

郑诗慧

**你**是不是已经加入“Recessionista”的行列？

“Recessionista”这个新流行词汇指的是注重打扮，但不会过分花钱在化妆品和美容服务，即花最少钱来达到最时尚美容效果的族群。

最近 Eva Longoria 出席 Golden Globe 颁奖礼时就指出，身上的钻石手饰是商家借给她的。她说：“现在经济衰退，因此不能太奢侈。”

根据 Nielsen Global Consumer Confidence Poll 的调查，新加坡人已开始感受到经济衰退带来的冲击，并开始谨慎消费。这意味着新加坡消费者可能会减少在美容方面的消费，又有或者消费者可能倾向大众廉价美容品牌（mass brand）而舍弃奢华品牌（prestige brand）。

**大众品牌崛起**

受访的五个奢华品牌中，有四个品牌透露销售额呈现放缓的趋势，仅有一家的销售额仍见增长。相反地，大众品牌依旧受到消费者青睐，销售额保持平稳，不受经济萧条影响。

中高档美容品走势低靡，给了大众品牌一个崛起的机会。去年10月入驻新加坡、由 Shiseido 发行的 Majolica Majorca 就不受经济下滑的影响。此外，ZA 的销售表现也良好。

这两个品牌的营销经理 Jennie Ng 说，新品牌能刺激消费，因为消费者喜欢新的尝试。她说：“消费者现在的心态是想花同一笔钱买到更物有所值的东西。这对信誉好的美容品牌来说是个契机，因为消费者可放心购买价格不高，品质又好的产品。”

shihui@sph.com.sg

经济放缓，美容业受到冲击，中档和奢华美容产品品牌会不会输给大众品牌？

# 经济不景也得“保住”面子



呵护肌肤：经济不景气，消费者在选择购买美容产品时，会更加小心谨慎。（Shiseido / La Mer提供图片）

## “美容大牌”怎么说？

**La Mer：消费者变得更谨慎**

La Mer 高档护肤品牌营销经理 Cynthia Ng 说：“在过去的岁末佳节，我们的销售额和前年同一期相比明显下降。因为经济变差，消费者在买护肤产品时会比较谨慎。我想，他们在购买前会先问：‘我是不是真的需要这个？’或者‘我投资于这项产品要如何获得最大的好处？’。”



Clarins 市场传讯公关经理陆韦君



## Recessionista美容省钱贴士

经济前景不乐观，一些消费者混合使用不同价位的化妆品和保养品，以达到省钱的目的：

❏ 传讯公关副经理 Winnie Kok 多年来使用售价一罐约 \$300 的保养品，并无意尝试别的选择。但在化妆品方面，她没有使用特定的品牌，不介意使用低价位的眼影和睫毛液。

❏ 自由设计师 Evonne Ng 也非常注重保养品，不愿妥协。“因为我相信好的保养能让化妆得更好看，如果你有粗大毛

孔和青春痘，妆也只能遮盖一部分。”

❏ 在银行工作的彭丽琳对惯用的价格在 \$50 以上的产品感到满意，而且不敢随意更换到低价位的化妆品和保养品品牌，因为怕皮肤不适应会出现皮肤问题，得不偿失。

❏ 记者建议在购买保养品前要求试用，这样能确保产品适合自己的肤质。尽量购买美容公司推出的折扣礼盒配套，以折扣价买到更多产品。

## “美容大牌”如何面对经济“寒冬”

❏ Shiseido：“整个行业在今年会面对同样的困境，以我之见，这提供了空间让我们提升品牌在市场的地位。”

❏ La Mer：“我们会和忠实顾客建立密切关系，与他们沟通，多了解他们所需的经营模式。同时，我们会推出全面的营销策略推销新产品。”

❏ Clarins：“我们一向以优质服务著称，但我们还是会在这方面继续求进步，以留

住流失的顾客。我们要以好服务赢得顾客的欢心，确保他们买到满意的产品。就算他们不买，我们也提供咨询和传授专业的产品知识，让他们留下深刻印象。”

❏ 主张自然疗法的 Natural Therapies Centre 负责人 Dr Sundardas DA 说：“这个危机会让竞争激烈的美容行业分出高下。日后美容行业将出现另一种新趋势，就是针对性、更专业化的治疗。”

# 美肤医疗业前景乐观

美肤家庭医生和皮肤专科医生对今年的美肤医疗服务前景感到乐观，认为经济不好并不会对美肤医疗业带来太大影响。

### ❏ 花钱美容比买股票更有价值

因受到金融海啸席卷本地的影响，Pacific Specialist Practice 美容皮肤专科顾问医生袁沛珊的顾客在10月和11月份下滑了20%，当中一些顾客是从海外来本地求医的“医疗游客”。

但袁沛珊医生说：“12月和1月份，顾客回流，因为大家

都收拾心情过年，要以最佳容貌示人。”

袁沛珊医生的诊所与信用卡及银行合作推出长达12个月免息分期付款，希望吸引更多顾客。

袁医生说：“我看好今年，因为无论经济如何，如果顾客皮肤出现问题，他们还是想解决。外表得体，自信会增加，因此花钱在美容，比花钱

买股票更有价值。”

### ❏ 流失外籍专才顾客

The Sloane Clinic 总经理刘嘉琳医生说：“高收入专业人士或多或少会受到金融海啸影响，但我的顾客群依然稳定，他们多数不会觉得保养肌肤的费用大。但由于一些外籍专才已离开新加坡，我也流失一些顾客。中等入息的顾客也会减少，因为他们的预算较吃紧。”

刘嘉琳医生也发现一些顾客取消做费用高昂的拉皮手术，选择价格较低的注射治疗，如打肉毒杆菌和 Restylane 填充物；不做镭射治疗而只做 facial。

### ❏ 护理依旧很重要

开设 TLC Healthy Lifestyle 诊所的李小娟医生透露，她的顾客，包括工作人士、有暗疮问题的学生和家庭主妇。她表示今年可能面对业务放缓。

“现在是非常时期，很多顾客不想拿假来做需要几天康复的治疗，尤其是入侵式治疗。但有顾客告诉我，护理很重要，如果必须节省，宁可少买奢侈品。”

### ❏ 病人不会随意换医生

Mount Elizabeth Medical Centre 专科诊所皮肤顾问医生陈爱霖指出病人人数没有多大改变。“因为我和病人之间经过时间建立起对彼此的认识，因此他们不会随意换医生。”



袁沛珊医生



李小娟医生



陈爱霖医生

### Clarins：顾客变得更挑剔

以天然成分为卖点的 Clarins 也面对销售放缓的情况。市场传讯公关经理陆韦君说：“以过去的圣诞节为例，消费者以前可能买四五套圣诞化妆护肤品，可是现在只买一两套。”

她认为，消费者变得比较挑剔，并且更慎重消费。她说：“现在的顾客只买需要用到的，而且他们要觉得产品物有所值才会打开荷包掏钱。”

### Shiseido：营业额报捷

Shiseido 新加坡总经理横山裕之却表示公司整体上并未受到经济不景气的严重影响，营业额还报捷，第三季更呈献出低双位数增长，第四季保持增长。

“我觉得美容业并不会受到太大的冲击，因为我们的产品与汽车房子等大手笔物品相比，并不算昂贵。现在我们最大的挑战是日元走势强劲，因为多数的产品从日本进口，进口价高会影响盈利。”

#### 我的字典 HELPDESK

❏ 奢侈 shē chí: Extravagant

❏ 挑剔 tiāo tī: Fussy

❏ 慎重 shèn zhòng: Cautious

+

CMYK