！

资本正在影响着中国一线到三线城市的美业发展，其目标是获取利润，但一个成熟的社会需要经历沉淀。事物有起有落，跌倒后重新站起来，我对中国具有顽强生命力的新时代充满信心，特别是在全球网络快速发展的进程中，中国处于有利地位。在快速发展的时代，手工技艺和高质量的人性化服务仍然保持着独立的地位，摆脱传统的商业模式，建立高质量的体验服务是当前的重要任务。在市场低迷时，盲目跟风只会导致两败俱伤，我们需要收缩自我，创新服务和项目，只有在经济困难时期，行业才能真正成长。



在激烈的竞争中，人人焦虑，缺乏耐心去积累和提升。不论是老中青，都饱受这种焦虑的困扰。我凭借金融资本的背景，早已有所准备。作为沙龙老板、发型师、教育者，我们应寻求突破。

扎根大湾区 为未来打基础

在疫情初期，发哲学院迅速将教育基地转移到了交通便利和国家重点打造的经济地标——大湾区。通过减少经营成本，我们得以创新和提升服务质量，制定了长期的教育和经营策略。在经济放缓的情况下，我们为未来的增长打下了坚实的基础。

与北京、上海相比，大湾区的美业环境有所不同。大湾区地域广阔，广州、深圳已经非常成熟，未来可能需要在现有的经济结构上进行筛选和整合。而其他城市人口较少，资源丰富，更适合居住和创业。在美发消费方面，消费者往往不会盲目跟风，而是根据个人需求追求从容和舒适，更加实际地寻找适合自己的设计师或店铺，因此商业炒作的影响有限。北京和上海这样的大城市，社交文化活跃，大型活动频繁，形成了独特的消费文化。

做教育领域的“长期主义者”

我深感中国市场需要一套适合我们自己的发型修剪技术及配套。经过多年的全球学习和深入思考，我制定了一套完整的教育体系和模式，并在上海的中国发哲学院进行了教学。在经营 6 年后，为了帮助学生创业，我创立了 Chinologic Hair 专业发廊，直接向客户输出技术，形成一个完整的循环模式。



发哲学院的在线教育课程独具一格，尤其在疫情期间，我们借助Bilibili 平台进行了 100 场免费的直播教学，为学生和同行们呈现了一场场专业且富有创意的技术盛宴。学院创新性地将原本线下的 5 至 6 天课程拆分为三个部分：线上理论讲解、线上实践演示，以及后期的现场补课。新的课程模式将课程内容精炼为每周三次，每次两小时，延续两个月的课程安排，这不仅增加了互动环节，让学生有更多机会提问和交流，也使得课程内容更为深入和细致。

发哲学院坚持独特的系统化教学模式，即使在现在也仍然保留了线上与线下相结合的授课方式，并在课程结束后提供两年的线上支持，为学习者提供了坚实的后续辅导。在教育的大环境中，许多教育者追求的是名利双收，渴望成为行业的佼佼者以获取丰厚的经济回报，实质上他们更像是商人而非教育者。大多数学院缺乏完善的教育体系，仅仅提供快餐式的

服务，“顾客点单”，教育者即刻满足，这样的教育模式往往影响了教学质量。

实际上，行业迫切需要一个技术精湛、富有创意、具有国际视野，并且愿意无私奉献于学生和行业的教育者或团队，他们能引领教育的革新。对于美业从业者来说，面对经济的低潮，他们需要承担起自我提升的责任。在艰难时期，赚取的可能不再是物质财富，而是声誉和影响力。“长期主义者”应保持冷静，坚守专业，这是对行业最大的责任。

经济暂缓实际上提供了一个深度反思和成长的契机。在繁荣时期，人们往往被快速前行的步伐所驱使，很少有时间进行自我反思和调整。然而，经济的放缓促使人们去思考和寻求改变，危机激发了创新思维，压力也可能转化为进步的动力，因此，经济不景气可能蕴含着机遇。

新媒体营销对美业产生了深远的影响。我并不反对大家使用新媒体工具来宣传自己，但网络世界的炒作手法有时过于强大，它可能误导人们过度沉迷于虚拟世界，花费大量时间，甚至为了追求热点而制造假象。这些偏离了消费者真正需求的行为，对个人长期职业发展并无益处。那些技术实力尚浅的设计师，既担心不参与网络营销会落后，又无法与他人竞争，而感到焦虑。其实，他们更应该专注于提升服务品质，而非过度依赖网络手段。





护发精油

摩洛哥坚果油、橄榄油、乳木果油、澳洲坚果油、杏核油和黑加仑油配合现代先进技术深度滋养头发。调理发丝的同时令秀发光泽闪亮，也可减少静电带来的困扰。

同时也是夏季度假圣品；成分中的油脂可保护头发在夏日高温下带来的灼伤，以及避免游泳池里的氯和海水中盐分及其他成分的伤害。

身体

适用于缺水的肌肤。
在日光浴或全身沐浴后使用。

头发

在湿发上的使用：增强保湿性能。造型前使用可更轻松地打理发丝，也可以有效地防止热源（吹风机、直发板、电棒）对头发造成伤害，令秀发光泽闪亮。

在干发上使用，令秀发闪耀光泽，减少静电产生。

使用方法：
使用前请务必摇匀，
可用于干发或湿发上。

含摩洛哥坚果油
有效滋润头发与身体
适合任何发质

根据需要可每天使用
平均 pH 值——6



对头发进行化学处理前：

可以将其直接添加到颜色配方中，以改善头发状况并增加光泽度。

添加在发膜中：

配合我们的发膜使用可以显著修复发丝结构，并增加头发的丝滑度，头发闪闪发光。



官方网站



销售网

唯美 唯关爱 丰盛人生

ICD 中国回忆片段 (之三十三)

2015年, 9月的日子过得特别紧凑。

“星光之夜”中国代表团的成功, 让大家带着满满的赞美、欢呼、鼓掌和喝彩离开巴黎。那一声声“China”, 还有彼得·鄂克斯郑重且兴奋的那句话: “如果今晚接受报名去上海, 至少有 500 人。”萦绕耳畔, 浮泛脑海。其实又何尝不是沉重的责任, 甚至是压力呢?

我们送陈敏正去吉维尼参观莫奈花园, 缅怀一百多年前浮泛在水面的睡莲, 那光、影、色彩。艺术家对先辈的致敬, 正如我们的国际朋友一样, 要亲身体验中国, 要亲自踏入上海, 追赶上海这一日千里的速度。

我借了三天时间到比利时和荷兰, 探访一些业界老朋友, 顺便享受欧洲小镇的明媚和安静。

回香港了。香港的朋友为我庆祝 75 岁生日。有些是认识了六十多年的中小学同学, 有些是业界知交朋友, 当然还有香港 ICD。

根据日程表, 我必须抽时间去医务所。大学时代在桂林被检查出患上肺病, 回香港治好之后, 仍定期作身体检查。

报告出来了, 医生告诉我, 病灶的阴影有扩大迹象, 尽快到医院抽组织作详细检验为好。



但我得赶在 9 月 23 日前回到上海。2014 年在郑州中国发博会上, 我们 ICD 中国与中国轻工工艺品进出口商会商定, 共同主办第七届中国发博会。

当时乐嘉放提议中国发博会移师到上海跨国采购中心, 举办“中国发博会暨 2015 年 ICD 上海国际发型时尚周”。合作为期五年。我们没有签署任何协议合同; 信任是成功的基石, 这是我们 ICD 中国的文化。

ICD 中国协助宣传推广, 并组织国际及国内的知名发型艺术家们作专题表演、讲座。同时, 我们也邀请与美发有关的国内外知名品牌支持这次活动。

我们非常了解, 发博会到了上海, 一定会在规格和规模上有所突破。

三天的发型表演, 配合着全国, 甚至是全世界的假发制造商的展览, 可以说是前所未有。掀起发博会发型时尚表演帷幕的是瑞贝卡发制品公司团队。

从人发收购商贩到上市公司主席，郑有全董事长的心路历程足以成为哈佛MBA的教材。我和他认识于20世纪80年代。业务上的往来不算太多，但合作愉快。记得他开着卡特勒大房车，指着前面一大片已平整的土地，对我说：“我要在这里建一批别墅，供我的员工居住。”当时，这种超前的想法实属罕见，而他实现了。

他是走出国门的假发业先驱，打破了韩国的市场垄断，推出中国著名品牌，甚至带动中国的假发制造业冲向国际市场。

这次他们的表演队伍，以“真发·童话”为题，五彩斑斓，婀娜多姿，特别针对中国时尚消费者和高端美发师的活动宣传，反响极佳。

消费者与生产企业互动互利，是我们ICD中国全力支持发博会的原因之一。

9月24日晚资生堂的颁奖典礼，和25日晚的“露新兰闪耀之夜”，都是由ICD以“艺术会说话”为主题，展开宏大壮丽的发型演绎。

两天的表演阵容可以说是空前。我想只有四年一次ICD全球大会，才有如此的表演嘉宾人数和资历。除了中国ICD大师外，我礼聘日本的七条庆纪、加贺歆章、小松利幸和古里，欧洲的彼得·普菲斯特、马克·迈克尔·门登和贝蒂娜·弗兰克，还有法国拉菲尔·派瑞的冠军团队到上海支持我们。加藤、豪曼也来了。

七条庆纪已多次来中国表演了，但每次都在突破。他以日本关西的古风、强烈的色彩，给予观众视觉享受，已不仅仅是发型艺术了。大阪城的粗犷与京都的纤柔，商业与艺术，力与美的结合。



法国拉菲尔·派瑞表演团队



ICD 彼得·普菲斯特



彭锦钊与轻工商会会长张杰

拉菲尔·派瑞是许小东的好朋友。我们在巴黎匆匆一叙，曾希望他能为我们中国展示他的美发才华。非常感谢许小东，拉菲尔·派瑞和他的团队终于在ICD中国的舞台上展现他世界冠军的精彩和魅力，台上模特儿展现的全是国际时尚杂志的封面造型。

奥地利的彼得·普菲斯特带来维也纳的旋律，他运用剪刀的手势，就似细腻柔和的“多瑙河的波浪”，令人赏心悦目，沉醉其中。

乐嘉放的沟通能力以及指挥魄力，会长的掌控与管理，在这次发博会尽显无遗。

作为上市公司的高管，许小东在百忙中飞到上海，担当乐嘉放的助手。他的工作能力及亲和的性格，使他第一次投入中国大型发型师活动中，便融入发型师圈内。



许小东与乐嘉放

ICD中国最大规模的颁奖典礼，是表彰我们ICD会员为会务、为行业、为社会所做的贡献。全场的掌声，是给予的鼓励和认同。



彭锦钊

ICD中国创会会长
香港职业训练局荣誉院士
2021年OMC全球终身成就奖得主

意大利专业品牌



VINCENT.H



官方网站



销售网



让
更
美丽 健康



EDIZIONI ESV
Via Cavour, 50
10123 Torino (Italy)
Tel.: +39 011 83921111
Fax: +39 011 8125661
info@estetica.it

ESTETICA 艾絲
renee@esteticachina.com.hk
www.esteticachina.com.hk

AXOCEL Tech

IFC-001

SASAKI Professional

002-007

PS GROUP

008-017

CALECIM® Professional

018-020

Salon International

029

Alternative Hair Show

057

VINCENT.H

099

VINCENT.H

102-103

NULO VIDA

IBC

LA BIOSTHETIQUE

BC

TO SUBSCRIBE

e-mail: renee@esteticachina.com.hk
online: www.esteticachina.com.hk

 CONFINDUSTRIA
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

 aipp
PRESSE COIFFURE

 EXCLUSIVE
BRANDS
TORINO

nulovida

綠敏特 | 清潔護理頭皮洗髮皂

中草藥及天然植物提取物
+
瑞士技術

含天然成分洗髮皂，清爽保濕，能溫和清潔和滋養頭皮及頭髮。

配有專利MAXnolia O™和AnaGain™成分，
有效改善頭瘡，頭皮炎，頭皮發癢、頭油過多和頭髮斷裂狀況。敏感頭皮適用。



如索取試用裝，請聯絡以下經銷商



香港 Gentclub | 電話/WhatsApp (852) 2628 0800 | 網址 www.nulovida.com

中國 廣州花朗傳媒有限公司 | 電話 (86) 185 8889 2032 / (86) 133 0222 9570

nulovida

Sports Club

LA BIOSTHETIQUE®
PARIS

The La Biosthétique trend collection spring-summer 2024.



JONA
摩登
主义



JANA
混搭
艺术



ILIANI
复古
回潮



贝伊丝，法国专业高端沙龙级品牌。

1948年由生物化学家Marcel Contier创立于法国巴黎。

七十几年来只服务于贵族阶层，凭借着优良的产品品质在欧洲贵妇圈口碑相传，成为欧洲old money们专属的定制奢护品牌。