

商业
观察

商场里的儿童汉服馆 越来越多了

价格从百元到上千不等,还能提供“妆造服务” 有家长为孩子囤齐一年四季款

本报记者 祝瑶/文 俞叶波/摄

工作日的上午,距离杭州滨江宝龙城正式开门迎客不到半个小时,4楼亲子区儿童汉服馆的店员,做成了当天的第一单生意。一对中年夫妻,看了好几套,最终给孩子买了一套店里热销的淡色襦裙,价格在五六百元。

钱报记者注意到,如今,杭城不少商业综合体都开出了儿童汉服的实体店。商场×儿童汉服店,这会是商业综合体的新流行标配吗?

价格从百元至上千元不等 儿童汉服店开进商业综合体

开在滨江宝龙城亲子楼层的“桃花调”,在一排儿童服装区内有些不同,非常古风。店员告诉记者,这家线下门店上个月开业,已经有了回头客,目前在杭州也陆续开出3家商场门店了。“开业以来,最火爆的是今年中秋节假期。最夸张的一天,人气太旺了,我们忙了一天才吃了一顿饭。”店员说,碰上传统节日以及学校汇报演出高峰期,儿童汉服的人气跟着蹭蹭地向上走。

新亮相的线下儿童汉服店,不光是方便家长孩子沉浸式感受汉服之美,还成为了“眼睛学会了手作废了”妈妈们的救星。不少线下门店还提供“妆造服务”,可以帮孩子们梳头扎发髻、搭配古风装饰。

在新开业不久的滨江银泰,另一家儿童汉服品牌“西子问”的线下门店,紧挨着人气亲子游乐场meland。晚上八点多,钱报记者还遇到了带着孩子来试穿汉服的家长。

家有3岁萌宝,90后辣妈小张说,这几个月,滨江银泰、之江银泰、宝龙城等不少商业综合体都开出了儿童汉服的实体店。不过,据店家介绍,儿童汉服很少参与打折,价格比较坚挺,零售价从百元至上千元不等。

越来越多的人发现汉服的美,加入到同袍(汉服圈内对志同道合的友人的称呼)的行列。在同袍社群中,也有妈妈们晒出一年四季的“存货”,包含了春夏秋冬款的儿童汉服。“汉服,真的不仅仅是一件衣服,背后还有历史文化。”小张表示,汉服的各种制式——唐制、明制、宋制、魏晋风,都各有时代特色,绣花、布料选择,乃至配饰、礼仪,都非常讲究。



图片由汉服品牌“十三余”提供

汉服市场规模为105亿元 “新汉服”还在寻求多元化场景

那么,这会是今年以来,杭城商业综合体的新趋势吗?在业内看来,商场更乐意打好“亲子牌”。作为儿童服饰类目之一的儿童汉服店,也和其他亲子品牌以及设施一样,帮助购物中心勾勒出周边客群的“画像”:核心客群越来越集中在年轻有孩且追求生活品质的家庭型消费者,并且,这个比例还在上升。

从消费角度看,近些年汉服正逐渐受到市场认可,知名的汉服品牌也在陆续布局,往亲子方向做设计。“这也从侧面反映出,汉服不再是年轻人的专属,它的消费圈层在扩大,接受的人群也越来越多。”在汉服品牌“十三余”CEO路洋看来,随着汉服破圈,去年,“十三余”也开出了童装汉服系列,目前童装正呈现增长趋势。

路洋从商业实践角度对“新汉服”进行了解读:“汉服文化正在不断变化,先锋创新性、大众开放性和情境多元性,正在成为‘新汉服’的核心特点。”路洋表示,对汉服的设计做更加符合当代人穿着需求的改良,结合当下大众的多元穿着情境和时尚美学加以创新。“不论是婚礼、成人礼,还是商务宴会和拜访,甚至日常通勤和逛街购物,新汉服都能融入其中。”比如,“通勤汉元素”入围2022年淘宝天猫秋冬9大风格趋势,这也从侧面证明了一旦新汉服与当代审美相结合,其在大众时尚领域将潜力无限。

钱报记者了解到,为了让儿童穿起来更舒服,品牌也会做改良,如儿童汉服会添加暗扣,方便穿脱;直接接触皮肤的汉服,会额外加上一层棉内衬。

据最新发布的《2022年中国新汉服行业发展白皮书》,汉服消费者规模在2021年已达到1021万人,同比增长14.4%;汉服市场规模为105亿元,已成长为颇具规模的消费分支。不过,当前汉服市场规模仅占中国服装行业的0.8%;另一方面,高达80.4%的消费者对符合日常多元穿着需求的“新汉服”表示青睐。新汉服有望成为社会大众主流服饰分类,在服装市场的渗透率预计将达到约5.0%,消费人群将超1.3亿,带动汉服市场进入千亿时代。

图片由汉服品牌“十三余”提供

打卡“黑珍珠”成新趋势 杭州不少餐厅 国庆首日预订 满座率超80%

本报讯“据说这家是城内性价比最高的黑珍珠,去年国庆没提前订,等了好久才吃上,这次提前半个月就在线上订好了。”杭州市民李先生最近订到了汉舍小雅汉舍小馆,“今年国庆不打算出远门了,但能带家人吃顿好的也是个不错的选择。”

国庆临近,七天假期“吃什么”向来是一大热议话题。昨天,有数据显示,北京、上海、杭州不少黑珍珠餐厅国庆首日预订的满座率已超过80%,部分门店已线上提示“已订满”或“不可订”。

据美团餐厅“订座”数据,提前一周预订国庆假期黑珍珠餐厅的订单量同比去年增长超49%,北京地区相关订单量同比增长3倍,杭州、上海增幅位列二、三位。特别是临近国庆,以“秋”为主题的黑珍珠餐厅菜品线上预订量同比去年增长150%。

“目前来看,我们门店黄金周预订基本全满。”杭州黑珍珠一钻解香楼餐厅负责人表示,解香楼地处景区,国庆黄金周的生意比平时更好。不单是餐厅所处的紫萱度假村,西湖周边的精致餐厅生意都不错。“基本上当天来都订不到位置,消费群体也主要是以当地人接待外地朋友,来黑珍珠餐厅打卡为主。”

除了海鲜外,还有板栗、柿子、秋月梨等应季果蔬进入黑珍珠餐厅,并行变出多种宝藏吃法。比如,杭州黑珍珠一钻木守西溪溪隐餐厅每逢秋季则以“柿”为宴,推出柿叶柿醋西溪鱼、柿子果木烤羊排、柿柿如意糕甜品等,将柿子幻化成不同的元素,让食客从冷盘、主菜到甜品,一路将柿子的创意菜吃个痛快。

黑珍珠餐厅指南数据显示,台州、扬州、厦门等城市的餐厅浏览量同比增长翻倍。

本报记者 陈婕