

# 不推销不办卡的 Tony 理发师傅 也能开店 30 年

在上海,有这样一种理发店,没有价目表,也没有推销,客户粘性却很强。他们在 90 年代开始个体经营,经历了理发店向连锁发展的时代,却依旧维持单店小本经营。维持这些理发店的,除了手艺,还有一种刚刚好的氛围感。

## 一

“阿拉江桥过来的。”

“我周浦过来的,乘公交车调地铁,18 号线转 2 号线,过来要毛 2 个钟头。”

位于外滩后街元芳弄的“明丽美发”里,多的是这样从上海各区来的老主顾。她们多是 50、60 后已经退休的阿姨。

当然在年龄这场 pk 赛中,50 后还太年轻。

“30 后也有。前两天来个老奶奶,99 岁来烫头发,精神好得不得了,卖相哈好,儿子开车从虹桥带过来的。”

上海阿姨爱美,不管什么年龄,头势清爽顶顶重要。

理发店的老板周明丽是 70 后,扬州人。1994 年,她在附近机电局内部的理发室上班,后来单位取消理发部门,她就在附近借了这间店面,开始个体经营。店内还有 3 个理发师,两个是她妹妹,一个是她姐夫。

上海小店难做,租金高企,但周明丽在 30 年时间里积累了稳定的老主顾。这些老主顾从上班到退休,一只头都交给了“明丽美发”。

要问 30 年最大的变化是什么?

不是发型,不是装潢,而是节奏感。

“十几年前,都是上班的客人,在后头催,急死人啊。现在伊拉自由了,随时随地好来,阿拉自家年龄也上去了,都相对慢下来。”

有条不紊是明丽美发的特色。虽然这里不执行预约制,但阿姨们从年轻时代的“打工仔”到退休状态,变沉稳了,愿意等。

周浦阿姨 11 点到店,周明丽正在帮别人烫头发,12 点才能轮到她。等待时间她去附近逛逛。

用周浦阿姨的话说,总归是“一天辰光”,毕竟来回需要近 4 个小时。

像这样怀着“上海一日游”心情来美发的,不在少数。

江桥阿姨当天带着婆婆一起来美发。江桥阿姨是老客户,原先住在附近江西路,动迁

后去了江桥,但回到元芳弄理发,是固定不变的习惯。

“带阿婆一道出来,像旅游一样的,烫头发、吃饭。”

而在这种几十年的主顾情里,还有弄堂邻里的意味。

江桥阿姨理发期间,婆婆坐在理发店的内间,吃起了理发师三姐妹做的家常菜。

“阿婆肚皮饿了。吃吃饭,不要紧的,像自家人一样的呀。”周明丽的妹妹说道。

这样的场景一直在明丽美发上演着。

中午时分,一位戴着淡染色墨镜的时髦阿姨进店,理发师在忙。她很自觉地去隔壁大壶春吃饭了。

“依吃伐?我帮依买。”墨镜阿姨对理发师说道。

“阿拉有饭的呀。阿拉大壶春吃够了。”

“我没够。”

几分钟后墨镜阿姨提着大壶春的外卖回来了,她没有堂食——多强的归属感。

征收前顺昌路上的和平美发厅也是这样。熟客们都是直接进店,坐下,无需多言。烫头发时,阿姨熟门熟路地拿起一包发卷放在自己腿上。她往后递一个发卷,理发师傅在她头上卷一个。

窝在乌鲁木齐南路小弄堂里的“阿根廷美发”,也有这样自助的氛围。

蔡亮(化名)一次经过的时候,没有负担地直接走了进去,“就是看起来没什么距离感的理发店,那种‘正经’Tony 我感觉害怕。”

“一个阿姨带女儿来剪头发,老板一个人在忙,阿姨自己动手给女儿洗头,还给小孩罩好了披肩布。然后开始和老板聊股票。剪头发 58 块,老板话不多,我不主动,他不主动,太完美。”

熟了可以开口讲两句,不熟不用交流——这是 i 人(内向的人)理发的最佳选择。

## 二

“明丽美发”是一家在百度地图上都找不到的店。

也没有经营自己的“大众点评”,店名条目和寥寥几条点评,都是年轻一些的客人自发建立的。

“我觉得不需要推广。再推广,阿拉来不及做。”

即便是在这样一个居民渐渐变少的区域,明丽美发的客户也很稳定。有早前在附近上班的人,也有原先附近的居民,他们靠着口碑相传的古早传播模式,又带来了更多的客户,支撑起理发店的正常运转。

所以,综合店的办卡模式,在这里不存在。它不需要用一张预付卡拴住客户。

但客户却会一次又一次自动前来,并且还自动“推销”。

“老板娘不叫我们来,我们自己来的。”周浦阿姨是被自家姐姐推荐来的,姐姐在这里做了二十几年头,最初也是好朋友推荐来的。

周浦阿姨曾经在文峰这样的综合店里办过卡,文峰之前,她在街边小店做头发——这是“明丽美发”不少客户都走过的理发路径。

综合店要推销办卡,街边单店在日新月异的上海生存空间狭窄。最终,那些不想被推销,又不想频繁更换理发师的客人留了下来。

店内一位中年男士陈理(化名),默默听我们聊了半个多小时后,忍不住有话要说:“他们能够立足,我感觉很重要一点,就是人

情味。”

陈理还没退休,随着单位搬到附近,他在“明丽美发”剪了五六个年头。他趁午休时间来理发。这里的每个理发师他都“认证过”,是可以交付自己头发的水平。

他居住在控江路一带,原先那里也有他“认证”过的理发小店,“认准过的人家都搬走了,沿街店面,租金太贵,做不下去回老家了”。

综合店陈理也去过。“阿拉老婆办的卡,现在都不弄了。他们要推销办卡,而且一直换人的。不像伊拉这里,很固定。”

事实上,不少去过综合店的人,最终卡内余额没用完,就不想去了。“(每次)还要担心、应付伊拉推销。不想被伊捆绑牢呀。”

陈理是一个喜欢固定感的人。他甚至反问我们:“你们不认准吗?”

“其它地方不敢去剪呀。阿拉屋里门口也有发廊的,不敢剪呀。(新店进去)还要重新熟悉。发廊的人,也在一直变化。他们年纪比较轻,可能跟我们也不一定契合。”

从陈理走进“明丽美发”的一系列动作,我们可以理解他的“不敢”。

他莫不吱声走进店里,找到空着的那把椅子,然后戴上耳机开始玩手机,不问,也不急。直到周明丽的妹夫吃完饭走向理发椅。多么符合“社恐”的一套操作啊。

洗剪吹只需要 35 元,单剪 25 元,染发两三百,烫发两百到四百元不等。即便店内没有价目表,老主顾都熟稔于心,也不担心被宰。



## 三

“陈程发屋”也是一家没有点评的小理发店。

我们会发现它,是今年春节寻找“魔都年味”时,看到陕西南路一个小弄堂口挂着一串香肠。不成想香肠的主人没找到,却发现了弄堂口的这家理发店。

那一天,它像弄堂口的烟纸店一样,是“八卦”的集散中心。弄堂里的阿姨推门进去,开口就是一句:“依晓得伐……”然后和正在忙碌的理发师分享了自己获得的最新信息。

一年后再来,店内没有阿姨,只有一位爷叔顾客。

在日新月异的上海,这一年,理发店一点都没有变化。

而玻璃门上的字体显示着,它或许几十年都没变过。“快 30 年了。‘发’不能动,一动不发了。”

店里的装修也维持在 90 年代的模样,角落的洗头池就像小时候洗头的样子,需要坐着,把头低下来,而非仰头式。

和明丽一样,老板也是“简单粗暴”地用自己的名字做了店名。

1994 年,陈程从国营的宛南理发店跳出来,准备自己开店。

那是个体理发店如雨后春笋般冒出来的年代,1980 年代末开始,芳芳发廊、丽丽发廊、莎莎发廊、艾娜发屋、嘉美发屋、丽娜发屋等各种名字洋气的理发店开遍了上海各区,在 1989 年就达到了 600 多家。

那时 30 岁的陈程是头脑活络的小青年,他在国营理发店学好了全套技术,对于自己开店,心里不慌。

要知道,当时收入分配不均,是让理发师们纷纷变个体户的主要原因。

《文汇报》在 1989 年一篇《美发大战》的分析报道中指出:“国营理发店的美发师从早忙到晚,一月工资带奖金只有 150 至 300 元上下,而一个个体户美发师收入却起码在 1000 元以上。”

朋友给陈程介绍了陕西南路这个原本是烟纸店的店面,房租 1000 多元。那是对面百盛的手脚架还没拆,它要两年后才会正式开业。

即使没有商场加持,这一条弄堂也是相当热闹。卖鞋、卖报、卖碟的小商贩挤满了弄堂口。等到 2000 年襄阳路市场开出来时,马路热闹得天天像在排队,还给陈程多带来了一些“黄牛”客人。“他们一边剪头发一边会

讲,赚了多少钱。”

当然,这样一家社区理发店,更多的客人还是周边居民。有住在对面弄堂的老太太,98 岁了还走过来烫头发,也有 105 岁的老先生,走过来剃头。

“旁边再开家店,要做到我的生意也比较难,因为每个人都有自己的发型师。”

认准了,就有那种安全感,知道理发师会把你的头发弄成什么样,也知道,一次理发自己要付出多少钱。

陈程理发店同样没有价目表。“剪头发 35,染头发 100 多,烫头发 200 元以上。老顾客都知道。我们没有套路。”

“套路”的经营模式,陈程也曾去尝试过。

如果说 1980 年代末是个体理发店蓬勃发展的年代,那到了 1990 年代末就是综合连锁美发店大发展的时代。

1997 年 12 月,文峰在上海开业,1999 年,永琪成立。之后名发、名都、金典年代、华都等美发美容连锁企业纷纷开业。

陈程也去挤过闹猛,和朋友合伙开了“风范”,但最终还是让文峰永琪等收购了。“我还是回到这块小自留地。”

“自留地”曾经有好几个员工,除了陈程,还有他的徒弟。不过徒弟现在都走了。最得意的那个徒弟,通过技术移民去了澳大利亚。

现在,店里只剩陈程一个人了。

30 年的时间,也让他和房东成了一种接近亲人的关系,房租没有涨得很狠,“不过可能会拆迁。”

如果没有城市发展变化,这家店会开到他做不动为止。

和陈程聊天的功夫,烫着小卷发的弄堂阿姨已朝玻璃窗内张望过几次。等到我们走出小店,憋着一股劲的阿姨爷叔们一下子“炸锅”了,弄堂热闹得像考试结束一样。

他们揶揄起陈程:“依上抖音啦?”“赚钞票啦?”

9 年前,我们曾经写过《是什么让我们总想说理发店的事》。回头看来,当时的感触依旧符合当下:

在一个变化迅速的城市,安静、可信任的场合不多了。

如果氛围足够值得信任,除了发型的故事外,更多是人和人的关系,人和人的故事。