消费观察

年轻人引领过年新潮流

本报记者 **蒋学华** 文/图

春节,是团圆的日子,也是充满仪式感的日子。随着生活水平的提高,大部分“80后”“90后”既经济独立,又手头宽裕,不囿于传统观念,自主选择别样过年方式,赋予了“年”新的内涵和味道,并逐渐成为一种新年俗。

年轻人爱“果酒迎春”

过年亲友团圆聚会,自然少不了喝酒,除了白酒红酒黄酒和啤酒,还有哪些选择呢?在永盛超市里,一位“90后”女生在挑选几款颜色艳丽的果酒,她说,白酒度数太高,高兴之中喝多了,对身体不好,也存在安全隐患,果酒度数更低,而且口味更丰富,超市就有荔枝、青梅、蜜桃等不同口味的果酒选择,“很适合女孩子们聚会时喝一点。”导购员告诉记者,近年来,过年喝果酒的年轻人越来越多,既营养又养生。

无独有偶,在吾悦广场的一家酒水饮料专卖店,记者看到苹果、猕猴桃、草莓等口味的果酒,店里有不少顾客在选购,多数是年轻的顾客。导购员告诉记者,近年来购买果酒的市民一年比一年多,销量每年按20%左右的比例递增。“喝果酒不仅养生,另外朋友聚会拍照也好看,喝完后,瓶子还可以留着插花。”一位消费者表示,之前她在过年的时候,爱喝啤酒和红酒,但现在每逢春节或是朋友聚会都会选择果酒,主要是由于度数低、口感好、颜值高,气氛热烈又不影响健康。

开酒庄10多年的李女士表示,果酒产品丰富多样,许多水果都可用来酿造果酒,尤以葡萄、苹果、猕猴桃、草莓等品种在果酒酿制中占较大比例。果酒含有水果的风味,正在受到越来越多的年轻人青睐,市场占有率逐年提升。李女士说,其原因一是女性人群对于果酒需求量明显上升,支撑了果酒成为重要即饮酒水产品。二是年轻消费群体崛起,对果酒消费有巨大推动作用。三是果酒时常作为喜酒和宴会的“佐餐酒”,也一定程度上推动了果酒消费升级。

“焕然一新”过新年

互联网时代,社交平台兴起,自拍、晒照、直播等渐渐变成人们日常生活的一部分,围绕美颜、美妆、美容、健身、潮流服饰等提升外表的“颜值消费”,成饶城年轻人过年的新追求。连日来,记者走访发现,各大涉及形象和容貌的美容场所,生意兴隆,不少女士为在新年来临之际提升新年颜值,不惜花钱。

消毒手部和工具,给顾客卸妆眼部及清洁睫毛根部,再用眼贴膜把上下睫毛隔开……在信州区白鸥园一家美甲美睫摊位,美睫师菲菲正在给顾客种睫毛。“年轻人在春节期间要视频拜年、自拍、晒照,还有走亲访友,提升颜值的服务年前非常受欢迎。”菲菲说,自元旦前夕来做美睫的顾客比平时翻了两倍,美甲师、美睫师每天都加班。今年30岁的丽丽在万达广场开了一家做手足护理、美甲美睫和微化妆的店。连日来,做美甲美睫的顾客预约不断,营业额比平时翻了三倍。“大部分是年轻女性,也有少数男性来纹眉。”丽丽说。“过年要相亲,年后要面试,颜值高的人成功的几率更大,这促使了人们对美的追求。”

“‘80后’‘90后’,甚至是‘00后’,正成为消费主力军,他们崇尚个性、追求品质、关注新鲜和刺激性事物,崇尚通过提升颜值的方式收割朋友点赞,在这种心理的作用下,围绕颜值的消费自然越来越多,也将引领饶城颜值消费新潮流。”相关专业人士分析说。

过年观影成时尚

随着人们的生活水平不断提高,对精神文化生活的追求也日益提升,春节期间,除了走亲访友、拜年聚餐之外,去看场电影,不仅是过节的休闲选择,也是如今不少家庭具有仪式感的贺岁“新年俗”。

《阿凡达2》余热尚在,电影市场也将迎来最重要的档期——2023年春节档。目前,已有《流浪地球2》《满江红》《无名》《深海》《交换人生》《中国乒乓之绝地反击》《熊出没·伴我“熊芯”》等7部电影定档春节。据相关专业人士分析,2022年电影市场持续低迷,影院营业率也降至低位,很多电影无法定档导致内容供给端不足。今年开年伴随着疫情政策逐渐优化,经济呈复苏态势,这7部影片题材各异,内容丰富,阵容强大,今年的春节档很可能人气爆棚,电影市场也将走出“低谷”。

连日来,记者走访了饶城部分电影院,获悉预订过年观影的市民比较多。“我们每年过年都会选择看场电影,家里面有小孩儿,一家人开开心心地坐到电影院看电影,感觉挺好的!”一90后的年轻爸爸如是说。广信区凯旋数字影城的营销经理告诉记者,近年来,市民逐渐注重文化过年,选择在过年之际观看电影的年轻人家庭越来越多。多家影院的工作人员表示,他们已经做好了充足的准备,迎接接下来的春节档。

网上置办年货成潮流

春节临近,各地陆续进入“办年货,备礼品”阶段,而随着外卖平台上的商品供给越来越丰富,以及外卖平台“即需即买,即买即达”的优势,不少年轻的消费者开始选择外卖方式采购年货。

“80后”市民高女士通过电商平台下单购买年花。“今年公司年前事情多,就尝试在线上买年花,结果发现出乎意料的好。”高女士告诉记者,她是中午在线上下单,次日就收货。家住广信区嘉禾雅居的王先生也表示,以往过年的时候走访亲友都会带一些年货,但选择单一,水果主要是苹果、柑橘;“现在网购年货选择就丰富多了,而且手机下单,隔天或当天就送到。”

线上置办年货已成为今年消费市场普遍现象。记者浏览几个大型综合购物网站发现,主界面均是“迎新春年味特辑”“兔兔年货节”等营销模式,年货美食、数码家电等商品一应俱全,并且推出各种优惠活动。“新年就应该有新气象,想让家里有一点新的变化,今年想换一台电视机,还想把晾衣架换成智能遥控的。”市民周女士告诉记者,除了价格方面的优惠,卖家还承诺家居产品免费上门安装,很是方便。

购年货 迎佳节

春节临近,上饶的年味渐浓,各大商场全力保障春节期间市民消费需求,年货琳琅满目。不少市民前来选购年货,迎接佳节的到来。

记者 **蒋学华** 摄

环保玩具成市场新宠

家长借机给孩子灌输环保知识

本报记者 **蒋学华** 文/图

新年将至,不少家长给孩子准备的新年礼物,除了新衣裳、烟花鞭炮,还有玩具。近日,记者探访饶城市场发现,不少打起“绿色”“环保”理念的玩具,颇受家长欢迎。“送给孩子礼物的同时,可以借机给孩子灌输环保知识,自小树立孩子的环保理念。”有家长表示。

1月15日,在信州区的某大型商超的玩具售卖区域,记者看到,货架上摆满了琳琅满目的各类玩具,受众年龄层覆盖了1-16岁消费群体。“最近给孩子挑新年礼物的家长多了,价位在100元左右的玩具卖得比较好,也有家长会一次性给孩子买几个,花费数百元的家长也不少。”导购员介绍,与此同时,由于人们环境保护意识加强,环保玩具正成为业内的一股新潮流。

记者注意到,罐头鸭小医生套装、过家家玩具、盒装钓鱼等玩具的外包装上都标注上了“绿色”“可回收”等字样,环保理念十足。“之前有少量款式有如此标注,但近年来,有这样标注的玩具外包装多了起来,目前占比已经超过了半数。购买潮玩的大多是年轻人,还有家长给孩子买,环保类产品更受他们欢迎,即使价格高一些,他们也舍得。”导购员告诉记者,有家长注意到这一点,也更加乐于购买环保玩具,顺便给孩子讲环保知识。

在市一小附近的一家玩具店,一只只玉米皮做的小熊、兔子,穿戴着纯麻的衣服、帽子,被摆在显眼位置,上面注释写道:玩具的材料是天然的麻、玉米皮、菖蒲等,极其环保,放在居室里还有除异味的功能。店主熊女士介绍说,临近春节,店里利用风能、水能发电的环保型儿童玩具最畅销,受到众多家长的青睐。一位为儿子挑选玩具的家长告诉记者,一些风能发电、手摇发电、太阳能发电的玩具,减少了电池的使用量,绿色环保,是一个很好的创意,可以让孩子自小就增强环保意识,也能够在水能、风能发电上了解更多的科学知识。

业内人士表示,未来,在玩中增强孩子的环保意识,并培养他们日常良好的环保行为习惯,将是儿童教育的大趋势。同时,使用安全的环保回收材料、方法来制造玩具,减少资源消耗和污染,都将是未来玩具行业的重要发展趋势。

边购边玩 体验式消费受追捧

本报记者 **蒋学华** 文/图

临近春节,饶城的各大商圈和卖场人来人往、销售火爆,除了市民集中购买年货之外,另一个重要原因是体验式消费聚集了大量人气。

1月14日下午,记者在广信区吾悦广场一游乐园看到,在宠物房,家长们带着孩子或喂兔子、喂小鸭,或抓观赏鱼,或搭积木;在太空探月房,大人和孩子争相体验;在拳击场,木偶人任你击打……“引入让消费者能够边看边体验消费的体验式消费业态,是游乐园吸引市民的一大特色。”工作人员说,此举起到很好的引流作用。

前几年,商家和消费者都将置办家电年货的重点,放在传统大家电上,近年来小家电的关注度尤其是智能小家电、新兴电器的关注度大幅提升,今年更成为春节年货销售的热门。记者走访永盛智慧电器城时看到,擦窗机器人、智能生活小电器、VR体验区、无人机等展区均有不少顾客在进行现场体验。“春节辞旧迎新大扫除,除了地面、厨房,最麻烦最让人头疼的地方就是窗户玻璃。自己攀高擦拭除了危险,而且用抹布也很难清理干净。这时,有一个擦窗机器人就解决了问题。”一市民边体验边说道。

同样是蛋糕,花费160元直接购买不仅省事更省时,为什么有的人愿意体验手工制作而非购买成品呢?1月14日晚,记者在信州区滨江东路一家蛋糕店看到,不少年轻人和孩子正在体验手工制作蛋糕,有的在给蛋糕上奶油,有的在选成品图,有的正在蛋糕上作画……店内充满了甜甜的奶油芬芳。“整个制作过程中,静下心来体验、享受做蛋糕的感觉很棒!想亲手做一个送给奶奶。”市民林女士告诉记者,自己手工制作的蛋糕不论最终质量如何,重要的是送出去的那份特别的心意,还有是在制作过程中的快乐与收获。“不论是顾客自己制作,还是我们自己做,价格是一样的,价格是根据选择的奶油、尺寸的不同来收费,目前来体验自己动手制作的顾客很多,我们把材料准备好,他们就直接上奶油和做造型。”店主告诉记者,顾客享受动手乐趣的同时,也在手工制作蛋糕过程中锻炼了动手能力。

记者走访发现,饶城的一些鲜花店也推出了体验式消费。在广信区的一家花店,顾客在现场学习插花、修剪、培育等技艺。“我们正在从单纯卖商品向推广生活方式转变,以增强客户的黏性。”店主介绍,推出体验式消费后,营业额与去年同期相比,增长了20%。

宅家吃火锅迎新年 火锅食材销量攀升

本报记者 **蒋学华** 文/图

在寒冷的冬天,又宅在家里,还有什么比吃一顿火锅更温暖惬意呢?最近寒潮来袭,相比传统的饭菜,市民们似乎更喜欢围炉吃一顿热腾腾的火锅,家庭版火锅受到了众多市民的青睐,带动了火锅食材的销量,最近,饶城各商超火锅底料、丸子类、涮肉类的商品销量都增长颇多。

1月16日上午,在万达广场的嘉百乐超市,记者看到各种品牌火锅食材放置在冷柜中,不少顾客正在柜台边选购。肉丸、鱼丸、牛丸、蟹肉棒以及各种牛羊肉卷是热销商品。猪油或牛油火锅底料就摆在一旁,方便消费者买回家就可以做一锅香喷喷热乎乎的火锅。一位选购的顾客表示,多买一些回去放冰箱,想吃时就拿出来,非常方便。“大冷天,宅家吃火锅很温暖,叫上亲朋好友一起聊聊家常,总结过去一年的得失成败,未雨绸缪新的一年,感觉很好”。导购员表示,马上就要过年了,吃一顿暖和的火锅逐渐成了不少市民团聚时必不可少的选择之一,既能驱散寒意又可享受美味,其乐融融。

当天下午,记者在步行街附近一家火锅食材专卖店看到,种类繁多的丸子和现切肉卷,及火锅器具、酒水饮料等与火锅相关的各类商品应有尽有,前来选购的顾客边选购边说,冷天吃口热乎的火锅,暖胃又暖心,相比较去火锅店里吃,把食材买回家更有氛围也更干净。店长张女士表示,火锅食材夏季基本都是淡季,过年的话都是旺季,如果遇到天气寒冷,生意则更好。“近年来,吃火锅过年,似乎形成一个新趋势,寒冬里,大家坐在一起,热热闹闹,团团圆圆。”在顾客选购的同时,店内的外卖订单也响个不停,外送骑手也是进进出出,张女士介绍,最近线上商城订单量猛增,火锅外卖成为今冬新的增长点,该店现在每天线上约能接到六七十单左右。

记者了解到,外卖平台上各家火锅店的配送服务销量也颇为可观,有些店家甚至开辟了专属冬日套餐,牢牢地拴住了食客的胃,于是乎,“线下买、在家吃”,以及“线上下单,居家享受”,是这个寒冬饶城市民宅家新消费方式——居家环境卫生、口味个性选择,都十分贴合消费者的需求。