

95后 做个精致 Boy 男性“颜值经济”崛起

记者 王心怡

今年休渔期，象山船老大老周倒是没闲着，主动揽下了家里大大小小事情，帮儿子取了不少快递，不瞅不知道，一看吓一跳。

三张快递面单上，写着水乳精华面膜等字眼。这个糙汉涨红了脸问儿子是不是谈恋爱了，儿子的回答却颇为理直气壮，自己用，还不忘吐槽一句：“我才不想像你一样，脸上坑坑洼洼呢！”

老周被噎得说出一句话，去年爱人买给他的大宝瓶身，早已落了一层灰。

大宝，曾几何时是男士护肤的顶配，涂水乳精华更是件可笑的事情。现在，综艺里带妆小鲜肉的流行，微博上大批男性美妆博主的出现，短视频中“高颜值”小哥哥成网红，似乎，我们再也无法忽略一种截然不同的趋势——男士美妆正越来越受到关注。

A 学会化妆，是他们的生存必备技能

早上：香奈儿山茶花洗面奶、兰蔻小黑瓶肌底液、SK2神仙水、科颜氏美白淡斑精华、安耐晒防晒霜；晚上：资生堂男士洁面乳、兰蔻小黑瓶肌底液、悦木之源菌菇水、Olay小白瓶美白精华、cpb夜乳；底妆：cpb白管隔离、ysl羽毛粉底液、ipsa三色遮瑕膏、纪梵希定妆散粉、nars修容粉、cpb高光粉、Dior变色唇膏。

看着郑杰发来的早晚护肤和底妆清单，记者不禁感叹自己一个女孩子竟活得比男生还粗糙——早上涂个水乳就出门了，晚上回来后抹把脸便上床“懒人躺”。

郑杰对护肤美妆的诉求，伴随着青春期接二连三蹿上脸的痘痘一并萌芽，进而愈发强烈，一路朝着“精致boy”的路线狂奔前进。

“一开始什么都不懂，去超市买了人生第一支洗面奶，可痘痘却越冒越多，到了高中，Dior、Chanel、Sisley大牌的明星产品，一顿瞎买，皮肤状态也越来越不稳定，大学后，看了不少小红书上美妆博主的分析和推荐，慢慢开始了解自己皮肤的性质、冒痘的原因和应对的方法。”

不过分地说，他容不得自己1996年出生的面孔上长出一颗痘。

这种对面部干净整洁的完美主义，让他越买越多，也越买越贵，平常找朋友代购，偶尔碰上出国也会买一些，如此算下来，他每年花在护肤美妆产品上的钱起码2万元打底。

他不是没有“同盟”。

同样也是1996年出生的全东海往脸上捣腾的原因，用他的话来说是，迫不得已。

毕业前，他在金华电视台实习做外景主持，毕业后，回到宁波做婚庆司仪，但不管是哪种职业，上台“干净体面”是最基本的要求，有时候舞台灯光打下来，脸上不打个底反而显得死气沉沉了。

回忆起第一次化妆的经历，全东海还闹出过笑话，为了赶时间上台，他向边上的女生借了支BB霜，像涂洗面奶一样地往脸上抹，粉霜深深浅浅地卡在了双眼皮、眉毛和发际线上。

打那时起，学会化妆就成了“全东海们”生存必备技能。

根据CBNData数据显示，美妆行业已不再过度依赖23岁-28岁年龄段人群，消费年轻化趋势不可挡。其中，95后消费者已逐渐成为美妆消费的核心人群，其线上消费规模增速连续3年保持3位数增长，男性也不例外。

郑杰和全东海都发现，周围的室友、同学或多或少都有在用一些护肤产品，诉求也不外乎美白、控油、补水、遮痘印、遮毛孔，他们说：“其实，很多男生都想变好看，但担心‘缺乏阳刚气’‘娘炮’的误会，让他们往往迈不出第一步。”

郑杰的护肤化妆品。