

95后成买年货新主力 “新三样”从头“龙”到尾

春节来一桌预制菜大餐、送人年货礼盒主打健康养生、生肖龙大红春联是植绒的、迷上赛博祈福转运,冰箱上贴满了各路财神……

今年年货有什么新花样?临近春节,这届年轻人正在“整活”。据最近公布的《天猫年货节2024年味新趋势》显示,目前在平台购买年货的下单用户中,95后占比已超过一半。显然,这届年轻人已成为家庭年货置办的主力军。他们在追求年货新潮流的同时,更为注重商品质量、个性表达。新需求带动了新消费,特色年货正成为新一代群体的“宠儿”。

最近,在淘工厂上,“含龙量”刷出新高。据最新数据,同比2023年1月,年轻人消费财神冰箱贴、转运手机壳等“新三样”相关年货品的搜索指数增长323%。期待锦鲤附体、热衷赛博许愿的年轻人,让“财神”相关年货销量翻6倍。

不难看出,淘年货爱上“新三样”的年轻人,正在以主动的姿态,迎接生活里可能的小幸运。

养生健康

选购前先看配料表 主打“非油炸”“无添加”

1月31日,记者在厦门的天虹(汇腾店)、沃尔玛SM广场店、山姆会员商店等多家商超看到,处处张灯结彩、洋溢着浓浓年味。正在年货区挑选商品的小张告诉记者,她和丈夫都是95后,新婚不久,过年需要的年货全部由自己采购,算是第一次“当家做主”。“更看重健康、营养的产品,选购时会先看配方表。”小张举例,买零食饮料时,“非油炸”“无添加”“无糖”等关键词是她的主要考虑因素。与小张一样,不少有采购年货经验的95后表示,无论是家里自用还是拜年走亲戚,主打的产品是养生类礼盒。多名超市的工作人员告诉记者,相比传统的烟、酒、茶送礼“三件套”,零乳糖牛奶、即食燕窝、阿胶膏等养生类礼盒更受年轻人青睐。

走进麦德龙长沙岳麓店,不少年轻人正在店里选购主打健康的干货礼盒。在年货礼盒的采购上,他们趋向于品质和健康。正在选购礼盒的何沐玲告诉记者,她和丈夫刚结婚不到半年,今年算是第一次“当家做主”,看上好几款礼盒适合走亲戚。“礼盒里有虫草花、鹿茸菇、杏鲍菇等多种干货,吃起来挺健康的,储存时间也长。”她表示,送“健康”给亲戚和长辈们肯定不会出错。

在长沙卜蜂莲花超市的货架上,有心的商家也做出了调整。如将小规格包装的碳酸饮料、标注无糖、0卡糖的饮品,都放在了显眼的位置。



2月3日拍摄的国家游泳中心“水立方”外景。近期,“龙耀水立方,喜乐过龙年”跨年展览在位于北京市朝阳区的国家游泳中心“水立方”举办。
新华社发

省事 预制菜更有性价比 擦窗机器人节前销量超10倍

艾媒咨询发布的《2023年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》显示,预制菜首次成为中国消费者新春礼盒十大选择类型之一,有26.91%的受访用户选择购买预制菜作为年货,年菜已跻身“土特产”行列。不用整天忙活,半个小时就能整出一桌“硬菜”。

“以前爷爷奶奶、爸爸妈妈年三十从早到晚都在准备年夜饭,实在是太累了,现在我们年轻人掌勺年夜饭可不会那么复杂。”今年刚参加工作的徐炯表示,自己在车企工作,年底正是提车高峰期,每天都很忙,也没时间研究厨艺。“像鲍鱼、花胶鸡这种功夫菜,如果自己做,需要买很多食材,经历好几道工序,就算做了也容易‘翻车’,预制菜帮我省去了很多麻烦。”

“预制菜给年轻一代提供了美味年夜饭的保障。”长沙岳麓山姆店工作人员告诉记者,佛跳墙和花胶鸡等预制年菜近期热卖,多半消费

者都是年轻人。

和尚瑞一样图省事而选择预制菜的人不在少数。95后青年尚瑞热衷于烹饪,但面对除夕夜一人要做出五口人的饭菜仍面露难色。她计划今年做一桌“预制菜大餐”。她已经下单了一款预制菜年夜饭礼盒。淘宝公开的数据显示,2024年年货节期间,淘宝App上“年夜饭家宴”“预制菜”“半成品年夜饭”等关键词的搜索量环比最高增长20余倍,在淘宝直播间,预制菜成交额则增长148%。

除了预制菜,年轻人的年货选择则更加多元。不少年轻人购买清洁类小家电“解放双手”。据“抖音商城好物年货节”数据报告显示,年货节期间,90后成为平台内购买智能小家电产品的主力,擦窗机器人、扫地机器人等产品在节前销量增长极快,达到1014%和335%。

“新三样” 冰箱贴、红包和手机壳 情绪价值拉满

被“发财的风,吹进我家”可爱到了,这几天,95后小敏忙着向同事“按头安利”一套财神冰箱贴。

“不管有没有作用,要的就是一个内心的安稳和平静。”置办一身龙年行头、换上了“龙年皮肤”的小敏,发现身边的同龄人热衷各种赛博祈福。在社交平台上,“当代年轻人冰箱现状”冲上话题。不少网友纷纷晒出自家冰箱,并将关键C位留给了财神冰箱贴,“主打一个虔诚”。

“说好了,年三十晚上也要给全家人准备这个。”上个月,杭州90后姑娘阿古刚参加完公司年会,就在朋友圈晒出了印着生肖龙的抽签红包。有人抽到了“老板为你高歌一曲”、有人抽到“休假一天”,也有人抽到了“千万快乐、千万健康、千万幸福”价值“三千万”的祝福。

不同于热衷的文创概念冰箱贴,这届年轻人对年货有了不一样的心理需求。在电商平台上,涌入了一大批热衷“一条龙”的年轻人,正在

开启新一年的新潮流——从头“龙”到脚。在社交平台上,不少年轻人认真真“有效过年”。

据淘宝最新数据,从去年12月底开始,“龙年”相关商品词搜索同比增长640倍;近两周,“龙年限定”的搜索量环比暴涨3093%。最近的年货节,网友们纷纷种草了“龙里龙气”的新年货,其中的“时来运转”商品,成为年轻人新年里最真切的热望。

在业内人士看来,从消费趋势洞察来看,为情绪价值买单成为主流。在能凸显个性的需求场景,“情绪价值给满”的供给和需求也越来越多,甚至带火了越来越多的虚拟消费。另一方面,这届年轻人对过年“打年货”的需求迭代了,“不买贵的,就买性价比”。

当财神冰箱贴、摆件、转运文案手机壳以及龙年红包,变成了“新年仪式感”中的典型需求,“正念疗法”的背后正是这届年轻人满足悦己情绪价值需求而作出的新转变。

(综合《长沙晚报》《厦门日报》)