



# 颜值经济走俏，你会为“好看”买单吗？

当山河国色“走”进眼影盘，一瓶汽水里凝结了更多彩的设计……美，这个人心向往的字眼，激发了更多创造，带火了更多消费。

美妆、美衣……与美有关的创新创造正走向风口。数据显示，上半年，全国升级类商品消费较快增长，限额以上单位体育娱乐用品类、化妆品类的商品零售额两年平均增速超10%。“颜值”经济走俏，你会为“好看”买单吗？

将卡通图案、打卡日记印上包装；捂热瓶贴可展示“秘密”话语；拆盲盒抽取“隐藏款”……把饮料做成玩具和社交，一段时间以来，汉口二厂的“网红汽水”走俏市场。

通过精巧的设计、有趣的包装、高颜值的造型等抓住消费者的眼球，“美中有卖点、玩中出消费”逐渐演变成为一种趋势。

美妆领域，东方景致、亭台楼阁“写入”眼影配色、彩盘设计；家居领域，ins风、工业风越来越多地“走进”家居搭配；在视力矫正的同时“美妆化”，隐形眼镜中彩瞳品类持续走红……有报告显示，近3年，彩瞳复合年均增长值近50%。

火热的市场源于人们对美的追求。彩瞳品牌Moody的CEO慈然告诉记者，以彩色隐形眼镜为例，消费者越来越在乎健康舒适且时尚的供给，渗透率

快速上升，行业正处在大的变革期。

美妆、服饰等多个领域企业负责人认为，新生代消费者更加张扬个性、追逐时尚，这给新国货品牌带来了很好的机会。抓住“颜值”经济风口，大量人们印象中的传统品牌布局快时尚等领域，新生力量也在不断崛起。天眼查数据显示，目前，我国有超过54万家经营范围含“彩妆、护发、护肤、香水”的日化用品相关企业，年注册量呈增长趋势。

美丽的外表、有趣的灵魂，越来越多的产品由此打动消费者。看似感性的背后，集结了理性的创新、设计和运营。

这里有蕴藏于新消费的新商业。“颜值”经济往往离不开流量二字。用产品创新带动流量，用情感共鸣连接用户，是关键点之一。

“励志汽水”传递奋斗姿态，“杨梅吐气茶”鼓励自信……汉口二厂的饮料有着不少标签。“我们希望每一款汽水都有对应的‘画像’，有性格、有情绪、能互动。”汉口二厂创始人金亚雯说，“产品自带强互动性和话题性，不仅会在颜值上赢得青睐，也在社交平台上聚合流量。”

社交平台、直播电商的发展同样为“颜值”经济创造空间。

不久前，抖音发布了国风合伙人扶持计划，将对创作者进行专项扶持

和奖励。截至目前，抖音国风合伙人话题相关视频播放量已超135亿次。

近日，快手举行2021电商服务商生态千人大会，快手电商服务商生态和区域运营负责人李丛杉说，针对不同行业直播需求提供更专业化、精细化服务的电商服务商快速崛起。快手将通过平台扶持，进一步激发服务商价值，赋能更多品牌、商家和达人。

很多“高流量”产品的背后都有智慧的制造。新制造，也是支撑新消费的关键。

智慧养生品牌左点主理人朱江涛告诉记者，企业把“个性化定制”与“规模化生产”连接起来，通过不断吸引、反馈、改进，在智能养生领域打开年轻人的需求缺口，建立市场竞争优势。

“新消费群体对品控等要求更高。”慈然说，企业尝试在供应链设“驻场团队”，并对每一盒彩瞳建立唯一认证码和溯源体系。

“新消费的背后有新一代消费群体观念的变迁。但‘颜值’也好，‘情感’也罢，都是要打动年轻人，满足他们对产品品质、体验的追求。”朱江涛说，谁能基于用户的消费痛点出发，更能为用户解决核心问题，谁就有快速增长的机会。

摘自新华网

## 当AI遇见早餐工程，有啥不一样？

门店内，机器人烧制的早餐可以自助选取，结账时AI（人工智能）“慧眼”识别，“刷脸”即可买单；手机上动手指提前下单，就可以在智能柜里刷码领取早餐；如果你错过了门店的营业时间，还可通过24小时开放的智能小吃机，吃上热乎乎的现制现售汤面。在这个社区食堂里，早餐有了不一样的“科技味”。

这座不一般的社区AI食堂位于上海市长宁区虹桥街道，设置有自助中餐区、自助浇头面档、网订柜取、24小时智能小吃机等4类区域，实现了全程数字化管理和无人烹饪。

现场可以看到，机器人将中央工厂配送的净菜放入对应的智能烹饪系统中，系统会自动根据当日菜单识别食材并进行煎、烤、蒸等操作，一次

可同时完成100份菜品烹饪；在面档区，用餐者只需要将碗放在“取面位”，机器人便能“感知”订单来了，去压面机前取面放入汤煲自动烹饪，将面倒入碗内后，面碗自动运至面汤龙头前加汤，并自动出餐。结算时，用餐者通过智能结算台自助进行菜品识别、菜品价格计算，支付方式包括人脸识别、刷卡、扫码等。

“价钱挺便宜的，餐食的选择也多，光早餐就有30多种，环境也很整洁。”家住附近的李大爷听说周围开了一家特别的新食堂，特地前来尝尝机器人做的面条有啥不一样。

店内的员工几乎都由AI和机器人来担任，现场只有两名员工为机器人“打辅助”，负责投料和清洁工作。“传统的食堂，一名员工大约可服务35

到100人次的客流，AI食堂里一名员工可服务200人次的客流，比传统食堂的效率提升了50%以上。”虹桥社区AI食堂的运营方有关负责人说，社区食堂刚上线，日均客流量就已达200人次。下一步，随着无人食堂二期工程9月完成，这间“聪明”的食堂将可以进一步为社区周边的老年人配餐，每天可满足800到1000人次的用餐需求。

“技术跑得快，也要‘等一等’老年人。”上海市商务委服务业处副处长徐建春说，AI食堂专门加入了适老化技术的应用，餐食营养结构针对老年人的需求设计，在结算的时候还专门加入了老年卡的消费使用，用科技手段提升老年人的生活便利度，守护特大城市的袅袅烟火气。

摘自人民网

## ■ 史海钩沉

### 古人怎么过秋天

立秋过后，天气逐渐开始凉爽起来，也将迎来户外游玩的好季节。那么，同是凉爽宜人的秋天，古人都在忙些什么呢？

#### 赏 花

“马穿山径菊初黄，信马悠悠野兴长。万壑有声含晚籁，数峰无语立斜阳。棠梨叶落胭脂色，荞麦花开白雪香。何事吟余忽惆怅？村桥原树似吾乡。”秋天虽无春天百花的烂漫，却有桂花、菊花和其他秋花次第开放、争相斗艳，引得人们纷纷走出家门去赏花。这首《村行》就充满了诗情画意。信马由缰的诗人穿行在他乡暮色的山间小径，走走停停，观赏路边初开的金菊、散落在阡陌田间红艳的棠梨树落叶，还有那如雪洁白的荞麦花也散发出阵阵馨香。这样色彩纷呈的美景多像故乡的秋色啊！

#### 品 蟹

“不到庐山辜负目，不食螃蟹辜负腹。亦知二者古难并，到得九江吾事足。庐山偃蹇坐吾前，螃蟹郭索来酒边。持螯把酒与山对，世无此乐三百年。”秋分起，蟹脚痒，古代的吃货们一到此时就坐不住了，到处打听哪里的蟹好吃。这首《游庐山得蟹》读来直白有趣，仿佛让人看到一个古代的饕餮之士急切地想去品蟹的神情。听说庐山景美蟹好，可是要上班要攒够银子才能去。终有一日实现了梦想，心里那个美啊，一手拿着蟹脚，一手举着酒杯，对着高耸苍翠的庐山，感觉世上再也没有比这更满足的事了。

#### 登 高

“江涵秋影雁初飞，与客携壶上翠微。尘世难逢开口笑，菊花须插满头归。但将酩酊酬佳节，不用登临恨落晖。古往今来只如此，牛山何必独霑衣。”秋高气爽的季节里，还有什么比登上高山纵情豪饮更能释放内心的苦闷呢？这首《九日奇山登高》就描绘了古人和朋友在大雁南飞、秋水清碧的时节提壶携客，出郭登高情景。两人唠着唠着喝多了，什么烦恼忧伤都抛九霄云外了。

#### 看 鹤

“自古逢秋悲寂寥，我言秋日胜春朝。晴空一鹤排云上，便引诗情到碧霄。”古人推崇慢生活，不像现代人这么忙忙碌碌，他们走在路上，看到雁啊鹤啊，也能呆望半天，写上一首诗。这首《秋词》就刷新了今人对古人伤秋悲秋的认知固化，谁说古人一到秋天就觉得悲凉呢？其实秋天比春天更美好，看那蓝的碧空，一只白鹤凌云而飞，那颗被世俗束缚的诗心啊，早跟随着飞上了蓝天。

看看古人多豁达，我们是不是也要趁着这天高云淡的好时节，走出家门，学习古人把秋天也过得多姿多彩，诗意充实呢？

摘自《大连日报》