

從購置年貨到自我犒賞 年味花樣翻新

美麗經濟迎高峰 悅己消費成主流

「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「美麗三件套」行業近日迎來了消費高峰。香港文匯報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。

●文/圖：香港文匯報記者 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。」向來推行「會員制」的工作室在年前並未漲價，因而格外受熟客青睞。為了滿足會員年前變美的訴求，一向諸事親力親為、習慣「一腳踢」的阿浩還特意聘請了一名兼職人員來協助。

髮型美甲連軸轉 預約堪比搶票難

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。」茉莉在廣州天河商圍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。

「剛了三天才預約上工作日中午的檔期。」在附近上班的「00後」黎芳告訴香港文匯報記者，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）。

香港文匯報記者走訪發現，廣州各大商圍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，門店內外地都坐滿了排隊等候的人群。琶洲商圍一髮廊工作人員告訴香港文匯報記者，「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1,999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



●美髮、美容、美甲行業近日迎來了消費高峰。圖為市民在美甲店做美甲。



●各大大美容院及醫美市場迎來護膚高峰。圖為市民在美容院保養皮膚。



▲年前的美髮店內外地都是忙碌景象。

服務費，大部分顧客對此都表示理解。

內在康養受關注 智能養生禮熱銷

外在變美的同時，內在康養同樣受到關注。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。在物質豐富的當下，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。

國貨穿戴甲風靡海外 預催百億指尖經濟

無論是內地小紅書、抖音等社交平台，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。

全運會吉祥物周邊——「大灣雞」全網走紅，熱度至今不減。在吹泡泡雞、醒獅盲盒、冰箱貼等一眾爆火文創產品中，在年輕群體中悄然走紅的穿戴甲格外引人注目。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。

穿戴甲異軍突起 年售8000萬副

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。香港文匯報記者在採訪中發現，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。這也是一個正在高速增長的全球市場。據公開統計數據，2024年約有8,000萬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。

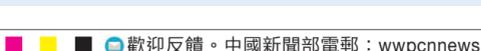
新春見聞



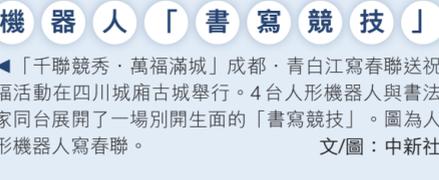
四川
機器人「書寫競技」
◀「千聯競秀·萬福滿城」成都·青白江寫春聯送祝福活動在四川城廂古城舉行。4台人形機器人與書法家同台展開了一場別開生面的「書寫競技」。圖為人形機器人寫春聯。文/圖：中新社



上海
張園海派福潮新
▶8日，上海張園海派新春遊園會拉開帷幕。圖為民眾在請書法家寫福字。文/圖：中新社



匈牙利
唐人街新春廟會
◀當地時間2月7日，「歡樂春節」匈牙利唐人街新春廟會在匈牙利首都布達佩斯開幕。文/圖：新華社



福建
古村年趣非遺韻
▶2026第九屆廈地年趣味遊藝會8日在福建省寧德市屏南縣縣城鄉慶地村舉行。圖為村民在打糍粑。文/圖：中新社

「看不見」的溫暖：一場千里「接力護送」

特稿 「有那麼多溫暖發生在我「看不見」的地方。」近日，視障女大學生李怡瑾用視頻記錄下自己獨自乘坐高鐵從實習地廣州回武漢家中的全過程。一路上，出租車司機、民警、高鐵和地鐵工作人員，還有陌生旅客等至少14人對她進行了一場「接力護送」。

視障女大學生獨自返鄉

1月26日，李怡瑾乘坐出租車前往廣州白雲站，出租車司機發現停靠離進站口還有一段距離，便主動下車找到民警說明情況，民警接過李怡瑾的行李箱，細心地將她送進進站口。在這之前，李怡瑾在「12306」App上購票時，填了重點旅客預約信息，高鐵工作人員早已在進站口等候她。進站安檢處，工作人員看見李怡瑾的導盲杖，迅速移開了安檢踏台，為她掃清一道潛在障礙。高鐵工作人員一直將她帶入車廂找到座位。

高鐵上，旅客得知李怡瑾的情況後，紛紛為她伸出援助之手：前排乘客悄悄調直椅背，為她讓出空間；鄰座乘客幫她安置行李，又在她耳機不慎滑落時，迅速彎腰拾起遞到她手中。出站時，工作人員自然牽起她的手，完成一場「無縫接力」。

當天19時許，列車停靠武漢站。工作人員已靜候在車廂門旁，將她護送出站，直達地鐵入口，與地鐵值班員完成「交接棒」。地鐵工作人員一路引導她上車，並不停地提醒她注意腳下。當地鐵4號線列車抵達新廟村站，接她的工作人員已經在等候，最後這段路，他們也陪着她，直到將她安全交到來接站的父親手中。

一路上說了97次「謝謝」

「是你們讓我每一步都走得踏實」從廣州到



●一路上，出租車司機、民警、高鐵和地鐵工作人員，還有陌生旅客等至少14人對她進行了一場「接力護送」。視頻截圖

武漢，這場跨越城市的「千里接力護送」，環環相扣。李怡瑾表示，希望這段紀錄能在新春之際傳遞一份力量：「感謝所有伸出過手的陌生人，是你們讓我每一步都走得踏實。」

有網友細心統計，從廣州到武漢，一路上她一共說了97次「謝謝」。作為自幼失明的學生，李怡瑾比其他同齡人付出了更多努力。從特殊教育學校到通過早考單招考入醫學院，如今她正積極備考醫師資格證。李怡瑾表示，困難從未消失，但解決方案總比困難多。

如今，她更是深切感受到，科技的進步讓自己的生活更加便利：打車軟件的「無障礙認證」，讓司機主動尋找她；手機的屏幕朗讀功能，讓她自如瀏覽信息；就連挑選衣服，也能通過輔助科技「看見」顏色與款式……「我並不覺得看不見有什麼不好，我接納自己，也願意走出舒適圈，像所有普通人一樣生活。」李怡瑾的語氣平和而堅定。

●央視網