

年货变迁折射消费观念转变

□ 本报记者 冯海砚

过年讲究“添碗添筷子”，而且是添双不添单，这大概是寓意“福财两旺”，或是“双喜盈门”吧。

记得小时候每到过年，大人们都会买一大堆碗筷回来，那时候也比较小，不懂是因为什么？慢慢地随着年龄增长，才知道原来那是一种年俗，家家户户都这样。再后来成家立业，突然觉得这样的年俗有它一定的独特意义，应该保留，应该按着老人们的路子走下去，也会把这种年俗讲给孩子听，希望他们也能够传承下去。

前几天，一位朋友在逛年货市场时，给自己的朋友圈晒出了几张年货市场的照片。照片中的年货市场一看就是小时候农村见过的那种“通铺”市场，每一家店铺都是露天的，连在一起一大片，卖碗的可能会和卖布匹的挨着，也有时候卖春联的旁边是一位卖肉的。

朋友在朋友圈里晒出的照片上的场景大致和十多年前农村的年货市场相似。我问朋友，怎么跑农村购置年货了？他的回答是在村里看了一位亲戚，顺便逛逛。他说：“总感觉农村的年货市场才更觉得有味道。城里的市场都一个样，体会不到小时候的感觉。”

无论是“添碗添筷子”，这样的传统习俗，还是朋友圈中晒出的年货市场，无不可以看出我们的时代变了，年货也在悄然声息地发生着变化。

过了腊八就是年，过了腊八，人们也开始置办年货。从小孩子的衣服到大人的服饰，从客厅茶几上的糖果坚果到餐桌上的鱼鸭蛋肉，从拜年礼物到压岁红包，变化了的是购物方式、消费观念，不变的是那种浓浓的年味。近日，市区各大商场、超市人山人海购置年货，过年的热度瞬间转热，并持续升温。以前桌上的鸡鸭鱼肉、烟酒糖茶，厨房里的油盐酱油是年货，而现在，换一台电视，新买个洗衣机、买个手机也成了年货。放在以前，大冷天也得去露天商场置办年货，和商家砍价，挑选物美价廉的商品，临近过年几天，一大早起来就得去赶市场、逛商场，农村的人们还得掐着时间看附近的镇子上哪里有赶集的地方，好去置办年货。但是现在，京东、淘宝、拼多多都成了购置年货的主要平台。农民们也学会了网上买年货，也学会了联系快递。

现如今，线上购年货已是趋势。随着人们生活水平的不断提高，年货也不断突破传统，时髦了起来。

1月13日，市民贺先生带着妻子孩子去一超市购买年货。他一边推着购物车，一边催促妻子把心仪的年货在手机上的电商平台做个对比。比一比价格，比一比质量。从超市出来，贺先生和妻子装满了“两个购物车”。一个购物车是超市的实体购物车，装满了一些蔬菜、水果、肉类等食品，一个购物车是电商平台上的虚拟购物车，车上装满了厨房洗涤用品和一些毛巾、拖鞋之类的用品。

线上线下赶“年货大集”，已经成为市民们购买年货的新趋势。

临近过年，市场成了人们最喜欢扎堆的地方。前段时间，交口县、中阳县、离石区、石楼县相继在省城太原举办名特优功能食品展销会，展出当地的近百种特色农产品，吸引了省城的不少消费者。新鲜的土猪肉，精致细长的手工挂面，美味飘香的粮食醋等产品深受消费者青睐。

与其说是一次食品展销会，不如说是一次大规模的年货推销会。

年货的变迁，变了的是购物消费形式、模式，不变的是人们对年的热情和激情。在市区，到处可以看到，一些超市和商家推出了迎新春购物大酬宾活动，折扣大实惠多，纷纷使出看家本领吸引顾客。记者走访一些大型超市发现，货架两边悬挂着各类促销牌，冷冻肉类、糖果干果、糕点零食、水果蔬菜、日化用品都有较大幅度优惠促销。一家超市的猪肉价格低到了19块多，比外面的肉市场低了很多。“超市年货比较全，而且比较方便，要什么有什么。”一位上了年纪的大妈告诉记者，“像我们这样上了年纪的人，到超市购置年货最合适不过了，孩子们还没有放假，忙的走不开，这里既节省时间，还节省开支。”

年轻人就不一样了，他们喜欢网上购买年货。

这几天，喜欢网购的年轻人最担心的就是快递停运。如果快递停运了，网上看上的东西也回不来了，再或者买回来不合意的东西也一时半会退不回去，还要等到过了春节，快递开始营运。

“前几天在网上买了一些坚果和炒货，这几天下了大雪，快递信息一直不更新，我估计是雪天受到了影响。”市民王女士担心过几天快递停运了，自己买的东西回不来，她说，“我几乎每天给快递公司打电话，他们的回复是雪天天气影响了快递的送货时间，但是不管什么时候到货，他们也保证一定会送到我手上。”

“网上年货不仅种类多，优惠力度也比较大。”这也是王女士选择在网购买一部分年货的原因。打开淘宝、天猫、京东、拼多多等一些电商平台，不难发现，好多商家正推出各种形式的促销活动，而且有的商家还开展了“年货节”专题活动，特价秒杀、红包返送、积分抵扣等各种优惠方式，力推一些比较实用和必须的年货商品。

随着经济的发展，时代发展的多元化，年货也从比较单一变得多样化，显得更加丰富。

价格比较显眼的开心果，一斤卖到80元，原来不起眼的红富士苹果，被商家码在了年货礼盒中，并摆放在在最显眼的位置，一下子就抬高了价格，也吸引了不少过往顾客。在市区不少大型超市，传统年货也被进行了“包装”，换上了新的“服装”以礼盒、精品包装的形式兜售。在一家超市，记者问售货员，礼盒年货价格这么贵，能卖出去吗，有人买吗？售货员介绍说，相比较而言，传统年货确实要好卖一些，但是被包装起来的精品礼盒也不难卖，也很受一些消费者的欢迎。走访中记者发现，一些大型超市专门设置了“礼品专区”，也看到售货员在不时地添补货物。

采访中也发现，现在置办年货的不再是父母亲和长辈，一些年轻人也主动为父母操办年货，他们新的生活习惯和消费理念更贴合现代年货市场的需求。给母亲买一个自动洗脚盆，给父亲买个电动刮胡子，给新家置办一台洗碗机、和面机，给农村的父母家里买一台智能电视机。小年轻买智能家电孝敬父母，还有人趁着过年买个新手机，犒劳一下自己。

过年就图个吃吃喝喝，一家人团聚在一起热热闹闹。有人说，现在的人过年不讲究了，其实并不是那样，而是随着年货的变迁，时代的发展，人们的消费方式变了，消费观念变了。

所以，与其说是人们对过年不讲究，不如说是越来越讲究了，而且也越来越新潮，越来越时尚。



本版摄影：记者 郭炳中

本期主题

