

半成品变身花式年夜饭，国潮“虎”文化强势“圈粉”，桌游、剧本杀成为热门打卡项目……伴随“Z世代”（1995年至2009年出生人群）逐渐成为新的消费主力军，“后浪”们的消费主张正在深刻影响着消费市场。

这个虎年春节，带着年轻印记的消费方式，闪烁出哪些别样精彩？



在兰州市城关区一家剧本杀店内，年轻人结伴前来游玩。新华社记者 任延昕 摄

盘盘这届年轻人咋过年？ “Z世代”春节消费观察

“悦己消费”崛起，购物车载满“美好生活”

一台三明治早餐机——这是北京“95后”赵晓楠给自己置办的虎年年货。“摆在厨房颜值很高，做出来的食物也精致可口，用起来幸福感满满。”

冲牙器、美容仪、空气炸锅、筋膜枪……各式各样的“网红”小家电，成为年轻人的春节购物车新宠。

京东发布的报告显示，2021年，注重提升生活幸福感、体验感的“悦己消费”占比已超6成，其中，健康服务、旅游出行、珠宝首饰、宠物生活等成为增长最快的“悦己消费”品类。

专家表示，以“Z世代”为代表的年轻一代消费

群体正在崛起，他们更关注颜值、品质以及科技感等体验，更看重消费对生活品质的提升。

在“悦己消费”引领下，“年货清单”也越来越有时代感和新味道。淘宝发布的“虎年春节十大新年货”分别为洗地机、大厨预制年菜、滑雪服、剧本杀、低卡零食、春节智能手机壳、创意春联、年宵花抱抱桶、虎头帽、宠物新年衣服。

“Z世代”成为消费新主力，催生更加个性化、多元化消费需求，也让更多“小而美”的细分市场迎来广阔空间。

剧本杀、冰雪游

年轻人春节娱乐有新招

春节假期，各类密室逃脱、剧本杀游戏里，都活跃着年轻人的身影。

“大家聚在一起玩游戏，参与感很强，不仅妙趣横生，也蛮考验智力。”“95后”小赖说，充满社交性和体验感的各类桌游，成为越来越多年轻人过年娱乐的选择。

这个春节，冬奥会的举办还带动了“Z世代”冰雪消费热。飞猪数据显示，“00后”春节冰雪旅游预订量同比涨超80%。疫情防控下，冰雪游呈现本地化、小半径特征，3小时路程内的“家门口”滑雪备受青睐。

年轻人过春节的同时，也把新的消费理念“安利”给家中长辈。手机、智能手环、VR眼镜……来自“Z世代”的“孝心年货”，正在带动更多“银发族”共享数字生活。

不管是国潮“网红”年货，还是花式年夜饭、沉浸式桌游……“年”的含义在代代传承中延续和更新，过年的方式也在不断融入新元素，承载着人们对传统文化的创新表达和时代记忆。

（据新华网）

半成品or外卖？便捷与仪式感的精妙平衡

“海南人过年总喜欢花式吃鸡，今年我做主，弄些外地菜系换换口味！”来自海南文昌的“95后”小夏说起今年的年夜饭颇为得意，把预制菜买回家，不到半小时就“变”出一桌丰盛的年夜饭。

这个春节，便捷又充满仪式感的预制菜深受年轻人喜爱。盒马预制年菜北京地区销量达到去年同期5倍；大润发预计今年预制年菜总销量同比增长50%；美团平台1月上旬外卖菜品中包含“年

年夜饭”“新年”字样的订单环比涨幅超1590%……

预制品和外卖年夜饭，让年轻人在便捷与仪式感之间找到精妙平衡。“00后”女生蔡婷说，年夜饭不仅要好吃，还要好看、好“晒”。

在疫情防控倡导不聚集等情况下，外卖、预制菜、小份菜等新变化，不仅让年夜饭消费更加丰富、多元，也加速推动餐饮企业线上线下融合发展。

“国潮+萌虎”，真香！

“如虎添翼”黄金手链、“鸿运升升”凤羽胸针……将中国传统文化元素融入黄金饰品，古法工艺与现代审美结合，让传统国产珠宝焕发新的生机。

“以前总觉得黄金饰品造型陈旧，不适合年轻人，这两年国产品牌变化很大，很多国潮珠宝既时尚又有文化底蕴。”“95后”消费者李亚楠说。

这个虎年春节，消费市场刮起浓浓“国”风——苏宁易购依托线下门店推出100家年味宝藏馆，展示奇趣年货、国潮家电，受到年轻消费者欢

迎；银泰百货举行“京彩禧乐会”、国潮市集等主题活动，让年轻人近距离体验非遗文化；拼多多开启“多多新国潮”消费季，玉泽面膜、鸿星尔克板鞋等国产品牌进入畅销榜；京东国风“IP”礼盒订单量同比增长超300%……

“今年春节，我看到很多国产品牌结合虎年元素推出新品，有些还在海外平台销量很高，作为年轻人，很开心看到国货带着中国文化走向世界。”李亚楠说。