

百元“小妆造”撬动消费“大市场”——



消费新潮流，释放新热度 ③

一套妆造，沉浸体验

本报记者 孔德晨

当“留洋大小姐”与“晚清格格”的妆容在社交媒体上掀起热潮，当故宫红墙下的“公主”身影成为流动的风景，一种聚焦于“妆造”的消费新潮流正在城市悄然兴起。

在北京王府世纪大厦，鳞次栉比的妆造工作室构成独特的风景线。从“穿汉服拍照”到“沉浸式扮装”，百元级的沉浸式妆造体验消费如何撬动背后的大市场？记者进行了探访。

一顿火锅钱，体验低成本“穿越”

在北京，有这样一个“神奇”的地方：走进这里之前，还是普通“素人”，从这里走出，则变成了“格格”“小主”——这就是距离故宫东华门仅500米的北京王府世纪大厦。这栋商业楼，如今成了全国规模最大的“妆造体验工厂”。

从清晨到日暮，近百家妆造工作室在此运营，日均接待游客超万人次。工作日的下午三点，这里仍人头攒动，许多装扮好的消费者来往穿梭。在大厦一楼，记者发现，甚至有商户专门为消费者提供洗头、卸妆服务。

王府世纪B1层的一家工作室里，25岁的北京白领林然正对镜贴花黄，“刷到博主穿月白旗袍戴珍珠项链的视频，立刻拉着闺蜜来复刻！”林然对记者说，“最近‘留洋大小姐’和‘晚清格格’的组合在社交平台很火，两种截然不同的风格，正适合和好友一起来体验。”林然介绍，她选择的188元套餐包含化妆、服装租赁和道具。两人带着CCD相机钻进胡同，互拍了一组“民国风”写真。傍晚，她将九宫格照片发到朋友圈。“朋友问是不是花了大价钱，其实成本也就是一顿火锅钱。”林然说。

这样的场景在王府世纪全天上演。38岁



的济南教师张女士带着丈夫和女儿体验“皇家套餐”——女儿戴着小旗头扮“小格格”，她穿皇后常服，丈夫套上绣金龙的“皇袍”，一家三口在故宫太和殿前拍摄全家福。“回头率特别高。”张女士说。

国际游客也越来越多。来自越南河内的阮氏家族八口人，提前两周预约了王府世纪三层一家工作室人均约400元的高端妆造服务。“我们在社交媒体上看到中国妆造视频，特意把北京定为家庭游第一站。”她抚摸着衣襟上的牡丹纹样感叹，“这些服饰的工艺让人震撼，租用8小时仅200元。”

这场“古装妆造热”，已悄然“烧”至全国各地。陕西省境内汉服相关企业多达2053家，在全国汉服企业总数中占比超25%。其中，西安市独占1814家，成为全国汉服文化消费体验“第一城”；山东省菏泽市是汉服相关企业最为集中的城市，其中曹县已拥有汉服企业2524家，线下汉服体验店达206家，形成了完整的产业链条和品牌孵化体系；2024年河南洛阳汉服体验店数量激增，全年吸引520万人次体验汉服，带动消费8.8亿元。北京故

产业链协同发展托举妆造消费

妆造体验消费何以这样火？

“10年前穿汉服上街会被围观，如今已很寻常。”00后大学生陈薇说。这背后有传统文化复兴的影响。随着《国家宝藏》《唐宫夜宴》等文化节目热播，年轻一代对传统美学的认知从“博物馆展品”转变为“可穿戴的文化符号”。“在故宫红墙下梳起两把头，在洛阳应天门披上唐制大袖衫，这些行为既是我们审美表达，也是一种文化认同。妆造体验让历史从书本‘活’了起来，亲身参与更能体会到文化传承的责任感。”陈薇说。

性价比也吸引了许多消费者。“不用花多少钱，每月换一次‘皮肤’，太有趣了。”有年轻人这样说。王府世纪一名商家给记者算了一笔账：2023年客单价下降18%，但复购率提升至63%，“消费者从每年拍1次2999元写

真，变为每月花299元换造型”。

抖音平台“汉服妆造”话题播放量超300亿次，小红书相关笔记日均新增2万篇……社交媒体让这场“国风热”持续扩散。深圳自由职业者佳怡分享了自己的“种草”经历：“首页推送许多妆造攻略。博主们连眼影配色、发髻高度都标注得清清楚楚，想不动心都难。”算法不仅精准捕捉用户偏好，更通过“挑战赛”“仿妆教程”等内容，将妆造体验打造成“打卡项目”。许多商户向记者透露，约70%的客流量来自社交平台引流，“许多客人拿着平台截图点名要化‘同款妆’，前期做的功课都很足”。

产业链的成熟为“百元体验”提供了坚实支撑。杭州汉服厂商徐建国亲历了行业巨变：“2015年做一件复原款马面裙成本要800元，现在规模化生产后压到200元以内。”目前全国汉服生产企业快速增长，苏州、菏泽等地形成从面料织造到配饰加工的全产业链集群。就连曾被视为短板的妆造培训，也发展出标准化课程——成都“锦瑟学院”每年输出超千名持证化妆师，学员3天即可掌握基础发髻技法。“过去化妆师靠师徒制培养，现在产业

分工细化，就像快餐店备菜，每个环节都有专人负责。”有化妆师这样跟记者打比方。

“产业协同让百元体验成为可能。”中国人民大学公共管理学院公共财政与公共政策所副所长李青说，“以‘妆造成本公式’举例，服装租赁成本占比从2015年52%降至2023年28%，而流量获客成本从18%升至35%，商家把钱花在社交平台推广而非面料囤积，这是典型的互联网经济特征。”

新兴市场蕴藏巨大潜力

火爆的市场也带来激烈的竞争。

在王府世纪4楼，记者目睹两家工作室上演“抢客大战”：某店销售打出广告“妆造98元送假发片”，隔壁店家立即反击“89元任选三套服装”。

价格低廉，消费者自然乐见，但从业者则是心情复杂。

“行业门槛不高，近两年大量商家涌入，进入‘卷价格’阶段。”王府世纪“满庭芳”工作室负责人苏苏介绍，店内妆造加服装租赁价格是398元/位，略高于业内同行。算成本，人工是重要组成部分。目前，品牌妆造店的化妆师和摄影师多为全职，且经过专业培训，完成一套妆造需要精工细作。成本的“大头”还包括服装。苏苏介绍，店里共1000多套服装，全是原创正版汉服。一件重工汉服购入价要1.8万元，一拍一消毒。“好品质、好口碑是最重要的，但由于缺乏成熟的监管模式，行业发展面临‘成长的烦恼’。”苏苏说。

以低价为招牌的企业则另有一套算法。有商家表示，消费是分层的，有人愿意花500元体验一次，要求化妆品都是大品牌、服装至少九成新；有人则对细节要求没那么高，好看、卫生就行。作为一个新兴产业，先要将各类消费者吸引进来，低价供给不可缺少。

数据显示，汉服产业2023年市场规模已超144亿元，预计2027年将达到241.8亿元。“这一数据涵盖整个产业链，包括设计、制造、销售等，其中‘汉服妆造服务’作为产业链下游的重要环节，其规模与整体市场增长密切相关，正在不断扩大。”李青说。

激烈的竞争会推动参与者进一步找准定位，使市场逐渐分层。”李青表示，当前妆造行业关键是要守住安全卫生的底线。以服装卫生为例，多数商家采用紫外线消毒柜处理服饰，但在消毒时长、频次方面缺乏统一标准。个别店铺为省电，每日仅消毒1小时，这就无法达到理想杀菌效果，由此产生一些消费纠纷。她建议，可参照餐饮业“明厨亮灶”模式，要求商家直播化化妆间操作流程。消费者扫码即可查看服装清洗记录等，倒逼企业透明化运营，“这一新兴消费市场蕴含着巨大的发展潜力，要引导好、发展好”。

广发银行在浙开展“千企万户大走访”活动，服务小微企业发展

新时代新征程民营经济发展前景广阔、大有可为，广大民营企业和民营企业家大显身手正当其时。近日，广发银行在浙江省开展“千企万户大走访”活动，并联合义乌市人民政府金融工作办公室，深入义乌国际商贸城，实地了解企业经营情况，精准把握资金需求，持续推动支持小微企业融资协调工作机制落地见效。

义乌国际商贸城是全球最大的小商品批发市场，经营面积达640余万平方米，拥有7.5万个经营商位，从业人员21万人，日均客流量达20多万人次，是小微企业蓬勃发展的沃土。此次走访活动中，广发银行联合义乌市人民政府金融工作办公室与商贸城管理方浙江中国小商品城集团开展深入交流，了解浙江中国小商品城集团和商贸城商户的金融诉求，并现场办公，量身定制综合金融服务解决方案，切实为小微企业解决融资难题。其间，广发银行还聚焦浙江民营经济、高科技企业和外贸经济特色产业集群，深入浙江某新材料科技公司、浙江某信息技术公司，了解不同行业小微企业的经营痛点与金融需求，为后续精准服务提供有力依据。

广发银行始终秉持服务实体经济的责任担当，积极响应政策号召，倾斜资源，推动支持小微企业融资协调工作机制发挥更大效能。今年，广发银行将服务小微企业作为重要任务，坚决贯彻落实支持小微企业融资协调工作机制相关要求，以金融之力助推民营经济高质量发展。

强化供给，夯实服务基础

广发银行成立以总行党委书记、行长为组长的工作专班，制定行动方案，积极开展宣传引导，打通普惠金融惠企利民“最

后一公里”。首先，不断丰富普惠金融产品体系，持续加大产品创设力度，聚焦外贸、民营、科创等重点领域，推出“商城E贷”“专精特新E贷”“普惠E贷”等专属产品，精准满足小微客户的多元化需求。同时，全力提升审批效率，优化调查审查流程，明确各类授信时限要求，灵活运用“线上+线下”信贷产品和绿色审批通道，全力提升企业信贷办理速度。此外，还不断加大扶持力度，推出无还本续贷政策，持续扩大政策覆盖范围，降低“过桥”成本，切实为小微企业稳健经营纾困解难。截至2024年末，全行小微企业办理无还本续贷业务规模较上年增幅达53.8%，以实际行动助力小微企业稳健发展。

提升能力，优化服务体验

为进一步提升金融服务水平，广发银行充分发挥中国人寿集团综合金融优势，为小微企业定制“银行+保险”专项综合金融服务方案，通过“数企通”、惠财计划、养老保险等一揽子拳头产品，把具有广发特色的“信贷+”金融服务送达更多小微企业。同时，提升重点行业服务能力，面向5G、医药、集成电路、锂电池等12个关键领域，制定差异化行业授信指引，开展专项业务培训辅导，引导全行信贷资源向新兴产业等重点领域倾斜，为小微企业精准输送金融“活水”。

完善机制，激发服务活力

广发银行主动倾斜财务资源配置，对普惠小微企业实施优惠政策，目前普惠贷款内部资金转移定价(FTP)较其他贷款低80个BP；对包含民营企业在内的关键领域贷款实行专项利率定价优惠，引导全行对普惠及民营客户积极授信。同时，营造积极氛围，修订完善广发银行普惠金融信贷业务尽职免责工作机制，明确认定标准和免责条件，对无主观故意、已尽职履行信贷相关工作职责等情形予以免责，让金融服务小微企业的底气更足，动力更强。

广发银行已累计走访小微企业超3.87万户，为1.69万户小微企业授信超598亿元，全行各级机构正加快行动，深入市场、园区、商圈，对接小微企业实际融资需求，确保支持小微企业融资协调工作机制触达区县客户，助力小微企业茁壮成长。

下一步，广发银行将继续全力推进支持小微企业融资协调工作机制落地见效，继续强化作为金融央企成员单位的使命担当，服务小微企业、助力实体经济，以更精准的产品、更高效的机制、更温暖的服务，为小微企业高质量发展注入源源不断的金融动能。

数据来源：广发银行



•广告•