

# 春節「美麗經濟」升溫 悅己消費成主流

## 年輕人注重情緒價值 「變美三件套」受追捧

「過年理髮排上號了嗎？」「新年『戰甲』預約了嗎？」……年味漸濃，「逛街買衫做頭髮」已是過去式，升級迭代後以美髮、美容、美甲為代表的「變美三件套」行業近日迎來了消費高峰。在物質豐裕的當下，越來越多年輕人在置辦年貨時打破常規模式，更加注重商品的實用功能和情緒價值。

記者連日走訪廣州市場發現，與以往購置年貨、滿足家庭需求的消費方式不同，如今以「取悅自己」為核心的悅己消費已經成為春節消費主流，相關門店訂單激增，近半個月客流量較往常翻倍，周末更是忙到接待不過來，一些工作室的年前檔期已全部約滿。

大公報記者 黃寶儀廣州報道

「忙得不可開交，最近每天都要工作12小時以上。」在廣州天河經營一家工作室的髮型師阿浩，平日每天最多接受四個剪髮或兩個染燙的預約，然而最近半個月工作量翻了一番。「14號是年前最後一個工作日，預約已然滿檔，大家都期望以最佳的形象去迎接新年。」

### 美甲師主動加班仍供不應求

與阿浩同樣忙碌的，還有主動加班的美甲師茉莉。「如今每天新增了上午10點的檔期，期望能趁年前的消費旺季多賺些錢。」茉莉在廣州天河商圈的一家連鎖自助美甲店工作，該店正常營業時間從中午12點開始。「顧客可以通過小程序提前5天進行預約，午休和晚上的時段每天都會被迅速搶光。」面對春節前激增的預約量，主理人採取鼓勵自願加班的措施，可依舊供不應求。

「刷了三天才預約上工作日中午的檔期。」在附近上班的「00後」黎芳告訴記者，年前做美甲已經成為同事們的「常規操作」，由於春節前大小美甲店預約火爆，她每天凌晨直接在小程序上「蹲點」，「難度堪比搶火車票。」黎芳說她已經選好了一款搭配蝴蝶結、小馬圖案的淺金色紅條紋美甲圖案，價格大概350元（人民幣，下同）。

記者走訪發現，廣州各大商圈的美容美髮美甲場所近期客流量明顯增加，即使是工作日下午，門店內外都坐滿了排隊等候的人群。琶洲商圈一髮廊工作人員告訴記者，「最近基本上每天都是滿員狀態，所有髮型師連軸轉，各種燙染項目最受歡迎，不少男士也選擇了燙髮，讓劉海或整個髮型變得蓬鬆起來，讓人看起來更年輕有活力。」面對節前消費熱，店舖推出了799元到1999元的套餐。

在美甲消費中，喜慶的紅色以及馬年主題設計成為爆款，單價在300元至500元的中高端款式最受歡迎，可以根據客戶要求進行中國風、洛可可風等定製款式的千元美甲也有不少捧場。大部分美甲店都在節前停止使用各種團購券，同時加收50元到100元的服務費，大部分顧客對此都表示理解。

### 採購年貨看重養生實用功能

外在變美的同時，內在康養同樣受到關注。在「國補」政策的帶動下，符合政策標準的智能家電、數碼產品成為今年春節年貨的熱門之選。廣州市民小許正在商場為父母選購新年禮物，智能手錶和紅光按摩梳都在購物清單上。「智能手錶可以監測身體健康狀況，按摩梳能讓老人家通過梳頭放鬆獲得更好的睡眠質量。」在小許看來，父母年紀大了，這種兼具養生和實用功能的物品，比只能滿足口腹之慾的年貨更實際。

為儀式感「埋單」，一直是春節前夕消費的亮點。在物質豐裕的當下，越來越多年輕人在置辦年貨時打破常規模式，更加注重商品的實用功能和情緒價值。時下從「囤貨為主」向「體驗至上」、從「家庭置辦」向「自我犒賞」的消費趨勢轉變，彰顯了悅己消費背後的生活品質提升與內需拓展潛力。



▲以「取悅自己」為核心的悅己消費已經成為春節消費主流，相關門店訂單激增。圖為顧客接受美容服務。



▲近日，以美髮、美容、美甲為代表的「變美三件套」行業迎來了消費高峰。圖為顧客在進行美甲服務。



▲美容美髮美甲場所近期客流量明顯增加。圖為顧客在美髮店做髮型。

## 國產穿戴甲出圈 嶺南文化戴上手

消費新寵

無論是內地小紅書、抖音等社交媒體，還是Instagram、TikTok等平台，無數時尚博主和美甲達人展示「每日換款不重樣」靈活體驗的穿戴甲作品，成為獲取流量的密碼之一。這些美輪美奐的指尖藝術作品，不少都是「中國製造」。將傳統與現代、東方與西方藝術風格相結合的中國穿戴甲，正以出人意料之姿，成為海內外市場的新寵。

從外觀到材質，這些指尖作品將大灣區地標、運動元素、嶺南文化「可穿戴」化：「中華白海豚」的喜悅表情成為情緒圖案、冠軍的

榮耀躍動於指尖、粵港澳三地的地標建築繪於指尖……每一副穿戴甲，都成為消費者個人趣味和情緒的表達。

相較於傳統美甲價格昂貴、耗時長、傷害指甲等痛點，可以隨時隨地輕鬆穿戴和拆卸的「穿戴甲」近年異軍突起。記者在採訪中發現，一些消費者趕不上在新年前換上精緻美甲，轉而將目光瞄準了穿戴甲，不少店家也趁機推出了穿戴甲及貼甲工具的套裝，同時也提供貼甲服務。有嗅覺敏銳的大學生也在年前大量進貨，通過集市擺攤賺取零花錢，當中各種「國風美甲」以及融合掐絲、焊接、手繪等複

雜工藝的立體美甲最受歡迎。在電商平台上，「穿戴甲」和對應工具也迎來熱銷，有商家單周訂單就有上千份。

從流水線量產的「9.9元爆款」，到明星同款的限量設計，穿戴甲正在重新定義年輕人的美甲消費習慣。2024年，中國穿戴甲市場規模突破百億元人民幣，年增速超60%，成為美妝賽道增長最快的細分領域。據公開統計數據，2024年約有8000萬副中國原創穿戴甲漂洋過海，預計2030年全球美甲產業規模將突破300億美元。

大公報記者黃寶儀

## 華強北港年貨暢銷 顧客大手掃貨送親友

備受追捧

農曆馬年春節即將來臨，深圳華強北紫荊城食品交易中心（俗稱港貨中心）售賣的食品大多從香港批發進口，憑藉優良品質與上佳口感，深受深圳及內地消費者喜愛。記者日前傍晚五六點走訪港貨中心看到，數十家商舖鱗次櫛比，店內商品琳琅滿目，費列羅巧克力、曲奇餅乾、巧克力卷等尤為暢銷。

記者在華強北港貨中心看到，節前各商戶已備足大量經香港進口的海外食品，吸引大批消費者前來選購。一位商家表示，年底正值銷售旺季，當前銷量與營業額是平日的兩至三倍，熱門貨品還包括香港進口的瑞士蓮夾心巧克力，大盒售價69元、小盒49元，購買者絡

繹不絕。一位潮汕籍商家表示，店內最暢銷的是港版意大利費列羅巧克力，受年底貨源不足影響，價格普遍上調，漲幅接近一成，24粒裝由



▲在華強北紫荊城食品交易中心，眾多顧客在採購年貨。

原先65元一盒漲至70元一盒，即便一次性購買10盒也不讓價。記者查詢電商平台發現，同款產品售價最低95元，最高達134元，線下商超售價約120元一盒，相較之下港貨中心價格優勢十分明顯，不少顧客一次就購買十餘盒。

該商家展示手機付款紀錄稱，近期大批潮汕顧客專程前來採購港貨，寄回老家贈送親友，「有一位顧客買了6000元港貨，還有一位買了3000元，都是潮汕客人，主要選購巧克力、餅乾、巧克力卷、薯片等，再找快遞公司打包，分別寄給各地親友，讓家人春節期間一同品嚐地道港貨，團圓過節」，盡顯潮汕人重視親情的傳統，也體現出港貨在親友間的受歡迎程度。

大公報記者李昌鴻

## 省錢省力 港人羅湖一站式採購年貨

一應俱全

春節前夕，深圳羅湖區筍崗文具玩具禮品城迎來大批港人前來採購對聯和年畫等。該「一站式年貨採購」批發市場，憑藉豐富的商品種類和親民價格，成為港人置辦春節裝飾的首選地。

記者日前在筍崗禮品城看到，一樓有數十家商舖，儼然一片紅色海洋，商家們將春聯、福字、燈籠、年畫、窗花等春節裝飾掛滿牆面，生肖馬主題的立體掛飾、帶LED燈的創意對聯、絨布材質的立體福字等新品琳瑯滿目。

香港市民姚女士挑選了「馬到成功」絨布對聯笑道：「這裏款式比香港多三成，價格還便宜一半多，我買了8副對聯、20個紅包，總共才花180元。」

記者在市場內隨處可見拖着行李的香港消費者。商戶陳先生透露，近期港客日均採購量超200件，利是封10元3包、絨布對聯15元/副、2米高落地燈籠80元/個的批發價格極具吸引力，更有人現場視頻連線家人挑選款式，商戶還提供跨境物流服務。筍崗禮品城的吸引力不僅在於商品本身。

市場周邊500米範圍內，筍崗服裝批發中心提供新春戰袍採購，萬象食家匯聚南北乾貨零食，形成「裝飾+服飾+美食」的完整年貨生態鏈。地鐵7號線筍崗站E出口直連的便利交通，更讓港人實現「上午採購、下午返港」的高效行程。

據該市場管理處統計，春節前兩周港客消費額同比增長五六成，其中春節裝飾類商品佔比達七成。這座承載着深港年貨記憶的批發市場，以其「省錢省力」優勢，較好地滿足深港兩地居民過年消費的需求。大公報記者李昌鴻

## 港珠澳橋跨境電商快線 助廣貨賣全球

【大公報訊】記者方俊明珠海報道：「廣貨行天下·珠品賣全球」一橋三地 珠海智造（港珠澳大橋專場）活動8日在港珠澳大橋珠海口岸舉行。港珠澳大橋海關監管四科科長龔忠年表示，目前已形成「大橋通關一港澳轉鏈一全球速達」的跨境電商快線，每天有超過百萬個包裹從大橋珠海口岸發出，經香港、澳門機場中轉後「飛」向全球140多個國家和地區。數據顯示，僅去年港珠澳大橋海

關監管供港澳鮮活農產品便達10.3萬噸，同比增長逾15%。有珠海企業在香港設門店，採用「前店後倉」模式加快拓展境外市場。

此次活動是「廣貨行天下」春季行動中較為特別的一場：位於珠江口西岸「橋頭堡」的珠海，憑藉內地唯一與港澳陸橋相連的獨特区位优势，將港珠澳大橋的物理通道優勢轉化為「賣全球」的澎湃動能。現場展銷區集中展示了近百款優質產品，並設置

播間同步開展線上直播帶貨。記者了解到，臨近春節，「廣東造」可摺疊小家電、多功能淨水器以及清潔套裝、節前形象管理類美容儀器等產品，備受港澳居民歡迎。

龔忠年稱，僅去年通過海關跨境電商管理平台經大橋口岸出口就近1100億元（人民幣，下同），同比增長近93%。截至去年底，大橋口岸進出口總值累計已突破1.3萬億元，僅去年一年便同比增長超過40%。

在珠海優待供應鏈場站清關的貨物中，超過九成來自廣東工廠或賣家，借助港珠澳大橋的陸運便利，大幅提升了跨境物流時效。

「大橋的物流效率很高，當天發貨當天到達，助力企業布局港澳市場。」珠海全人一體智造科技有限公司聯合創始人方培霖透露，該企業在香港設門店，採用「前店後倉」模式，攜手香港海外倉與珠海主倉拓展境外市場。



▲「廣貨行天下·珠品賣全球」活動8日在港珠澳大橋珠海口岸舉行。活動現場設置播間，同步開展線上直播帶貨。大公報記者方俊明攝