



# 他们看着“手艺”被一扫而光很满足 他们追求时尚讲究仪式感 办年货 老人重“吃”年轻人讲“趣”

□本报记者 李佳琪 文/摄

办年货，是新春佳节不可或缺的重要环节之一。办的不仅仅是年货本身，更是一种习俗的传承、对新春的美好祝愿。连日来，记者采访时发现，老年人在办年货时更注重传统，他们将团圆、祝愿倾注到一桌子的丰富佳肴中，办年货大都围绕着“吃”展开；年轻人办年货则注重兴趣、讲究仪式感，健身、旅游、养生、拍写真……都纳入年货元素。老年人办年货时更注重实际；年轻人在办年货时看似和“年”没有关系，但并未将“年味”减弱，而且还想以此带动长辈更新“年货理念”。

老年人办年货能做成一桌子丰富菜肴的都是好年货

7时左右，李大爷的电话响了，电话那头通知他预订的年猪当天会送货，让他家里留人等着收货。“往年都是去早市买猪肉，今年朋友的乡下亲戚杀了自家猪，就预订了一块，过年尝尝家猪香不香。”李大爷办年货总是围绕着他的“老三样”——肉菜、酒水和海鲜。过年前半个月，李大爷就开始忙活起来，先是去超市、批发市场瞅瞅酒水出啥新品种了，心里盘算着哪家种类丰富、哪家卖得便宜、哪家有满赠活动，有了好目标就“下手”。“一般蔬菜和海鲜都是过年头一两天买，贵是贵了点，求的是新鲜，猪肉啥的就提前买好了。”李大爷告诉记者，过节头一周除了买纯猪肉做菜外，他还会买好肘子、猪蹄、肉皮、牛筋、鸡肉等，提前酱好猪蹄和肘子、熬好皮冻、炸出丸子。在李大爷看来，这些自制的副食品都是春节餐桌上的“硬货”，过年看到孩子们把自己这点“手艺”一扫而光，心里就特别有满足感。



李大爷正在分割年猪。



李大爷为春节餐桌准备的肉丸子。

“节前冷冻产品、生肉销量很高，购买的人群以中老年消费者为主。”家乐福超市乐松店店长李利国经理告诉记者，今年肉价下降，较去年节前一斤便宜将近10元，比有些蔬菜还便宜，因此吸引了很多中老年消费者购买。另外，冷冻猪手、排骨以及肉皮、鸡中、鸡翅等产品销量增加，为此，超市将此类货品的储备量增加了10%。

和李大爷一样，近几日，周阿姨开始研究春节餐桌上的辣白菜是酸甜口味的好吃，还是咸辣口味的更下饭。“两种口味的辣白菜我都做了，等周末儿子回来让他品评品评。”周阿姨告诉记者，别人去超市办年货又是礼盒又是酒水的，她去了用小车拉几棵大白菜就回来了，就为了过年做点辣白菜。“过年大鱼大肉的，做点辣白菜清清涼涼的解腻！”周阿姨觉得，办年货办的就是团圆饭，家里人吃得开心就好。宋阿姨这几天办的年货是面粉，“二十八把面发，过年饽饽不能少。”宋阿姨最近正上网研究面食的新造型，今年迎合生肖，她打算捏点小老虎造型的白面饽饽。



周阿姨准备让儿子品评的辣白菜“试吃品”。

我喜欢就好，讲究仪式感和兴趣

“新的一年当然要拍一套写真，留住青春的美好！”大学生刘佳告诉记者，家里办年货从来不用她操心，但她自己的“年货”一定要有仪式感。除了拍照这种记录青春的“静态年货”，刘佳还打算送给自己和闺蜜一个“动态年货”。“最近打算和闺蜜拍一个新春Vlog，说说我们从相遇到相识、相知的一系列真实故事，我觉得很有意义。”



超市销售的网红零食大礼包。

京东大数据显示，年轻人办年货体现出多元化需求，更讲求仪式感。除了网购一些传统的年货送亲朋之外，他们心仪的年货更具个性化，追求时尚，健身、旅游、养生、拍写真……都纳入年货元素中。

“今年店里将网红零食比例提升了，年轻人买年货更加侧重零食在短视频平台里‘红不红’。”比优特超市和兴路店常力原经理告诉记者，年轻人到超市里买年货都是以“新奇特”为主要目标，像半人高的零食大礼包、有助于健康的黑巧克力、口味独特的酸奶果冻等，这些都是在一些短视频平台或者社交网站上比较流行的零食，年轻人会将这些作为“储备粮”留着过年吃喝。



年轻人展示着自己的年货“储备粮”。

“我喜欢”就好，除了追求仪式感，年轻人办年货也追求兴趣。“买了一个恩比德算是给自己的奖励吧。”提到过年办啥年货，90后的小孙告诉记者，他花了将近2000元买了一个NBA兵人（模型人偶）。“这些兵人都是纯手工制作的，越精细越贵，头雕、衣服、鞋子都可以单独购买组装。”小孙说，他爱好收藏NBA兵人，一些吃喝的东西提不起更高的兴趣，唯独看到心仪的NBA兵人，那就真跟小时候过年一样开心、兴奋，所以今年的年货他买了自己的“心头好”。



小孙的“心头好”NBA兵人。

年轻人正带动长辈更新“年货理念”

“年终奖已经到了，最近看旅游平台有促销活动，打算囤个旅游产品当年货送给爸妈。”小薛告诉记者，每年过年前也会往家里买些吃喝之类的传统年货，他觉得，吃过喝过后，年的快乐也就随之而过，没有更多的回忆留给爸妈。但是，如果把“带着父母去旅行”作为年货送给他们，可能会带来更多的惊喜与快乐。

记者了解到，像小薛一样将旅游产品作为年货的人不在少数。携程数据显示，现在预售的旅游产品订单量同比去年增长139%，由于旅游产品具有宽松的有效期、退费自由的特点，吸引了不少年轻人将旅游产品作为年货置办。

年轻消费者在办年货中，出现了“传承”与“带动”两大特点：传承着上一辈传统的年货，也在带动着长辈们去体验“新年货”。京东平台分析显示，今年春节，年轻人将数码电器、智能产品以及高品质饮食送到了爸妈手上，让他们也享受到数字化、智能化带来的便利。春节消费数据显示，Z世代是“放飞自我”的一代，他们喜欢给家人寄去的年货礼品主要有手机数码、影音娱乐、休闲食品、香水彩妆和潮玩等，体现的是个性和对美好生活的理解。

另外，年轻人购买“营养健康”类年货非常突出，表现出他们并不喜欢“胡吃海睡”式过年，而更看重健康、舒适、回血的春节。年轻人通过线上消费不仅将半成品、方便菜年夜饭带给长辈，还购买居家运动产品，过年饭后不能“躺平”，将健身理念传递给父母、长辈，他们正更新着长辈们的“年货理念”，对家人有着越来越强的引导作用。