



春节将至,年味渐浓,年货采购的热潮也悄然升温。从“品质焕新”到“体验升级”,从“物质满足”到“精神共鸣”,如今的年货市场正从简单的商品交易跃升为集文化传承、情感交流、科技体验于一体的“全景式”消费盛宴。天猫年货节数据显示,00后用户成为年货消费增长最快的驱动力之一。当年轻人接过年货“主理权”,他们的消费偏好正在影响年味。打开年货“购物车”,一起来看蕴藏其中的年味新图景与消费新活力!

年轻人过年主打一个省心又舒服

新潮年货填满春节“购物车”

国潮+科技引领年货消费新潮流

一方面,“国潮”与“非遗”成为新流量密码,传统年货玩出新花样。马元素成为年货消费中的重要文化符号,大量融合非遗技艺与生肖主题的年货产品,因其独特的文化寓意与审美价值,受到年轻消费者追捧。

京东消费及产业发展研究院发起的“2026年货节消费调研”显示,84.5%的消费者将马元素年货表现出购买意向,有65.6%的消费者表示“有明确计划”或“可能会买”马年主题礼盒,并将其视为一种重要的新年仪式。在具体品类上,年俗文创礼盒因其直接服务于春节的核心仪式,成为最受欢迎的选择。对消费者而言,他们不仅是在买商品,更是在为文化认同买单。

另一方面,年货清单呈现“科技赋能实用、健康守护温情”的消费变革。科技赋能让年货玩出新花样,消费需求也逐渐向“智能化”迁移。近期,智能家电等产品销售明显升温,成为年货市场的一大亮点。同时,年货消费也从“面子礼”转向“实用关怀”,“健康实用”成为消费者的核心考量。

京东调研数据显示,在为长辈挑选年礼

时,健康与安全是首要考量因素。诸如药食同源礼盒、适老化智能产品等“健康伴手礼”,在这个春节流行起来。越来越多人选择送的不再是“排场”,而是更贴合父母日常所需的实际关怀。

“爱你老己”解锁年节消费新主张

伴随消费观念的持续升级,“情绪价值”成为年货消费的重要驱动力,“爱你老己”正成为今年年货市场的另一大特色。年轻消费者不再满足于商品的基础功能,而是更追求情感共鸣与体验感,“为情绪买单”“为喜欢买单”成为当下年轻人采购年货的核心逻辑。

相较于传统消费,悦己消费场景更广、形式更活,覆盖潮玩、宠物、情绪健康、文化娱乐、解压产品及香氛等多个领域。“新春谷子”等融合二次元与新春元素的周边产品,在社交平台圈粉无数,年货送礼正从传统的人情往来,转变为寻求圈层认同的“社交货币”。天猫年货节数据显示,带有“发财”字样的零食礼盒最受欢迎,成交额同比上涨90%。这种“为情绪买单”的趋势,让年货从“送礼工具”转变为“情感载体”,成为当下年轻人生活方式的集中展示与温暖连接。

“服务消费”成节前新主角

值得关注的是,当前年货消费的含义正进一步扩展,从“买产品”延伸到“买服务”“买体验”。家政服务市场迎来需求爆发,年末大扫除、家电清洗、美容美发、年夜饭预订等服务消费量激增。相比过去,年轻人更愿意把钱花在“省时间、买轻松”上,节前越忙碌,人们越愿意为效率付费,为品质生活买单。

与此同时,随着“它经济”持续升温,宠物作为许多家庭的重要成员,其春节安置与仪式感消费成为新需求,宠物服务消费迎来爆发式增长。58到家1月16日发布的数据显示,今年宠物寄养需求明显前移,甚至出现“一窝难求”的现象。此外,宠物洗护、上门喂食等服务也迎来需求高峰。春节消费热潮下,宠物经济不仅成为消费市场的新增长点,更折射出当代人对陪伴与情感寄托的重视。

当“怎么过年”不再有标准答案,年货清单便成为每个人生活态度与消费理念的生动投射。年货的意义,早已超越节前采购本身,呈现出更加多元、个性化的新面貌。在年轻人主理春节的新风潮下,新春经济也必将持续迸发更多创新可能。(据新华社)



书法家挥毫泼墨。

中行宁夏区分行邀请书法家为客户写春联

2月11日,中国银行宁夏区分行营业部联合九三学社宁夏区直工委自然资源支社和社会支社,组织开展“聚力马年·融通共赢,笔墨迎春·福至企兴”银企座谈会暨书法家送福迎新春活动。

座谈会上,客户们踊跃发言,畅谈发展规划与金融需求,对中国银行宁夏区分行长期以来的金融支持与暖心服务表示感谢。宁夏区分行普惠金融事业部、个人金融部、信用卡部向参加活动的客户推介普惠金融政策、马年专属理财产品和信用卡活动,现场与客户交流互动。

活动邀请书法家现场挥毫,一副副寓

意吉祥的春联跃然纸上,一个个饱满厚重的“福”字落笔生花,为参加活动的客户送上专属的新春祝福,让大家在笔墨丹青中感受中华优秀传统文化的魅力。

中国银行宁夏区分行营业部工作人员还在现场组织开展了“筑牢反诈防线,喜迎平安新春”消费者权益保护宣教活动,围绕春节前后高发诈骗案例,为企业嘉宾讲解反诈防骗技巧。

中国银行宁夏区分行将不断创新金融服务模式、优化金融服务质效,以有温度、有力度、有精度的金融服务,为地方经济高质量发展注入金融动能。(季正)