

# 400化妝師分享心得 社交平台聚6萬粉絲



## 美妝網站

「愛美之心人皆有之，許多女生對化妝這門學問都頗有心得。本期「創+故事」主角劉頌恩 (Fion) 自小受化妝師媽媽耳濡目染，從事多年地產公關的她中途轉學化妝，今年初開創了自己的美妝網站MUA (即 Makeup Artist 之意)，為網友搜羅好用的美容產品，分享化妝心得。美妝網站的每件小事她都親力親為，前進的每一步都腳踏實地。她沒有去想網站最終能做到怎樣的規模，也不急功近利，只希望能做好自己的網站，陪它到有價值的最後一天。」

■香港文匯報記者 周曉菁 圖：張偉民 攝

# 大數據庫 拓商機



■MUA 化妝師參加美妝店舖開幕。受訪者提供

劉頌恩創辦MUA，身邊竟無人支持，連做了幾十年化妝師的媽媽，「都完全唔明白自己做緊乜，總覺得給人化妝應該開間舖」，Fion 幾乎無奈地對記者講道。

劉頌恩本科讀測量，工作後又修讀了市場營銷的碩士課程，照 Fion 媽媽的意思，「畀咗咁多錢讀書，搵份政府工都穩定啲啊」。「任性」的 Fion 一路頂住壓力，開始享受自己和網站的「二人世界」。

### 作風低調願做幕後

網站的整體運作，網頁的設計、編輯文字、IT 支援、客服、談合作，幾乎都是由劉頌恩一人全力負責，即使和化妝師一起外出參加活動，Fion 也更願意躲在幕後，為她們拍照而不是出鏡。她明白「低調做事」的作風。

她介紹，MUA 主要為網友提供專業的產品評價，以及化妝技巧的平台。目前網站有6個常駐寫稿的化妝師，後台也有400

多個註冊會員 (化妝師) 會提供不同的意見給網友。

### 親赴大馬洽商攻海外

雖然經營辛苦，網站暫時也沒什麼盈利，Fion 還是有不小的期待。她期待未來 MUA 能成為一個大的化妝品數據庫，網友只要進入網站，按照自己的膚質、訴求，就能篩選出鍾意、適合的產品。MUA 在 Facebook 已經有6萬多的粉絲點讚，網頁文章的閱讀量最高能達到2、3萬，分享到其他社交平台的數量也有幾千。

最令 Fion 驚訝的是，馬來西亞的粉絲佔據了三分之一至一半的數量，會員中也有50多個是來自馬來西亞，「我估可能文化、語言都差得唔遠，粉絲仲會嘍 FB 留言交流」。

記者截稿前，Fion 還特意飛到了吉隆坡，和當地的幾個化妝師和粉絲見面，洽談合作。看來要拓展海外市場，馬來西亞會是個不錯的選擇。



■劉頌恩今年初開創了自己的美妝網站MUA，為網友搜羅好用的美容產品，分享化妝心得。

## 備受冷落 申請創業資金食閉門羹

政府大倡創業，扶持中小企進入市場，劉頌恩也去嘗試申請政府的資助，但申請過程卻出乎她的意料，美容類的服務產業卻受冷落。在還沒有找到不錯的投資者前，她發揮出「勤儉持家」的優點，為網站的經營省出了幾條省錢之道。

Fion 申請中小企資助無果後，便向香港青年協會提出過申請，但對方看她是經營網站，就指出不能只寫申請書，還要展示網站的整體運作。她申請資助已經半年，卻還在不斷修改自己的 PPT，為展示何為 MUA 而傷透腦筋。

Fion 沒有為五斗米而折腰，卻想了其他辦法維持收支。她與攝影師合作，攝影師提供場地作課程使用，她就答應下次給攝影師的客人化妝，「場地費5,000元一次，可以慳好多」。開設的化妝班雖然規模不大，也能抵消一些開支。MUA 現在



■MUA Club 為化妝師舉辦每月攝影會，與模特一起示範。受訪者提供

與20多個化妝品牌合作，以本地品牌居多，她對每次合作、投資都十分謹慎，不希望網站變成一個廣告滿天飛的地方。

### 拒絕誘惑

Fion 從地產轉行至美容，憑着自己的興趣和喜好，一路創辦自己的網站。在她看來，化妝是一門「活到老，學到老」的技術，要永遠跟住潮流趨勢，學好英文也十分有必要。雖然學習化妝的課程十分昂貴，最普通的課程都要一兩萬，但若真的想從事化妝行業，還是十分有必要的。

### 活到老學到老 永遠跟潮流

Fion 回憶，自己2010年前後學的課程就已經4萬多元，除此之外，市面大部分課程中，還要求學員自費購買化妝產品和化妝刷，全套產品最平就要5,000元左右。課程完成後，還要再跟師傅繼續練習、進修，她笑稱「熟能生巧，搵身邊朋友當模特，唔得就幫自己化妝」，連她自己都不記得已經給多少人化過妝了，只求累積多點經驗。

香港的化妝美容從業員眾多，入門門檻又低，市場競爭十分大。Fion 在美妝界摸爬滾打了幾年，如今又自創美妝網站，自然深諳其中的門道，「出名嘅化妝師未必化妝好，好嘅化妝師都唔一定會出名」。成為化妝師，學會 social 很重要，在不同的場合宣傳自己，才會獲得更好的工作機會，「很多出名的化妝師會有明星效應，唔一定自己本身很叻」，之後便能在業界立足。不會做自我推銷的化妝師，自然被湮沒。不過若是男化妝師，遵循「物以稀為貴」的道理，便更容易出人頭地。

### 秉承誠實公正 拒寫鱗稿

而如今火爆各大網絡平台的美妝博主們，也心照不宣地遵

## 行業門檻低 市場競爭大

循業內的規則。Fion 介紹，大部分自立門戶的化妝師或者人氣火爆的美妝博主，會在網頁上推介一些自己認為好用的產品，廠商會暗中提供一些「推廣費」，根據博主名氣的大小，推廣價格不一。久而久之，即使不好用的產品，也受到了歡迎，最後受傷的必然還是消費者。她坦言，MUA 也會收到一些品牌的產品試用，不過秉承誠實公正，有一次，化妝師試用一款聲稱一日便可消除皺紋的頸紋霜，使用7日後仍不見效果，MUA 便堅決沒有寫推介文章，「結果合作方好嬲，不過都無辦法」。

Fion 建議，有心入行的人要先去學習專業的美容課程，再完成資格考試，之後便是累積經驗，為每一個人化出適合的妝容。拍攝妝容時，對器材、燈光也有很高的要求。自拍神器和後期 PS 不必多說，大大的環形燈也是必不可少的，把臉部放在環形燈中間，可令眼睛發亮，散發出「女神光」，相片也會更加出眾。



■Fion 指把臉放在環形燈中間可令眼睛發亮，散發「女神光」。

## 採訪手記

在創業前，Fion 已經累積了一些閱歷，她十分清楚自己想做什么，在做什麼。或許是曾經做過公關的緣故，她行事十分低調、小心，有投資者上門也會小心翼翼地篩選，不敢有半點差錯。她認為，「我做這件事，別人也做這件事，

那我做的事就沒有價值了」。在記者看來，她似乎更希望 MUA 是獨特的存在，如一片淨土一樣存在，但現實總是殘酷，若要 MUA 有更好的未來，必然需要不斷的面向大眾，為人所知，引來粉絲和投資者的關注。

# 六福內地溢利佔半提早達標

香港文匯報訊 (記者 吳婉玲) 六福集團 (0590) 昨公佈截至9月底止中期業績，純利按年跌7.4%至4.29億元；每股盈利0.73元；派中期息0.29元，連同特別息0.26元，合共派0.55元。集團在兩年前目標於3年內提高內地分部溢利佔比至超過50%，是次中期業績該分部溢利達54.6%，提早完成目標。主席兼行政總裁黃偉常於記者會表示，未來幾年會在內地繼續擴展網絡，「相信 (內地分部溢利) 會逐漸增加，甚至九成，八成都係好大希望」。

### 整體同店銷售跌31%

據業績報告披露，期內集團收入54.69億元，按年減少21.5%。整體同店銷售跌31.5%，去年同期為下跌11.6%。其中，香港及澳門市場同店銷售下跌32.3%；內地市場跌23.7%。去年同期港

澳市場及內地市場同店銷售分別下跌12.6%及上升1.2%。報告指，9月起集團零售業務中，珠寶首飾產品的同店銷售跌幅收窄現象，加上上一財年下半年基數相對較低的情況下，預期本財年下半年珠寶首飾產品的銷售表現相對上半年將有所改善。

副總經理王巧陽昨於記者會上表示，集團在全球共有1,455間分店，在內地已進駐300多個城市，但對手已進駐500多個城市，故集團仍有很大空間擴展，預計店舖數量可增加至2,000至3,000間，新開的分店會集中在二、三、四線城市。

首席財務官陳素娟透露，今年有1/3店舖需要續租，當中有3/4已完成續租，平均租金減幅達雙位數字。另有十多間店舖未到期續租，料與業主洽商後，租金減幅由數個百分比至30個百分



■左起：六福執行董事黃蘭詩、首席財務總監陳素娟、主席兼行政總裁黃偉常、副總經理王巧陽。吳婉玲 攝

### 無懼內地品牌來港搶客

對於有內地品牌在港開分店，黃偉常表示，和競爭對手生意各有各做，內地

和外國遊客來本港亦較喜歡購買香港品牌，相信對集團影響不會太大。問到競爭對手計劃大規模開店，會否擔心市佔率，他回應稱「開幾大就講咯，開到先係真」。

## 貝恩：內地便利店銷售額增

香港文匯報訊 (記者 章韋蘭 上海報導) 內地電商瘋狂蠶食實體零售份額，其中僅有便利店得以「倖免於難」。貝恩公司和凱度消費者指數昨在上海發佈的《2016年中國購物者報告》指，受益於內地城鎮化進程提速，大量便利店如雨後春筍般湧現，2015年全年銷售額增長高達13%，幾乎是2014年增速的兩倍。期內傳統雜貨店和大賣場的增長率分別為-10.4%和-0.2%，超市/小超市增速放緩至4%，所有大商超的同店銷售額增速持續下降，客流量減少，單次購買量也停滯不前。

貝恩公司大中華區消費品及零售業務主席布魯諾·蘭納表示，除便利店以外，大多數線下零售渠道幾近零增長，甚至呈現負增長，雖然階段內便利店佔整個中國內地零售市場份額相對較小，但在未來幾年，其地位將變得日益重要。據其分析，隨着越來越多的消費者轉向線上，線下渠道開始承擔更多補充線上零售的角色，便利店還作為新興的一站式服務平台，提供包括賬單支付、票務以及其他創新性服務，例如網購自提等。