

这届年轻人拿捏消费：

可以买贵的，不能买贵了

“过去一年，‘抠抠搜搜’地花了很多钱。”“几百块钱的手办说买就买，5块钱的邮费能省则省。”刚刚过去的春节假期，不少年轻人在社交媒体上分享一年来的消费总结，有些现象看似矛盾，背后却有着年轻人独特的消费逻辑。

青年消费群体是消费市场的主力军。日新月异的互联网时代，消费新场景、新业态、新模式不断出现，年轻人的消费观念、偏好、行为模式经历着巨大的变化。这些新特点形成了新趋势，蕴藏着新商机，为消费市场带来全新的机遇和挑战。

“想看世界，但不想只是看看” 体验式消费受青睐

“住在这儿，晚上可以看星星，围着篝火吃烤肉，真正走进当地人的生活。”22岁的张祖扬在新疆旅游时，没有选择住酒店，而是住在了当地的哈萨克族民居，“我喜欢原生态，住民居虽然价格不低，但体验感拉满。想看世界，但不想只是看看，我更喜欢这种沉浸式旅游。”

相对于其他年龄段的消费者，青年消费群体对生活品质、文化调性和环境氛围更加敏感，偏好体验式消费。参加户外探险、打卡非遗民俗……深度和个性化的旅行体验成为青年消费群体首选。

《2024中国青年消费趋势报告》显示，超过七成受访者每年至少有一次旅行，其中46.36%每年安排多次旅行，26.28%每年定期安排旅行一到两次，17.22%偶尔出游一次。其中，自然与户外探险、探索历史古迹、在度假胜地放松身心是年轻人喜爱的旅行方式。

“眼前雪坡绵延，耳畔寒风呼啸，那种自由飞翔的感觉，让体会到不一样的快感。”28岁的孙宏是一名滑雪爱好者，每年冬季都会到不同的雪场滑雪，寻求新鲜体验。

“体验式消费提升了冰雪游热度。”美团研究院执行院长厉基巍说。监测数据显示，入冬以来，滑雪、滑冰等冰雪旅游搜索热度环比增长一倍多。旅游城市的住宿、餐饮、交通不再只是配套服务，而是成为吸引青年人的旅游体验项目。体验式消费玩法层出不穷，有助于进一步释放消费潜力。

青年人为什么追求体验式消费？中国人民大学应用经济学院教授黄隽分析，作为互联网深度用户，青年人视野开阔、精力充沛、好奇心强。体验式消费能带来新奇与刺激，为生活增添乐趣，丰富人生阅历。另外，青年人渴望展现独特个性，体验式消费能够获得与众不同的体验，满足自我表达与个性彰显的需求，找到身份认同与情感共鸣。

国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所研究员王琛伟表示，很多地方现有消费场景仍局限于商场、餐饮等传统模式，缺少多元化、个性化的消费新场景，难以满足年轻人的消费需求。应创新体验场景、拓展消费场域，鼓励有条件的城市打造体验式消费场所，激发青年消费者兴趣。

“只要够喜欢，就愿意买单” 悦己消费成热点

夜幕降临，荧光棒的海洋随着音乐掀起阵阵波浪，合唱声、欢呼声如山呼海啸，现场气氛十分热烈。

前不久，在北京工作的姜潇特意利用周末跑到安徽合肥去看演唱会。“在演唱会现场，观众与歌手一起大合唱时氛围特别好，对我来说是一种很有效的解压方式。”姜潇说。

来自中国演出行业协会的报告显示，2024年全国营业性演出(不含娱乐场所演出)48.84万场次，观众1.76亿人次，票房收入579.54亿元。年轻人正是音乐节等演出活动的主力消费人群。

2024年的“双11”销售数据显示，青年人消费的商品品类多为旅行用品、演唱会门票等，由“什么划算买什

么”转向“什么喜欢买什么”。在青年群体中，悦己消费成为热点。

何为悦己消费？通俗来讲，就是在消费中更加注重产品和服务对自身的满足。为能愉悦自我的美好买单，从而获取情绪价值和精神支持，悦己消费不单是个人消费行为的变化，也是时代发展的写照——随着经济社会发展，人们对美好生活的向往，不再停留在物质层面，而是更加关注自己的精神状态、心理感受。

比如为自己的兴趣爱好买单。“手账是我的爱好，我喜欢把搜集到的各种小玩意做到手账里，只要够喜欢，就愿意买单。”辽宁沈阳市民刘达的家里有一个区域，整齐摆放着各种手账本、胶带纸、

印章、水彩等。

比如偶尔给自己一个小惊喜。“上下班看到地铁里的盲盒机，我都要停下来看看，几乎每周都要买一个盲盒。”在北京工作的周瑶已经为这些盲盒在家里置办了展示柜。

一家社交平台的调查显示，在关于消费心态的选择中，“快乐消费、为情绪价值或兴趣而消费”是年轻人选择最多的投票选项，占比达40.1%，高于“消费理念升级，更关注消费品质”的占比。

“随着生活水平的提高、消费的升级，悦己消费和情绪消费的发展空间极大，将成为未来市场的新增量。从购买动漫、游戏周边商品，到寻求玩乐新体验，追求快乐的年轻人将带动消费热点不断显现。”厉基巍说。

“可以买贵的，不能买贵了” 消费观念更务实

“我在这儿买了几件新衣服，均价百元，性价比特别高。”20岁出头的北京市民哈特走出位于北京朝阳区的“年轻力中心”时，拎着4个购物袋。

“我们发现，如今很多年轻人不愿为大品牌溢价买单，而是追求更务实的消费，同时通过个性商品表达态度。因此商场引入很多小众品牌、主理人品牌，以迎合青年消费者。”运营该商场的盈展集团首席营销官司徒婉雯说。

“该省省、该花花”是很多年轻人的口头禅。年轻人热衷在网上比价，喜欢淘二

手产品或“平替”。但他们并不一味图便宜，而是“可以买贵的，不能买贵了”，不仅追求价格合适的性价比，更注重品质优先的“质价比”。

90后柯颖是一名年轻妈妈，她发现同样的商品，在零售电商平台和批发电商平台上存在价差。“孩子的玩具，玩一段时间就没兴趣了，要常买常换，所以不会买太贵的。”在同源、同厂、同工艺和同材质的条件下，柯颖会优先选择性价比更高的商品。

中国人民大学新闻学院研究团队发布的《“App世代”中国年轻人移动应用行为报告》显示，年轻人伴随着

从象牙塔走进社会的角色变化，会转向更为务实的理性消费。

正因为青年群体购物前喜欢做攻略、比价格，购物后乐于发评论、晒感受，不少企业宣传新产品时，注重在社交媒体优先聚焦小范围种子用户，进而扩大品牌影响力。

王琛伟建议，应科学引导规范社区“种草”、线上带货、推荐算法等网络行为，监管部门、龙头企业、行业协会共同建立多元共治监管体系，营造与年轻人消费趋势相适应的良好生态，及时查处违法行为，切实保障消费者权益，进而提振消费信心。

据《人民日报》



江海晚报祝福类启事登报
主流媒体 权威官宣 个性化办理
咨询热线:0513-85118892



友情提醒：有意在本栏目投放分类广告的客户，可至南通报业传媒大厦办理相关手续。

招聘求职 保洁清洗 搬家搬迁 征婚交友
家政服务 房屋租售 二手车讯 快餐外卖

南通日报社遗失启事、公告刊登

办理方式：一、线下办理可至南通报业传媒大厦（南通市世纪大道8号）22层2210室；二、线上办理可微信搜索小程序“南通报业遗失公告办理”。刊登热线：0513-68218781



(广告)
线上办理请扫码

创办十九年，数千对成功配婚，良好的社会口碑



凡来鸿运婚介征婚、交友的单身男女照片或手机号都不会透露给其他人，这是我们的职责。

承诺：不满意不付婚介费 微信号：18912286139 13962983156
小石桥红绿灯东100米马路北、四路车站楼上
征婚热线：85292569 15851252008

更俗 剧院

热映电影

动画《哪吒之魔童闹海》
王宝强、刘昊然主演《唐探1900》
安东尼·麦凯主演《美国队长4》



(广告)
演出信息 3月8日19:30——《紫凤女子乐团音乐会》
扫二维码关注更俗剧院微信公众平台，获取更多电影演出信息。
更俗剧院新官方网站 <http://www.ntgsjy.cn/>
售票热线：85512832 服务监督：85528668