

“把丑小鸭变成白天鹅”

“假小子”变标准美女 女性形象规划师刘雅然帮助更多女性变美



刘雅然在陪购。



刘雅然在讲形象管理课。

从“假小子”到标准美女，“青岛嫂”刘雅然大学毕业后形象发生巨大变化，内心的欣喜让她倾心“变美”这份职业。现在，1989年出生的她是众多高端女性的“形象顾问”，讲课、陪购、解答学员问题，她犹如魔术师般给素人“点石成金”——找出最适合客户的服装做搭配，让其形象焕然一新。

刘雅然的父辈在餐饮行业小有名气，本可以做“守业人”的她选择了更艰辛的“创一代”之路。在她看来，形象是外显的内在世界，“变美”则是一件成人达己的事。教人如何搭配穿衣之外，更为重要的是去潜移默化地提高众人的美感——她的理想是“美育中国”。

作为女性形象规划师，刘雅然的商业模型是“超级个体”的经典样板，产品打造、渠道开拓、交付服务，皆是一人完成。10年来，她走过了创业初期的迷茫、跨过了疫情期间的业绩下滑，也尝试过多种多样的推广方式，快速迭代自己的产品和服务。

陪购师一小时收费 1500 元

周末，海信广场的一家时尚买手店内，刘雅然要为一名新的学员做穿衣搭配的指导。刘雅然早就在店内等候，在此之前，她已与这名学员做了深入交流，对学员当下的穿衣风格、困惑以及主要出席场合都了然于心。

32岁的魏女士前一段时间刚从公司文秘晋升总经理助理，这个岗位更重视外在形象，这也是她求助于陪购师的原因。“你的脸型较小，整体形象温婉小巧，更适合冲击力和重量感小的服装和鞋子。”首次选购服装前，刘雅然都会对学员形象进行全方位的解读，包括学员形象、性格，以及与其搭配的服装颜色、款式等。搭配服装时，五套服装依次更换，每一套出场都让魏女士焕然一新，最后一套晚礼服更是让魏女士不敢相信自己的眼睛。魏女士感慨，之前穿衣比较随心，没固定风格，这次经过专业陪购师的指导才恍然大悟，原来每个人都有最适合的固定穿搭风格。

刘雅然的陪购价格是1500元一小时，最低两小时起，看似价格昂贵，其实背后是无数个小时的付出。刘雅然介绍，“陪购”并非简单地逛逛街，“真功夫”都是在逛街背后。比如，陪购前，刘雅然会用上百块色布与客户进行一一比对，选出最适合的色彩，再判断顾客适合的款式，并根据顾客购物习惯确定商场；之后，刘雅然会提前去商场不同品牌店选出部分适合的衣服为陪购做准备。

“我脑海中存了百万件衣服，看到这个人后，最适合她的服装就‘跑’出来了，我就‘按图索骥’，不然，偌大的商场，一件件试衣服等于大海捞针。”刘雅然说。

从“自己变美”到“帮别人变美”

18岁前的刘雅然是个“丑小鸭”，满脸雀斑，戴着黑框眼镜，自卑到一直不敢穿女装。在青春期的一段感情经历中，她偶然得知男朋友和在她一起的原因是“她家境殷实，能买礼物”，分手后她崩溃大哭，朝着镜子里的自己大声苛责“你为什么那么丑”——改变的种子由此种下。

18岁生日那天，母亲送了她一份礼物——带她去医院做双眼皮手术，从此，“蝴蝶效应”出现了。在妈妈的督促下，她开始减肥并保持良好体型，去医院把脸上的雀斑除掉，大学毕业后赴北京学习了全套的形象管理课程。刘雅然惊奇地发现，原来自己也是一个高挑的标准美女，外在形象的改变带来自信的提升；后来，形象管理课程的学习让她彻底爱上了这个职业——帮别人变美，自己也开心，何乐而不为。

课程学完之后的2014年，刘雅然留在北京一家上市形

象管理咨询公司做了形象顾问，两年后的一天，她的妈妈“怂恿”她回青开一家工作室，“妈妈那么多的企业朋友，都是你的潜在客户”。但回到青岛的刘雅然发现，这个市场并没有想象中那么好开拓——母亲提到的那些“潜在客户”不想为形象管理付钱。这也是当时“形象管理师”在青岛市场上面临的尴尬，首先，刘雅然在青岛形象管理市场并未打出个人影响力；其次，当时的大多数人头脑中还没有花钱去做形象管理的意识。刘雅然从两个方面入手进行了调整，她开始大量去银行、国企等机构做形象管理授课，这是为了形成圈内影响力和积累服务口碑；其次，她开始筛选客户，只留下那些愿意为改变形象而付费的高端人群。“调整之后，发现整个商业闭环顺畅多了。”刘雅然回忆，创业初期较为艰难，前期的房租、人工等投入都打了水漂，刚刚好转又迎来了疫情三年，无法开展线下课程她就在线上直播，这也为她后期转型线上做了铺垫。

坚持不下去时，刘雅然就会到街头转转，看看大家的穿衣搭配，还是决定回来坚持。“其实就是去街头找初心，成人达己。”刘雅然说。

打拼多年聚集很多“粉丝学员”

“让客户一次次真实改变”，积累起她在圈内的口碑。当下，刘雅然客户多数来自学员之间的口口相传，还有部分外地学员则来自她的自媒体。这些年的打拼，让身边聚集了很多“粉丝学员”。

她向记者讲述身边的一个例子，有一个身材较胖的学员来见她时，能明显感受到学员的自卑感，在刘雅然的督促下，女孩减肥成功并在搭配上超越多数朋友，变得自信起来，性格也开朗很多。“从眼神都能看出变化来。”刘雅然说，还有个客户陪购两三年，之前给她拍照片眼神完全就是躲闪的，现在敢直面镜头摆动作。刘雅然认为，形象是一种外显的内在世界，这个行业是“先变美”，再“发现美”。

在商业模式上，她也做了减法，从产品研发、现场授课、线下陪购等，除了一个助手协助外，多数都是她一个人完成。“目前正决定尝试用自媒体平台来扩大我个人的影响力。”刘雅然说，但需要突破的，是如何提高客户数量的同时，保证交付质量。

形象管理服务看似价格不低，但前期投入非常大，且要不断地学习，不然就被潮流抛弃。“这些年仅学习就花了200万元，每隔几个月就去学习，或者去北上广看一些服装品牌，去买手店等，除去时间成本还需资金支持。”刘雅然说，她还拿到了“日本色彩泰斗野坂英子色彩设计师导师”资格，这个导师资格目前在全中国也只有四位。

刘雅然说，她最终的理想就是达到“美育中国”，这之前先做“美育青岛”，不仅教人如何提升外在形象，而且潜移默化地提高人们内心美。“太感谢我的妈妈了，这份事业也是她给我的。”刘雅然开玩笑说，每当看到自己和学员的美，就感觉自己的妈妈光辉且伟大。

观海新闻/青岛晚报 记者 薛飞

新企点

创业人物 访谈

青岛市民营经济发展局
青岛晚报 联办

互动热线:13615322866

■访谈录

记者：这个行业在国内发展如何？

刘雅然：私人陪购师行业已经在海外流行很多年，最早在欧美流行，后来引进到日本，日本根据亚洲人的特征做了系统化的调整和规划。国内当下私人陪购师行业发展鱼龙混杂，一些人只是凭着感觉搭配设计，还没有形成系统理论和科学方法。有些学员刚学完课程，没有做任何实践就直接接客户，很难让客户满意，所以需要制定一个行业标准，保证服务质量。

记者：如何在服务上引领到客户？

刘雅然：我跟客户的关系有三种，一种是导师关系，你要在服装搭配、形象管理上引领她们，人设要立住；第二种是朋友，好的客户关系要紧一些，大家打成一片；第三种是有点像服务者的关系，你要去捧她，去引导她，去夸赞她，让她得到情绪价值。



刘雅然 18岁之前的形象。



扫码看新企点财经

责编王亚梅 美编王斌 审读岳蔚