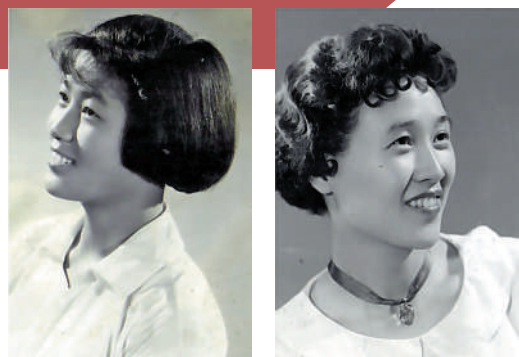


四聯66載 看「頂端」流行



▶ 1956年7月27日，四間滬上理髮店聯合遷京成立「四聯理髮館」，為以往留麻花辮、齊耳短髮的北京女性帶來新的「四聯髮型」。



50年代-70年代：滬上潮流 轟動京城



改革開放後-80年代：重整旗鼓 率先試水 ▲「文革」結束後，四聯逐漸恢復營業，並成為改革開放之初特許進行燙髮服務的幾個理髮店之一。

容光煥發

從上世紀50年代轟動京城的「燙花」「大波浪」，到80、90年代「爆炸頭」「蘑菇頭」的潮流，再到如今「復古油頭」的復興……髮型史也是一部微縮的社會史。滬上北遷，落地京城，曾被視為流行的代名詞，也曾因私營經濟的衝擊下頂住壓力、直面挑戰。傳承66載，「中華老字號」北京四聯美髮店，如今是京城唯一的國營理髮連鎖店。一代代髮型師傅在半個多世紀間秉承匠人初心，以精湛的技藝和濃厚的情懷服務北京市民，在不斷引領美髮新潮的同時，也見證着國人的髮型和審美變遷。

大公報記者 任芳韻 郭瀚林



北京最後國營髮廊 見證民眾審美變遷

半世紀髮型 從頭說起



北京王府井大街上，一座設計別致的門店門前，凸顯理髮店身份的藍、紅、白三色轉燈閃爍，「66周年店慶」標語喜氣洋洋——近日重裝開業的北京四聯美髮店（下稱「四聯」）總店，如今是京城唯一的國營理髮連鎖店。不同於全聚德、同仁堂等土生土長的北京老字號，四聯是南方來的「北漂」。上世紀50年代，為支援首都服務業，在周恩來總理的親自安排下，上海的「華新」、「紫羅蘭」、「雲裳」、「湘銘」四家理髮名店共108人集體遷到北京。剛出師的吳永亮師傅也在隊伍中，那年他僅19歲。「四聯」意為「四家聯合」，1956年7月27日，四聯理髮館在王府井大街北口金魚胡同33號正式掛牌營業。老北京人髮型保守，男人們習慣剃個「毛寸」，女性不是剪齊耳短髮，就是紮個馬尾辮。因此，上海師傅帶來的「燙花」「大波浪」等新潮髮型迅速轟動京城。1956年8月4日刊登在《北京日報》上的10款「四聯髮型」更成為時尚風向標。「貼心的服務態度也是四聯受歡迎的原因之一。」吳永亮回憶，開業第一年年底異常繁忙，他經常要從凌晨5點忙到半夜。後來才知道北方「正月不剪頭」，人們多會在春節前集中理髮。從此每逢二二月「龍抬頭」，店裏都會安排理髮師提前上崗、多備面巾，以確保來四聯的顧客都能「抬上頭」。

四聯落戶北京，從各界名流到廣大市民都趨之若鶩。四聯美髮女賓部經理王朝晉告訴記者，包括戲曲表演藝術家梅蘭芳、馬連良，電影明星謝芳等人都是常客。

各界名流光顧 影星要拿介紹信

1978年中國宣布改革開放，「文革」期間曾改名為「新風理髮館」的四聯也裝修一新，除了恢復傳統的髮型項目，還增添修眉、紋臉和製作假髮等服務。「當時四聯就是時髦的代名詞，不少外地人專程來四聯理髮，然後照結婚照、紀念照。」王朝晉說。改革開放了，但恢復燙髮並不在一朝一夕，而四聯則是當時特許提供燙髮服務的幾間



▲80年代「四聯美髮廳」的門面照片。

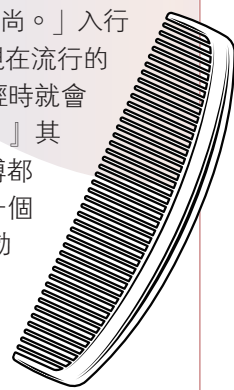
理髮店之一。吳永亮回憶，他當時接待的第一個拿着介紹信來燙髮的是預備出訪日本的電影演員田華。待到四聯正式重新開放民眾燙髮的那天，還引來外國駐華記者爭相報道。

到了八九十年代，港台流行文化風靡內地，四聯師傅們也很快消化了北傳的「爆炸頭」「蘑菇頭」等新潮流。1984年，四聯再次裝修，引進全套美髮美容設備，並更名為「四聯美髮廳」，一字之差，更加強調了人們對美的需求。

應對轉型挑戰 時尚原來「是個圈」

20世紀末至今，經營手段靈活、髮型設計時尚的私營美髮店逐漸遍地開花，老牌國營理髮店四聯則應對挑戰，集中技術過硬的理髮師傅成立主攻潮流髮型的「新概念工作室」，堅持定期培訓，力求讓店員及時掌握最新的髮型時尚和技巧。

「潮流是個圈，沒有永久的時尚。」入行二十餘年的王朝晉深有體會，「現在流行的『復古油頭』我們很多老師傅年輕時就會剪。『鮑勃頭（Bob頭、波波頭）』其實就是過去的『蘑菇頭』，吳師傅都不知道什麼叫『鮑勃頭』，但他一個蘑菇頭剪出來就是現在頂級的鮑勃頭。所以只有本事不到家，沒有跟不上時代。」



80年代中後期開始：港台時髦 消化吸收

▲港台流行文化風行內地，四聯理髮師傅也消化了由演藝明星帶火的各式潮流髮型，如「蘑菇頭」、「爆炸頭」。



21世紀初至今：昔日流行 復古重現

▲「潮流是個圈」，如今流行的復古髮型，與四聯老師傅年輕時學過的時興髮型異曲同工。

大公報整理

保留師徒相授 繼承傳統絕活

言傳身教

多年以來，四聯根據中國人的臉型和髮質特點，綜合傳統技藝總結了拱三茬、無聲吹風、剃光頭、刮臉、紋臉等技藝，都已申請了東城區非遺傳承項目。女賓部經理王朝晉說，很多業內老師傅都會幾手絕活，但隨着時代發展大都失傳，而四聯至今保留着師徒相傳的傳統，才能把傳統技藝保留住。

「基本功先練到過硬，再由師傅言傳身教，技術才能扎實，還要看個人的悟性。」王朝晉憶起自己的學藝經歷，除了苦練基本功，還要先觀摩一年多才開始給客人洗頭，「洗剪吹」技巧更是磨練經年。

王朝晉多年前曾帶過一位年輕學徒，「剛來時指導他先練『捲槓子』，那孩子每天從早到晚一天就站那兒不停止的捲，沒人督促他，就是靠悟性和自覺。」苦練幾年，年輕人回到故鄉從事美髮業。「我們是國營理髮店，我們的技術能給全國人民造福是應該的，四聯歡迎同行來這邊取經學藝。」王朝晉說。

在四聯做了20多年的「女部」理髮師常劍銳說，這裏並沒有老手藝人的「門戶之別」：「我們不僅跟着自己的師傅努力學習，其他的師傅也不會吝嗇自己的技術，我們都一起跟着學，然後吸收到自己的技術裏面。我們要傳承的不止是技藝，還有老一輩師傅的精神。」

「最重要的是讓客人感受到舒適、正宗。現在油頭比較復興，理了復古油頭的客人適合再配一個傳統刮臉，刮臉這個流程是四聯特有的。」「男部」的李書英師傅說。



▲四聯「元老級」老師傅吳永亮對四聯技師們進行技能培訓。受訪者供圖

培養信任感 留住回頭客

情深誼長

新世紀以來，四聯的主流客戶群傾向「回頭客」，尤其是對個人形象要求比較高的中老年群體。而在吳永亮等師傅看來，這並非壞事。吳師傅認為，儘管現在社會追逐新潮的美容美髮沙龍等很多，但能夠針對中老年人群做好服務的卻很少。曾有一位老夫人已經移居國外，卻會在過年前專程從美國回來，表示自己的頭髮除了吳師傅，別人都剪不得。

近日，記者探訪四聯美髮店王府井總店，發現店內顧客以中老年為主，但也有不少年輕人，一位12歲小姑娘說，自己從幼兒園時就由姥姥帶着來，從此一直在四聯理髮。

「總店經歷了為期一年的裝修重新開業，裝修時天天都有老顧客打電話，我們得找專人接電話，告訴人家他們熟悉師傅在裝修期間去哪家分店了。」王朝晉認為，新潮、時尚的髮型可以學習，但人與人之間溝通的良好氣

圍是學不來的。四聯的獨特優勢在於顧客與門店之間長期養成的「信任感」，消費者願意來熟悉的四聯店理髮，與熟悉理髮師之間進行互動和交流，老字號品牌的生命力正在於此。

「我跟母親兩代人都在這做頭髮，很多北京人對四聯的感情都是父一輩子一輩的傳承。」北京市民李女士表示，經過66年，四聯早成為了老北京符號，首都還需要越來越多四聯這樣具備工匠精神的字號來為人們服務。

服務08京奧 外國記者盛讚

一絲不苟

作為北京僅存的國營理髮店，多年來，四聯積極履行社會責任。1984年新中國成立35周年國慶大典上，400名受閱的女兵由吳永亮師傅親自帶隊設計髮型，震撼國內外。1990年北京亞運會，四聯不惜歇業，派出骨幹團隊為三軍儀仗隊和禮儀小姐製作髮型。2001年建軍節之際，四聯為天安門國旗班設計的「八一寸髮」深受戰士們的喜愛。而讓王朝晉最為印象深刻的，當屬2008年北京奧運會時，四聯進駐奧運新聞中心，為中外

記者們提供美髮服務。「當時我在MPC（奧運會主新聞中心）給外國記者服務時，有一個外國女記者，說要



▲北京奧運會期間，四聯美髮師為外國記者服務。受訪者供圖

吹直頭髮。」王朝晉回憶，這位女記者的髮量密集，加上外國人頭髮又是天然卷，這個活別人都不敢接，「我得給她一層一層、一縷一縷的吹，她還提出不能讓濕頭髮搭在吹好的頭髮上。當時吹一個半小時，熱風吹出來的濕氣往上走，頭髮吹完天花板都開始往下滴水了。」

四聯的高難度吹髮服務引來了各國記者圍觀，「在鳥巢附近提供美髮、按摩好幾家店都是免費的，只有四聯收費。而這次吹髮絕活出名後，免費店都沒有人去了，人們全都跑我們這來花錢接受服務。」