

發現東區新魅力，體驗藝術好生活。



一年之初從「頭」開始!



- 數字報告：170家東區髮型館分析
- 細看東區：三大帶頭髮力無邊
- 東區，頭頭是道：百位設計師大集結



二、品牌有搞「頭」：

近年，對話是趨勢，混搭是必需，髮型市場也是如此，看跨界新「頭」路激撞的火花。

【肯雲AVEDA Salon】

自然理念，有機延展。

你或許喜愛AVEDA的商品，但不一定知道品牌創辦人原是髮型設計師。或許經由口耳相傳，邂逅AVEDA的經營理念，但不一定知道最早研發的保養/造型品就是從頭開始。全球AVEDA品牌，產品大多以頭為強調。在美國形成不只賣商品的氣候，更開發關心你頭頂事務事的髮廊，打理毛髮大小事。

2003年有機熱潮蔓延到台灣，第一家大店THIRD PLACE髮廊的成立，肯雲AVEDA為台灣的美髮圈提出精采的變化球，不僅改你的頭，也一改你過去乾等的心情：從一進門開始的奉茶儀式，到頭皮精油按摩，提供細膩的個人化服務。髮廊內不定期的髮文展覽，頗有知新氣味。換個角度來看，髮廊就是態度交換的基地，包括你的外在與內在。

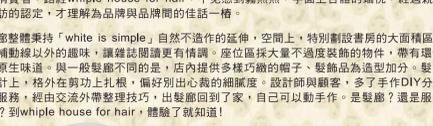
近幾年的年度潮流是學院風，2008年策劃的美髮設計學院，提倡風格的養成，培養有文化素養的生力軍，讓美髮的體質改變。位於仁愛路四段巷子內的Northstar，這個客人眼中小而精美髮廊，是肯雲人的直升班，也是你能最直感感受到設計師的優質所在。

【whiple house for hair】

服裝品牌和美髮尖兵聯手，混血兒的輪廓讓人印象深刻。

whiple與mod's hair兩個品牌，一個以服務為主，一個以髮型設計為主，標展日系血統的品牌，經由代理運洋來台。由兩位原班最熟識的朋友分線經營，名氣跟表現成正比。我們常會說：朋友彼此間的負責會有幾分神似，或是，對事物的喜好也會交集。whiple品牌流露的模範感，同為mod's hair負責人尋求的風格標準。成軍10年後，mod's hair期許能有消費者，踏踏whiple house for hair，不覺感到鬆懈款，字面上合體的確保，經過親自造訪的認定，才理解為品牌與品牌間的佳話一樁。

髮廊整體秉持「white is simple」自然不造作的延伸，空間上，特別劃設書房的大面積窗，填補動線以外的區域，讓雜誌閱讀更有情調。座位區採大量不過度裝飾的物件，帶環保的原生味道。與一般髮廊不同的是，店內提供多樣細緻的帽子、髮飾品作為造型加分。髮型設計上，格外在剪功上扎根，偏好別出心裁的細膩度。設計師與顧客，多了半作DIY分享的服務，經由交流外整理技巧，出發回到了家，自己可以動手作。是髮廊？還是服裝店？到whiple house for hair，體驗了就知道!



小學生畢業生髮的自然美，畢業生髮的自然美，畢業生髮的自然美，畢業生髮的自然美...

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

寫在前面

俗話說的好：好的開始是成功的一半，但怎麼先及格這50分，小學生都明白要像唱歌取一樣，在最後一句實一截。一開始持續的高音中完美結尾，然後接受掌聲，開頭的功夫得下足然後持續。是成功的不二法門，在老祖先的寶典裡，「頭」不僅是智慧與思維的總樞，更是精神上的信心，「有頭有臉」當就不是羨與隨街老益可以用的成語，起頭的風水、心情、後勢與成就都是成功人士必修第一課!

一年之初怎樣才有換頭?自信滿滿有頭有臉的挺胸闊步?道理很直白，就是先從修繕門面作起，有了清爽夾帶空氣感的三千髮絲，煩惱盡拋。透過專業的修、整、染、燙，背後也可以幻化出俏皮的剪影，在東區你可能手裡沒有一兩組設計師的電話，更不可能不上這預約的就開門營業，想要隨便的躺下洗可要找地方，連鎖型的手也許才能應付，套句老師說的話，好的設計師帶你去天堂，糟的設計師讓你住病房，現代人的有型成份一半天生，一半看打點與後天努力，想想在自信上強表，除了口說無憑的髮型展覽，再就是相信專業。

從「頭」開始，一路響關的讓人想落實，感覺就是人生可以歸零從新開始，拋開過去沉重的陰霾，藉從這遠離塵世的修到去虛存實，讓思路的外腦有一種想法和態度，變格、更貴、更上色，要挑起注目的刀工和角度，任君各憑本事這就是主張。

而媒婆報在這樣的態度中，也企圖展現我們另類卻穩步的整理和心思，相信無論怎一份出版、一款宣言、一篇社論或是一欄廣告，態度上與人看的起碼都要有辦法的計畫，如果沒有高瞻遠矚，最起碼也不能炒冷飯，在這種了悟之下，我們的編輯群很有規劃的將這一年的四季刊，在從頭開始的氣氛當中，打定要連綿播滿一期，掏出藏身於東區的英雄好漢，找出誰料理了門面，誰又是專門整個人群的脾胃師，由一位專業修頂上功力的能人主，迥招各人趕上工夫，讓新的一年「頭」是道，也就稱理出「頭」緒，成為「頭頭」情! 媒婆編輯部



阿羅檔案
出生地：富邦藝術基金會
東區實歷：10年以上
特殊專長：鼓勵藝術和生活對話，空間和藝術美感變遷，城市被品味者追求，在匆忙的東區和你之間，透過「頭」中的「神念」，締造現代版良好佳話。現身頻率：每二個月出刊一次，提供兩面思考，正面轉關老師怎麼說，背面善意地讓你按圖索驥，親自走訪。

三、東區獨門手藝：

一級戰區的獨門手藝，口硬裡住基本盤，春秋戰國都不怕!

【HC hair culture】

明星名媛的造型顧問，「頭」號人物常出沒。

根據報章雜誌的統計，「星」角落，不外乎是知名的藝叢、時髦的服裝店等，而HC hair culture髮廊，是東區深具指標的盛地，明星名媛們最常出沒的店。東區換新氣象，店內當家的Benny，可以說是首屈一指，港台內地數不清髮型界人士，都把他換過、賞賴、稱富城、稱燕安、稱芸芸...

成為王儲點狀的招牌，有著自求其高的個性和早熟的內在。投入香港美髮學制，當學徒時，比別人埋首多一倍的時間學習，講究實戰經驗，19歲就拿下設計師的封號。20歲來台，先融入台灣本土連鎖体系的髮廊觀察大環境，當個打工仔，再帶著扎实的技術本位啟程，一路攀升到高級髮廊，提升知名度及人脈。

Benny說流行有3個面向：服裝、彩妆、髮型，缺一不可，每一個區域都可取材的元素作為設計的關鍵靈感，他最常玩「集體創作」，和不同領域的時尚工作者交流想法，讓獨一無二的美感有加成效果。髮型的變化幅度，也按照顧客的特質與需求，採量身打量的觀念，而不是套用公式。重觀點構髮型的設計，必須根據服裝的風格、出席的場合來思考，名人與名人就有不同，一個是要在既定形象範圍提供資訊，一個是甩掉框架大玩戲劇張力。

美感的獨攬力，在Benny身上自然天成，一個假光幕上的髮型，把美用得淋漓盡致，這就是他獨家的吸引力。

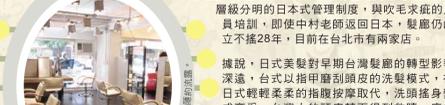
【中村龍馬髮藝】

服務至上，溫柔細膩的日系手藝。

歐風風格環伺的東區，中村龍馬以日式服務與細膩手藝突圍。據說，日本設計師中村龍馬受邀請到海島，緣起分明的日本式管理體制，與吹毛求疵的個人員工訓練，即使在中村老師返回日本，髮廊仍屹立不搖28年，目前在台北市有兩家店。

據說，日式美髮對早期台灣髮廊的轉型影響深遠，台以指甲刮到頭皮的洗髮模式，被日式較溫柔的指腹按摩取代，洗頭後身體內用的日系系髮品，比起歐美髮品效溫和、不傷毛髮。尊重顧客對頭髮長短的要求，講究細膩剪功，重視顧客體驗，持久度。

店內內部有一套完整培訓的管道，目的是保持專業感的服務，除了日常價格訓練員工，每4個月進行晉級考試。計畫性佳育新入行設計師，鼓勵資深設計師前往日本上課、研修，無論如何，總是展覽的流行產業，唯一不變即為美感與技術的無止盡提升。



中村龍馬髮藝，服務至上，溫柔細膩的日系手藝。

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

一年之初從「頭」開始!

東區數字報告 一探東區髮變與髮量

行闊大街小巷，意外發現美髮業也是東區大眾行業別之一，阿興明暗造訪100多家與髮相關店面，差一點忠孝東路走九遍，取得髮廊大力作答的有效問卷100份，為您分析東區髮變實況。(範圍以敦化南路與忠孝東路交會區域，計900餘間各類店家)

髮「量」統計：

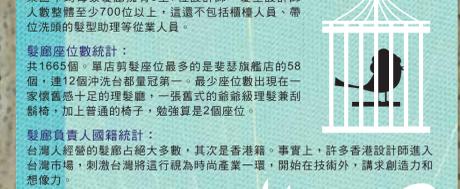
髮型設計	假髮/接髮	生髮/健髮	其它	Total
111	4	3	2	120

東區髮廊報數：平均都有10年歷史，最長的是開業43年的白雲髮廊。其中，兩成是連鎖店或有分店，其餘是單店經營的模式，也是東區最常見的髮型型態。

髮型設計師數一概：東區平均每間髮廊擁有6至7位設計師，髮型設計師人數整體至少700位以上，這還不包括髮廊業、帶位光臨的髮型助理等從業人員。

髮廊座位數統計：共1665個。單店剪髮座位最多的是斐瑟旗艦店的58個，連12個沖洗台都量冠第一。最少座位數出現在一家僅備有十個理髮位，一張靠式的櫥櫃級理髮髮廊椅，加上普通的椅子，勉強算是2個座位。

髮廊負責人國籍統計：台灣人經營的國籍占絕大多數，其次是香港籍。事實上，許多香港設計師進入台灣市場，刺激台灣將這行視為時尚產業一環，開始在技術外，講求創造力和想像力。



髮「質」統計：

從助理/實習師晉升髮型設計師需要幾年?
47%的店家，大約三年至三年半以內能夠出師，其次，28%只有兩年兩年半年，不過也有25%的店家回答需要4年。

是否由科班直上髮廊當助理?
幾平所有受訪者都認為，不見得需要科班出身。據調查美髮相關科系畢業生大概只有30%入行，最後能在競爭激烈的美髮業生存的剩無幾者，科班出身最後僅有不到一成的人留在本行。與

升級的挑戰?
須通過店內美髮技術考試、剪髮機基本考驗、與談吐台風溝通能力，其次外型與穿著美觀，時時敏銳度等等。最後，不得指定顧客的隨機考試是晉級的

流度才是設計師晉升準設計師的條件。

您的消費喜好：(複選)
1) 什麼因素會影響您是否成為某家髮廊的忠實顧客?
64% 設計師的意見
39% 服務友善
33% 價格公道
33% 設備齊全
23% 環境優雅
23% 交通便利
23% 收費合理

2) 您會擔心在髮廊遇到哪種情況?(複選)
61% 朋友推薦
59% 毛屑不乾淨
59% 時間不準確
45% 服務不週
45% 設備不齊
45% 收費不透明

3) 您換髮型時的參考主要是：
64% 設計師的意見
23% 網路髮型圖/流行雜誌
15% 親朋好友意見
8% 依顧客自己的髮型

關於您的頭變觀：
1) 您對於自己髮型的態度是：
15% 覺得好看就好
15% 不是很有意見
32% 重視評價，周圍的人覺得好看就好
23% 關意專業，常換新髮型
59% 覺得沒型

2) 您依個人經驗，曾經在何種情況下，會非常想要換一個新髮型?
20% 頭髮長了
23% 頭髮變乾，常換新髮型
5% 剛換完一段關係，工作或感情
16% 結果一階段關係有結的斷了(工作或感情)
20% 頭髮變乾，常換新髮型

關於設計師：(複選)
1) 您選擇設計師的標準是?
2% 是否為後男美女
6% 價格便宜就好
7% 其他
23% 沒有特別標準
23% 了解設計師年資/經歷
28% 了解設計師專長的髮型
36% 觀察設計師的整體造型
46% 無論如何，先合作一次試試看
61% 朋友推薦

2) 一筆生意(包括傳、剪髮、燙、染、護髮等)的單價，您覺得在東區屬於什麼等級?
61% 貴
39% 中等
23% 便宜
23% 合理

3) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

4) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

5) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

6) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

7) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

8) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

9) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

10) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

11) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

12) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

13) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

14) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

15) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

東區現場 FOLLOW ME，髮滿「密」

髮型VS.心情大調查：
媒婆，向來不會只聽一方說法，透過東區實體店家，以及網路上大力蒐集200位消費者的髮型觀感心情，給您一些髮型心理學的參照：

消費習慣：
1) 去髮廊消費的頻率為：
1% 每個月
2% 至少每週一次
9% 每半年
32% 每三個月
55% 以上



關於您的頭變觀：
1) 您對於自己髮型的態度是：
15% 覺得好看就好
15% 不是很有意見
32% 重視評價，周圍的人覺得好看就好
23% 關意專業，常換新髮型
59% 覺得沒型

2) 您依個人經驗，曾經在何種情況下，會非常想要換一個新髮型?
20% 頭髮長了
23% 頭髮變乾，常換新髮型
5% 剛換完一段關係，工作或感情
16% 結果一階段關係有結的斷了(工作或感情)
20% 頭髮變乾，常換新髮型

關於設計師：(複選)
1) 您選擇設計師的標準是?
2% 是否為後男美女
6% 價格便宜就好
7% 其他
23% 沒有特別標準
23% 了解設計師年資/經歷
28% 了解設計師專長的髮型
36% 觀察設計師的整體造型
46% 無論如何，先合作一次試試看
61% 朋友推薦

2) 一筆生意(包括傳、剪髮、燙、染、護髮等)的單價，您覺得在東區屬於什麼等級?
61% 貴
39% 中等
23% 便宜
23% 合理

3) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

4) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

5) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

6) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

7) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

8) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

9) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

10) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

11) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

12) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

13) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

14) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

15) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

16) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

17) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

18) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

19) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

20) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

21) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

22) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

23) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

24) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的挑戰是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

25) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的機會是什麼?
61% 市場擴大
45% 技術交流
45% 設備更新
45% 服務改善
45% 環境優化

26) 您認為東區美髮業的發展，目前面臨最大的難題是什麼?
61% 人才短缺
45% 設備更新
45% 技術提升
45% 服務改善
45% 環境優化

細看東區 三大帶頭類型「髮」力無邊大解析

一、廣角鏡「頭」看東區：
類型：小林髮廊，本土體系發展成為台灣第一大髮型設計連鎖店；斐瑟，設計師本身開展管理專長，帶出設計風格，在東區低調連鎖，密集扎根，一起來東區連連看：



【小林髮廊】

二代代房先生，本土美髮系統在網路上升級。
同時打理頭髮，並享受美甲或腳底按摩，而且速度要快。哪裡可以一次滿足以上要求？你可以到小林髮廊。

在東區髮型設計講究「風格、態度」之際，小林髮廊的強項很特別，一是效率快，「絕不讓客人等」；二是「20位設計師形成了「髮型buff」，不標榜潮流路線，但手藝嫻熟，可以實現你想要的髮型。資深設計師能同時負責4位客人，美甲不影響洗頭，按腳不影响髮型，頭皮spa、肩頸放鬆療程，都可以在同一張床榻上完成，靠的是磨練了34年的流程與經驗。

開業自1976年，34年來從216巷的單一店家，拓展為全台北250家的連鎖店。總店始終在東區的90餘年裡，曾經經港式設計師、日式風格進駐東區，以及SARS、金融風暴等考驗，依然屹立不搖。創辦人家治林先生的兒子房安邦也承襲家業，雖只有35歲，資歷或許可說34年。從英國沙宣學院回國的他，曾想要調整經營風格，但後來觀察，東區人喜歡大廳的環境，小店風格淘汰，而口袋間的東區人，心裡有明辨的善惡，例如買

髮好壞立判，所以剪髮會跟設計師走，但洗、染、燙則不一定。洗髮後發質，始終「頂級家庭護理」的定位，提升環境、速度、滿意度，或許在飽和的東區戰場中，是另一股清流。因此2年前總店整體翻新，並把發展的壯志呈現於網路行銷上，目前經營台灣最大的美髮平台，連結各國設計師，並發行蓋亞(GAIA)季刊。

隨便就能細數東區美髮歷史他身上，念舊與創新交織，綠底白字的老招牌不顯灰暗而已，準備好給我們新驚喜。

斐瑟的5家店各體現不同觀點，收費最高的斐瑟大多是对生活品質與個人美感有一定要求的客人。而收費最平宜的對應，則以年輕人與學生為客群。在不同的斐瑟系列中找到相對的展現方式，這或許是斐瑟的態度：尊重同時展現重自我，你就能找到一種對應的髮型展現自己。

一、髮型類型之外，還有更多元的服務：
1. 流行品味：中村龍馬髮藝、whiple house for hair、Oven+ salon、Rainbow Hair忠孝店、fix studio、Case & View Hair salon、Be hair美、存在髮藝、李中元精緻剪燙工作室、亞弄髮藝、丹尼爾日式髮型美容、Toni&Guy、Dish hair salon、捲可髮型、朵昂時尚沙龍、奧斯髮型設計、梅西髮型設計、備選造型美妍館、激賞創意髮型、漢禾髮廊。
2. 建髮、髮飾：斐瑟髮廊、斐瑟旗艦、對應髮廊II、對應髮廊III、VISAVIS DESIGN。
3. 特殊嗜好：M-ZONE有汽車雜誌。

二、想要喝到好奶茶：
1. 舒展心曠的廣福茶：漢禾髮藝、G.A.SOUL、Circle、肯雲AVEDA、斐瑟系列店家。
2. 巴巴茶：梅西髮型設計。
3. 香片：ANGE Hair Salon。
4. 養生茶：whiple house for hair。
5. 現磨咖啡：李中元精緻剪燙工作室、立特髮型。
6. 好水：貴格活活，店內提供安裝濾水器的過濾水。

三、喜歡看雜誌：
這不是一件尋常的事，有些美髮店永遠只有「獨一無二」。
1. 流行品味：中村龍馬髮藝、whiple house for hair、Oven+ salon、Rainbow Hair忠孝店、fix studio、Case & View Hair salon、Be hair美、存在髮藝、李中元精緻剪燙工作室、亞弄髮藝、丹尼爾日式髮型美容、Toni&Guy、Dish hair salon、捲可髮型、朵昂時尚沙龍、奧斯髮型設計、梅西髮型設計、備選造型美妍館、激賞創意髮型、漢禾髮廊。
2. 建髮、髮飾：斐瑟髮廊、斐瑟旗艦、對應髮廊II、對應髮廊III、VISAVIS DESIGN。
3. 特殊嗜好：M-ZONE有汽車雜誌。