

“家庭资金紧张如何做好未来规划？”

案例概述：

刚刚完婚的蔡女士和吴先生均是某医院医务工作者。小夫妻综合家庭年收入30余万元，但家庭目前房贷还款及买房装修开支较

大，家庭资金紧张。为做好未来财产资金规划，夫妻俩来到中国银行柳州分行东环大道支行进行了资产分析与个性化定制资产配置服务，

以期达到资产保值的同时，满足日常临时性短期大额消费的需求。

综合金融服务方案：资产配置多元化 消费分期惠民生

针对蔡女士和吴先生的金融需求，中国银行柳州分行东环大道支行通过对客户进行全方位的资产分析，定制了一套专属资产配置方案和客户家庭财富的管理方案。银行建议，蔡女士和吴先生可将现有存款存入银行，购买1年到3年左右的

定期或理财产品，可实现最高年化收益率在3%左右。为了预备临时性日常大额开销，蔡女士和吴先生可在银行申请1年至3年期消费金融的产品。根据蔡女士和吴先生的家庭情况，申请额度可达30万元左右，根据具体需求用款进行提款，按用

款金额每月支付利息，到期一次性还本，或者随借随还，灵活计利息，利息年化在3.6%左右。此外，如有大额消费情况，可在银行申请消费分期服务，还款期限最长可达60个月，大大减少还款压力。



中国银行柳州分行东环大道支行

中国银行柳州分行东环大道支行是一支组织领导有力、思想教育过硬、内部管理严格、员工本领专业、服务质量一流、经营业绩优异、社会形象良好的专业金融队伍。作为中国银行柳州分行为市民办理消费分期的特色网点，该支行践行国有大行责任担当，强化服务理念，创建卓越品牌，为客户提供热情、主动、真诚、周到和专业化的服务。

2023年柳州金融社会责任榜

“金融服务能手”服务案例展示

主办单位：柳州日报社、柳州银行业协会
承办单位：广西尚策广告策划有限公司

“颜值经济”成为消费新热点

——我市生活美容行业消费市场一瞥

〇〇全媒体记者 王宇琪 刘心蕊

近年来，随着消费结构的转变与升级，人们更加关注自身的美丽、健康和自信，很多市民开始追求个性化与精致化的生活方式。美发、美牙、美甲、美睫等“颜值经济”随之成为消费热点。连日来，记者多方走访了解相关情况。

① “颜值消费”兴起

当前，美容、美发、美甲、美睫等“颜值消费”成为不少年轻人的“刚性需求”。无论是繁华商圈，还是居民小区附近的社区商圈，都不缺乏为“美”而诞生的商家和机构。23日上午，记者来到柳北区地王公馆，了解到该公寓内有20余家美甲、美睫商家。

“今年以来新开了很多美甲、美睫店，竞争比较激烈。”一家美甲工作室负责人阿霞介绍，店里大多数消费者都是90后、00后。从2020年开始，随着行业升温，消费者的选择更多样化，如美睫，从单一的款式升级为复杂多样的“漫画款”“仙女款”等款式，虽然价格有所提升，但依然受到消费

者的青睐。

除了美甲、美睫等项目，不少市民选择矫正牙齿来改善自身形象。市内多家口腔矫正机构表示，7月、8月为消费高峰，预约排期最长要等一周时间。当日，记者来到柳北区某口腔机构，看到有不少人在等候区等候。该机构负责人王庆介绍：“4年来我们共做了近1000例牙齿矫正。自2020年开始，选择隐形牙套的市民有明显增长。”

随后记者来到城中区某口腔机构，该机构工作人员肖闻杰表示，越来越多消费者除了注重实用，还追求美观，牙齿美白、瓷贴面修复、树脂美学修复等美齿项目越来越受消费者欢迎。



销售人员向市民介绍护肤品。



市民正在美齿。

② 愿意为“美”买单

“近年来，做牙齿矫正的人越来越多，年龄范围也越来越广，其中不乏四五十岁的中年人。”“较昂贵的抗衰老美容项目也有很多消费者选择。”记者走访多家商户发现，越来越多的消费者愿意为“美”买单。

27岁的上班族陈思睿每个月都会固定做美甲、美睫，开销大概为200元至500元不等；隔两三个月就会做一次轻医美项目，开销最多达上万元。“在

脸上的花费比较高，但随着年纪的增长，即使是昂贵的项目也会咬牙去做。”陈思睿说。

市民邵馨文给记者算了一笔账，她的粉底液一瓶410元，大牌口红一支300元左右，还有散粉、眉笔、眼影等等，“一整套美妆产品大概要花费2000元，每3个月就要换一次。”她说，如果常用的品牌推出新品，她每个月可能还会在美妆、护肤品上多出300元至500元的额外开销。

③ 男性同样“逐美”

随着人们观念的转变，越来越多重视形象管理的“精致男孩”出现。“在朋友的推荐下，我也开始使用各类护肤品，明显感觉皮肤比以前好了，人也更自信了。”00后男生刘能告诉记者。

“男性客户的消费项目集中在基础护肤类。”我市一家医疗美容机构的相关负责人表示，大多数男性客户会选择补水、紧致肌肤、抗衰等美容项目。

“我们明显感受到门店的

男性客户有所增加。”在工贸大厦的一个美妆专柜，从事化妆品售卖工作3年的销售员罗燕柳告诉记者，今年以来，该门店男性客户占比相对她刚从业时增加了15%至20%。

“男性客户中有一部分是购买礼物送人的，也有一部分是购买产品自己使用的。”罗燕柳表示，男性客户主要购买可以满足基础面部妆容需求的产品，“主要是粉底、遮瑕等一些基础的底妆产品，彩妆类则是口红、眉笔较多。”