

# 从指尖艺术到社交空间，“几十元钱就能待上一天” 手作店挤满为情绪价值买单的年轻人

文/片 记者 杜春娜  
实习生 裴承子 济南报道

## 不只手工体验 更是社交空间

27岁的宋逸飞在山东手造展示体验中心经营着一家手作店，店里手作项目较多，包括掐丝珐琅、非遗螺钿等非遗手工作品，也包括拼豆、石膏娃娃等时尚潮流手作。项目不同，产品价格随之不同。

“我们店有一百多种手工项目。”宋逸飞从大三开始自主创业，在2020年开了第一家手工店，迄今为止，已经开了四家手作店，其中三家为集合类的手作店，“与单一品类的店不同，集合类的手作店成本要更高一些”。

“手作的受众很广泛，从七八岁的小朋友，到七十岁的老人。”宋逸飞说，手作产品上手快，不复杂，能让顾客得到动手的满足感和成就感，“由于手工项目更新换代比较快，我们也需要定期去外地考察，随之更新项目和设施”。

一位正在制作拼豆的姑娘说：“拼豆手工并不复杂，就是需要一些耐心，经过一两小时制作

当下，“拼豆”这一手工游戏成为一些年轻人的新宠，手作店也随之再度流行起来。在众多经营者看来，手作店提供的不仅是手工体验，更是一个“几十元钱就能待上一天”的社交空间。小小的手作店里挤满了为情绪价值买单的年轻人。



济南泉城路一家手作店内，不少顾客正在体验拼豆。

完一件拼豆作品，特别有成就感。”她还说，自己很乐意为满足自己情绪价值的手工买单。

马万在济南也拥有四家手作店。2024年，他在长清区开了自己的第一家蛋糕手作店。“人气最旺的时候，一个月净收入可达几万元。”

在马万眼中，手作店提供的不仅是手工体验，更是一个“几十元钱就能待上一天”的社交空间，尤其适合朋友小聚、家庭亲子或情侣约会。“最初在长清只是尝试开店，但很快就火了，还引起了一波开店热潮。”后来，马万在市区接连开了三家门店。

## 店铺能否留住顾客 服务与专业性成关键

3月22日下午，济南泉城路一家手作店内，不少顾客忙着体验拼豆。记者走访发现，手作店多集中在商圈。

不过，手作店仅靠选址并不能在行业竞争中“拔得头筹”。随着行业发展，消费者的需求已不再局限于完成一件作品，而是更加注重整体体验感与服务品质。多位从业者表示，近年来，顾客对专业技术、成品质量以及店铺氛围的要求明显提高。

宋逸飞说，当手作行业刚进入济南时，消费者新鲜感很强，但如今，随着行业的不断发展，服务与专业性已成为店铺能否留住顾客的关键，“有些顾客对讲解的专业度要求比较高，我们会经常培训员工，提高他们的专业性，指导消费者做出满意的成品”。

马万也持类似观点。“客户重视环境、舒适度和社交氛围，同时，技术要过关。”在他看来，服务并不是“卷”出来的，而是店铺本应做好的基本功，“手作店的店面质量也要过关”。

当优良的服务叠加一定的专业性，手作店也迎来了许多回头

客。马万透露，他的一家店铺，老客户占比高达80%以上。“客户愿意反复来，是因为这里有一个合适的环境、合适的价格，以及优良的服务。”

## 紧跟潮流的同时 也在拓宽新领域

宋逸飞介绍，2022年是济南手作行业发展的巅峰期；2024年后，一批手作店陆续闭店，“到了现在，济南的手作行业到了平稳发展的阶段”。

随着“拼豆”的爆火，不少手作店因此迎来新的发展机遇。“我们当初开店的时候就有拼豆。”宋逸飞说，此前“拼豆”的人气比较平稳，随着它的爆火，这部分的营业额随之上涨。“它的爆火确实‘盘活’了不少手作店。”

紧跟潮流项目的同时，不少手作店开始拓宽领域，例如，接受团建订单。“团建订单多是非遗手工作品的制作，一般按照项目和人数收费。”宋逸飞介绍，目前所接的团建订单中，人数最多一场是400多人。

“今年以来，与同期相比，顾客数量、会员人数以及复购率都在增加。”谈及未来，宋逸飞颇为乐观，“新的‘顶流项目’会不定期出现，支撑行业发展”。

# 共享“十五五”新机遇 以新投资展示对华信心

安利全球总裁兼CEO迈克尔·尼尔森出席中国发展高层论坛

与中国共进，与世界共享，跨国企业正锚定中国式现代化的全新机遇。3月22日至23日，中国发展高层论坛2026年年会在北京钓鱼台国宾馆举行，本届论坛以“‘十五五’的中国：高质量发展与共创机遇”为主题，吸引国内外工商界代表等约750人参会，包括来自国际组织、跨国企业以及全球工商界100多位外方代表。

论坛围绕宏观政策、消费增长、绿色转型、人工智能、大健康产业等议题举行13场研讨会，深入探讨“十五五”规划的中国机遇与合作路径。

安利公司连续17年受邀参加中国发展高层论坛，安利全球总裁兼首席执行官迈克尔·尼尔森出席国家卫健委闭门圆桌会，并在“健康中国2030”与大健康产业研讨会上发表主题演讲。他表示，“十五五”规划聚焦高质量发展与高水平对外开放，为外资企业长期深耕中国市场注入坚定信心；同时，“十五五”规划提出“投资于中国”，将人口高质量发展和“健康中国”建设提升至新高度，为大健康产业注入强劲动能。

安利扎根中国市场31年，中国已连续23年稳居安利全球最大市场，并成长为安利全球供应链枢纽、创新策源地与战略增长引擎。过去五年，安利(中国)年均复合增长率6%，实现从资源倾斜的“中国优先”跨越到赋能全球的“中国领先”，成为外企深度融入中国、全面引领全球发展的生动样本。



安利大健康社群活动。

## 锚定“十五五”，投资中国就是投资未来

中国拥有规模巨大、结构多元、快速迭代的消费市场。消费者越来越多地为身心健康、兴趣爱好、独特体验买单，健康消费正成为消费升级的核心赛道。数据显示，2022年至2025年，包括健康消费在内的服务消费年均增长10.4%，银发经济规模预计将从2025年的10万亿元规模增至2035年的30万亿元，约占GDP的10%。

营商环境不断改善、市场潜能持续释放，安利用真金白银投下信任票。迈克尔·尼尔森介绍，2023年至2027年间，安利已启动一项为期五年、总投资额达21亿元人民币的投资计划，用于强化生产与供应链、提升智能数字基础设施、推进研发创新，以及升级

顾客体验设施。

北京之行只是迈克尔·尼尔森此次访华的起点。他还将到访创新之都深圳，安利中国的总部广州，最后一站前往成都，出席安利美洲之外首个自有有机农场的签约仪式。这个选址在成都市彭州市的农场，将规模化种植安利自主培育的优良中草药新品种，探索有机农业和智慧农业技术，加速研发成果产业化转化，为创新产品提供高品质原料保障，进一步延伸安利在华价值链，深化与本地合作伙伴的共赢发展，推动中草药的标准化、现代化和国际化。

近年来，安利充分融入中国开放融合的创新生态，与权威科研机构、知名高校深度合作，加强本土化创新的力度与成效。依托人工智能技术，安利自主研发“神农系统”，整合分析大量中医经典

方剂、植物功能成分与健康靶点数据，融汇传统中医智慧与现代生物医学新知，提升新品开发效率。过去三年，安利已成功推出多款聚焦细胞衰老、脑力抗衰、行动力抗衰、代谢健康的新品，其中两款上市首年销售额均突破10亿元。

安利还与中国航天合作，三次开展中草药植物航天育种实验，与宇树科技携手，在自有或认证有机农场部署智能机器狗，用于中草药种植巡检与生长监测，推动智慧农业发展。

从田间到太空。中国独特的创新生态，丰富的创新应用场景，以及井喷的大健康市场需求，为安利在华发展注入澎湃活力。

## 激活健康小单元，服务健康中国大战略

“十五五”规划将健康中国建设提升至新高度，强调“抓在日常、落在实处”，通过具体举措与有效抓手，加快卫生健康工作重心从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变。这一进程中，安利大健康社群，正成为推广健康生活方式的重要力量。

尼尔森介绍，近20万名安利营销人员运营着数十万个线上线下相结合的大健康社群，带动千万消费者参与健康科普、营养讲座、运动健身等各类活动，不断提升公众的健康认知和健康素养。仅2025年，3万余名安利营销

人员经过专业培训，被认证为健康志愿者。他们深入全国867个社区，为近34万名居民提供健康检测、互动科普及个性化健康咨询服务。

十余年来，安利还携手权威机构、媒体，开展“健康中国 我们行动”等健康素养提升公益活动，举办2000多场健康公益科普活动，覆盖100多个城市，影响人群过亿。

健康的真实改变，在万千个体中悄然发生。为响应国家体重管理倡议，2025年5月至8月，安利营销人员在各地组织开展科学减重活动，吸引147万名消费者参与。数据显示，参与者平均身体质量指数(BMI)下降4%，平均腰围减少5厘米，人均减重2.7公斤。

国研经济研究院的调研显示，大健康社群干预，对公众健康生活方式养成、全面健康状况改善、健康素养提升具有积极作用。2025年，大健康社群参与者的健康素养水平从38.7%提升至77.2%。定期参与社群活动，不仅有益身体健康，还能增强人与人之间的情感链接，缓解压力与孤独感，提升生活意义感和幸福感。

迈克尔·尼尔森表示，安利将进一步发挥大健康社群的独特作用，通过立足日常的健康促进活动，向下辐射更多健康家庭，向上融入健康社区、健康城镇建设，带动千万人享有健康和美好生活，为2035年建成“健康中国”贡献力量。