



美甲、美妆、美发……颜值赛道愈发火热 “颜值经济”加速变产值

近年来,随着居民消费能力的提升和消费观念的转变,“变美”逐渐成为部分消费者的生活刚需。颜值产业链条不断延伸,各类新兴消费场景不断涌现,“颜值经济”的产值成色越来越足。

春节过后,美甲店出现“卸甲热”,一位美甲师笑称:“年前是贴不完的美甲,年后是卸不完的指甲。”这是节前“美甲高潮”的延续。和做美甲一样,买新衣、烫染发、做医美……在重要的年节时刻,人们总会选择扮靓自己,也让“颜值经济”在这个龙年春节显得分外红火。

围绕颜值发展起来的一系列消费产业,满足了消费者对美的追求。最常见的就是美妆护肤、美发美体、医美健身等行业。随着居民消费能力的提升和消费观念的转变,“变美”逐渐成为部分消费者的刚需,颜值产业链条不断延伸,“颜值经济”的产值成色越来越足。“颜值经济”的兴起,就是对这一消费变化的诠释,也是消费群体年轻化、生活美学商业化、消费升级等大趋势的充分体现。据《工人日报》

颜值商品赛道火热

近日,记者走进一家大型商场,化妆品、鞋帽服装、珠宝首饰等柜台人头攒动,人们挑选着自己心仪的变美好物。一位美妆产品销售员向记者介绍:“从最初的油性指甲油,到后来的可撕拉指甲油,再到这两年最新流行的美甲贴纸,光是让指甲变美的产品就层出不穷,不断更新迭代。”

为了满足消费者日渐多元和个性化的消费需求,颜值消费品迭代升级不断提速,各种细分领域不断崛起。同时,逐渐呈现产品科技化、形态轻量化等趋势。如家用美容仪、家用脱毛仪的热销,让消费者在家就可以DIY,实现基础美容美体。

商品不断上新,消费者持续心动,化妆品市场热度居高不下。艾媒咨询发布的《2024-2025年中国化妆品市场运行状况及发展趋势研究报告》显示,2023年,我国化妆品行业市场规模约为5169亿元,同比增长6.4%,2025年有望增至5791亿元。

各地也在积极抢抓“颜值经济”的东风,推动颜值变产值。以山东为例,瞄准化妆品产业发展,山东提出“美妆山东”计划,开拓颜值商品这条经济发展新赛道。

山东平度从女性消费者青睐的假睫毛中,挖掘出了商机。假睫毛最初只有两三种单一款式,而如今,平度生产的“太阳花”“婴儿弯”“仙子毛”等日用款假睫毛各有特色。根据材质、长短、卷翘度、使用场景的不同,品种达上千个。目前,平度假睫毛产值已超百亿元,成为全国乃至全球睫毛行业市场的风向标。

颜值服务发展迅速

除了购买颜值商品,越来越多的消费者热衷于通过美甲美睫、医疗美容、私教健身等服务使自己变美,颜值服务成为当前服务业的新兴增长点之一。

今年35岁的重庆女子胡妍(化名)是一位“时尚达人”,平均每3个月去美发店接一次头发,每两个月做一次医美项目。胡妍表示,爱美之心人皆有之,随着年龄的增长和身体状态的变化,她愿意将更多消费用于填补颜值“短板”。

当前,医美服务产业发展迅速,并逐步拓展版图,向男性市场、三四线城市下沉。春节前,山东德州的赵周仪(化名)决定不再观望,做了某注射类医美项目。他向记者表示:“希望40岁离自己远一点。”他认为,适度的医美不仅能改善颜值,还能提升自信,可以让他在生活和工作中展现出更好的状态。

刚刚过去的2023年,与“颜值经济”相关的不少服务行业交出了可观答卷。德勤和艾尔建美学发布的《中国医美行业2023年度洞悉报告》显示,中国医美市场规模2023年有望超过2000亿元。

另据美团发布的《2023年美容美体行业发展报告》显示,2023年前8个月,美容美体行业开店率为25%,美团平台上的开店率为55.1%,创近5年历史新高,远超2019年的16.9%。

从业者开店率和信心的增长,折射出“颜值经济”服务行业未来较大的市场空间,展示了“颜值经济”的巨大潜力。

“颜值经济” 解锁更多消费场景

随着消费者对颜值的认知和追求不断提高,颜值消费不再是年轻人、女性的专利。随着消费观念的变化,“颜值经济”也日渐突破美妆、美容等消费场景,解锁出更多消费场景,美颜软件、约拍、健身等多领域的消费需求快速增长。

年近50岁的张女士热衷于拍摄游客纪念照。去年国庆期间,她在河北秦皇岛的阿那亚景区花400元购买了1小时的约拍服务。她将精选的数张照片发在朋友圈,满意地表示:“拍出了随行亲友拍不出的专业效果,以后旅游还会找类似约拍。”

近年来,“要风景美更要人美”的消费需求在文旅市场上表现得日益明显。去西安穿汉服打卡、到福建戴簪花拍照、在云南穿民族服饰拍vlog……各大热门景区中身着传统服饰、民族服饰的游客成群结队,各类社交媒体上相关内容层出不穷,传统服装服饰产业持续发展壮大。一组美照、一个视频,带火一个景点、带热一个产业的案例频频上演。

有专家表示,当前,“颜值经济”消费场景不断拓展,已经由传统的护肤美妆和医美等“低频次”“高消费”,发展成“经常性”乃至固定的日常消费,开始深度融入百姓生活,成为一种刚需。更多消费场景的涌现,将进一步推动颜值消费提质升级。

延伸阅读

“颜值”一词原为网络词汇,兴起于2015年的互联网。其中“颜”在现代中国传统汉语汉字中解释为容貌,颜值则是衡量一个人整体的容颜英俊或俏丽的重要数值。“颜值”经历了从最初评价人的外在容颜到现如今评价物品的变化。随着人们对商品及服务品质需求的不断提高,对颜值的考量已不单单只是对“外在美”的肯定。越来越多的年轻消费者在愿意为“好看”“吸睛”等视觉感受消费的同时,也在无意中提升了对美的认知。无论是对高颜值单品的偏爱,还是对自身颜值的关注,都代表了当代人对于美好生活的向往与追求。