

“悦己型消费”悄然兴起

春节期间,消费升温,消费者更愿意在最大能力范围内取悦自我,“悦己型消费”商机暗涌

□ 刘巍巍

春节期间,消费升温。据了解,消费者更愿意在最大能力范围内取悦自我,“悦己型消费”商机暗涌。

“千金只为心头好”

苏州白领叶少波海淘了名牌限量版香水作为春节礼物。“它们能代表我的兴趣爱好。”叶少波说。在南京某事业单位工作的许阳38岁,他的年货是一款电动鼻毛修剪器,“辛苦了一年,总要对自己好一点”。95后网民“美丽的小丫”则送自己一套性感内衣,“虽然没有男朋友,也要美成一道光。”

在江苏多家商场,冲牙器、美容滋补产品等销量增长迅速,人们通过消费探索自我价

值,收获即时幸福与美好。京东到家发布的《2019年中国年货消费报告》显示,品质取代价格成为年货消费首选因素,以“好好吃饭”为代表的国民日常消费呈现出更注重“悦己”体验的升级特征。

当下春节消费动机中,有相当一部分是出于对自我个性与生活审美的表达——消费者通过购买的商品,来向外界说明“我是谁,我喜欢什么”。

年货之“买”折射时代之变

从粮票、油票、布票到排队买猪肉、买豆腐,再到站在柜台前“望穿秋水”的百货商店……春节消费折射了时代变迁,也刷新和丰富着“新消费哲学”。

苏州佳世达电通有限公司

中国区产品开发中心智能方案事业部总监李兆平认为,居民增收、中等收入人群壮大、社交网络催化等因素,是春节新消费形成的动因。

许阳说,为努力的自己提供高品质供给,本质是对“高品质”的需求增加,而不是对“奢侈品”的需求增加。多位女性表示春节期间订购了鲜花。杭州某私企中层韩丽说,“花上几十元,偷人悦己,高贵不贵。”

江苏一位心理学专家认为,新消费不仅提供了商品的使用价值,还创造了抚慰情绪、沟通社会交流的情感价值。在此意义上,消费的心理补偿比实际功能更重要。

放大年货消费效应

顺应消费升级大潮流,既

是稳增长的持久动力,又是改善民生的现实路径,重点在于如何延续年货消费增长态势。

一些专家认为,要尽早根据新消费需求,谋划实施中长期的结构性改革。

李兆平认为,目前农村“悦己型消费”仍是短板,农村居民的差异化诉求形成了潜力巨大的市场。“如何提高高质量商品下乡,是稳消费、促消费的重点。同时,以养老、健康为代表的服务型‘悦己型消费’空间较大。”

眼下,网络与电商成为推动消费的重要力量,促进消费离不开互联网。多位业内人士表示,要进一步普及多形态、多层次电商,推动物流行业标准化与规范化发展,延续并放大年货消费效应。

相关新闻

农村春节习俗变迁: 外出旅游和网购年货成时尚

□ 冷桂玉

正逢春节期间,贵州省盘州市鸡场坪镇移山村多次出现了堵车现象。围观的村民都说,第一次见村里堵车那么久,从村头堵到村尾。由于长时间堵车,交警也来到村里疏通道路。

“村里路修好了,家家户户都有车,出去玩的人越来越多,堵车了也正常。”头发花白的陈江国说,他们一家在出游乌蒙大草原景区的路上遇到了村里几十年来的第一次堵车。

回忆起30多年前,陈江国感慨万千,村里还没有通水泥路,逢年过节给亲戚家送些荞面、大米都要翻山越岭,远一点的亲戚需要走上一天,有些亲戚几年才能见上一次面,“现在家家都有车,想见了马上坐车就走,大家的距离近了。”

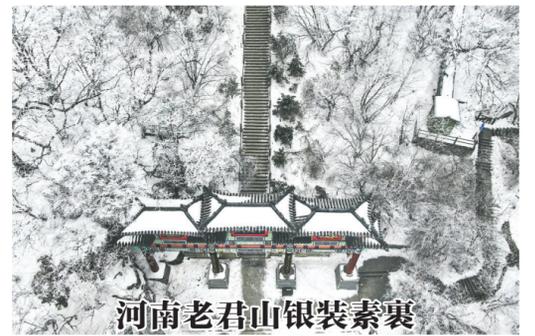
随着互联网的快速发展,网购走入了人们的生活。大四学生赵恒不仅仅教会了父

母用智能手机、玩微信,还教会他们手机支付和网购。赵恒说:“一家人不用过年挤着去集市排队买年货,过年前十多天,爸爸就在网上订购了糖果、坚果。”

赵恒还打算趁着春节,带父母坐高铁去沿海旅游,让一辈子生活在大山里的父母逛商场、看大海、尝美食,“过一个不一样的春节”。

45岁的杨美英觉得最大的变化是:“吃得越来越丰富,每天都像过年。”20多年前,杨美英刚嫁到移山村时,前一个月就开始筹备过年,杀年猪、打糍粑、做豆腐。杨美英说,现在农村对于“吃”的要求更高了,送坚果、海鲜等逐渐流行起来,从“吃饱”到讲究健康养生、营养搭配。

10多年前的春节,亲戚上门拜年,杨美英宰杀鸡鸭“款待”。随着农村生活条件越来越好,儿子从大城市买回来的泰国龙眼、阿根廷红虾、广州蛤蜊,悄然上了家中餐桌。



河南老君山银装素裹

2月8日,大年初四,河南洛阳老君山上的树木似珊瑚琼莹剔透,古色古香的建筑上覆盖着皑皑白雪,银装素裹,在春节假期吸引游客赏雪观景。

王中举 摄

“燃烧卡路里” 渐成城市家庭过年新风尚

□ 顾小立 荆淮桥 崔可欣

农历正月初四,24岁的北京女孩杨季娜“打卡”了猪年第一个5公里;正月初五,杨季娜又上了一堂新的尊巴课,音乐响起的一刹那,她觉得浑身的自信都被释放了出来。

“原来新年和朋友一起出门都是逛街、吃饭、看电影之类的,现在带着朋友去跳尊巴成了我最新的社交方式。”从上大学起便坚持健身的杨季娜已把运动视为生活中不可或缺的部分。

“现在女孩子对保持身材、保持状态都很有追求,过年期间容易‘胡吃海喝’,锻炼更不能松懈。”

除了自己享受挥汗如雨的快乐,杨季娜还把这份来自运动的“小幸福”传递给了家人。她将母亲拉进了尊巴课课堂,“尊巴比较激烈和狂野,一开始还怕她接受不了,结果她去了之后特别开心,觉得跟年轻人一起出汗,自己也年轻了不少”。

像杨季娜家一样,今年春节我国许多地方的家庭选择以运动的方式度过假期。在浙江杭州,位于万松岭之上的大明山滑雪场自农历正月初一以

来,平均每天进场滑雪的人数都在4000人以上,与去年同期相比增幅明显。

杭州大明山风景旅游有限公司副总经理徐新表示,春节期间来自杭州、上海等地的家庭滑雪爱好者比较多,随着冬奥会脚步的临近,南方家庭在家门口参与冰雪运动的意愿比以往更加强烈。“中国人过年亲戚往来总会送礼。以前是送礼品,送红包,现在‘送滑雪’好像也开始流行了。”

据了解,今年春节期间广州市体育局组织了50多项群众体育活动,预计参与人数20万人次。这当中既有舞龙醒狮巡游等文体融合的传统项目,也有以猜灯谜和抛圈、钓鱼、跳绳等为主要内容的游园活动,主打项目则是足球、羽毛球、乒乓球、篮球。

浙江大学公共体育与艺术部主任吴叶海表示,越来越多的家庭在春节假期“迈开腿”锻炼,与其生活水平、方式与心态的变化密切相关。“体育锻炼不仅能强身健体,还能锤炼人的意志,对家庭而言也有利于增进感情。大家打牌、上网、做‘低头族’的时间少了,相互交流的时间就多了。”

资讯

春节支付平台迎大考峰值每秒逾4万笔

本报讯 伴随着辞旧迎新的爆竹声,中国支付行业也经历了一场“大考”。

从除夕夜到大年初一,从微信群红包到春晚红包,各种网上“抢红包”活动花样翻新。据网联平台发布消息,大年初一即2月5日当天,网联平台跨机构交易处理峰值超过每秒4.4万笔,0时0分3秒网络支付交易最为集中,网联平台系统成功率100%。

同往年春节相比,今年春节网上“抢红包”活动更多元化。微信的财付通、支付宝、度小满金融旗下的百付宝等机构

均在春节期间推出了红包活动。拿着手机抢支付宝红包、微信群红包、百度红包、抖音红包……成了今年除夕夜的一道“加菜”。

据业内人士介绍,今年春节支付行业的“大考”峰值高、规模大、时间长、类型多、范围广、难度大。在中国人民银行指导下,作为国家级重要金融基础设施的网联平台会同各支付机构、银行等行业各方,建立起完善的支付全链路联合运维机制,在重要时点实施联动协同保障,使海量支付交易得到了平稳支撑。(魏 晞)

今年1月中国汽车消费指数为18.9

本报讯 中国汽车流通协会近日发布2019年1月份“汽车消费指数”时称,1月中国汽车消费指数为18.9。受春节假期等因素影响,预计2019年2月份中国汽车市场销量处于较低水平。

具体而言,从构成汽车消费指数的分指数来看,2019年1月份需求分指数为9.0,消费者购车需求创新低。2019年1月份入店分指数为10.5,消费者入店看车意愿减少。2019年1月份购买分指数为12.2,消费者实际购买意愿较弱。

据分析,2月份适逢我国传统节日春节,经销商门店放

假,部分地区经销商假期持续10天~15天,有效销售时间较少;此外,由于物流、上牌手续等因素,消费者在春节期间购车受到影响。

故此,受春节放假影响,消费者购车需求已在1月份提前释放,2月份消费者的购车需求、入店计划以及实际购买意愿将大幅减少。预计2月份中国汽车销量处于较低水平。

据悉,汽车消费指数具体指标包括消费者购买意向、购车需求、渠道动态等,旨在从消费的视角反映中国汽车市场运行态势。(闫晓虹)



湖南凤凰古城春节自驾游火爆

2月8日,农历大年初四,湖南凤凰古城自驾游迎来峰值,众多游人纷纷选择自驾出行的方式来到凤凰古城游玩。图为汽车在古城内的大桥上排长龙。

杨华峰 摄

民企有了“定心丸” 细耕市场赢未来

安徽合肥市把民营企业当“自己人”,发挥项目对接“中间人”作用,不断优化营商环境,打造一批“单打冠军”“行业小巨人”企业

□ 吴兰

“我们对2019年充满信心。”安徽合肥市民营企业企业家闵玉春近日表示,“国家、省、市接二连三出台扶持和鼓励民营企业发展政策,让民营企业充分感受到信心和关爱。”

有了政策的“定心丸”,闵玉春说,2019年企业在工程机械、农业机械、能源矿山等领域发力,年增长率预计超过60%。

闵玉春,安徽博一流体传动股份有限公司董事长。自1986年与流体传动结缘以来,他没离开过“流体传动”,坚持深耕液压元件领域。

闵玉春介绍说,10多年前,好不容易积攒几个亿的资金,

这10年全部用于液压元件、机电高端液压元件的研发上,使产品技术、品质处于国际一流水平,但在这之前企业“差点死掉”。

液压元件从工程机械、冶金、矿山到港口设备、海洋工程都要用到,液压泵阀则相当于机器的心脏和大脑。

闵玉春说:“投入二三亿元不见成效后,所有人都不愿意再投资,创业的第八年、第九年‘差点死掉’。”

坚持付出终有回报,企业在最困难时期,遇到鼓励军民融合、高端制造的良机,因品质和技术过硬,逐渐成长为行业内的“明星企业”。

闵玉春低调地说,企业品

牌不大、知晓度不高,但质量、技术、细节一点都不马虎,“工匠精神”和“规矩意识”贯穿整个流程。

为中国流体传动与世界同步而努力,是印在闵玉春名片上的励志之言。闵玉春表示,将不断挑战自己,希望在液压元件领域实现价值。

“现在我们处于旺季中的旺季,所以工人比较辛苦,腊月二十七还要上班。”站在轰轰运转的机器前,安徽华塑塑业有限公司总经理汪纯球介绍说,2018年公司产值近3亿元。

这是一家从事纸塑包装生产的民营企业。汪纯球介绍说,近年来,公司产品一直“供

不应求”,销量每年都有20%以上的增长,未来可期。

安徽宾肯电气股份有限公司董事长叶佳也低调地称自己的企业“规模不大”。据介绍,这家民营企业在空气净化行业有实力与国际知名公司一较高下。此外,还牵头“十三五”国家重点研发计划“室内公共场所空气污染控制关键技术”与装备。

包括上述3家企业在内,安徽合肥市蜀山区内有13,000余家民营企业。据蜀山区区长张红军介绍,该区坚持把民营企业和民营企业当“自己人”,发挥项目对接“中间人”作用,不断优化营商环境,正在努力打造一批“单打冠军”“行业小巨人”企业。

企业在最困难时期,遇到鼓励军民融合、高端制造的良机,因品质和技术过硬,逐渐成长为行业内的“明星企业”。“工匠精神”和“规矩意识”贯穿整个流程。