

经济专刊部主办
组版:张文慧
责编:薛力娜
温宇晗
校对:孟柯好

2025年1月1日 星期三

▶年轻人在北及小屋
拍照“打卡”。 李亚芝 摄
▼李瑞芳参加太原马
拉松比赛。 刘丽霞 摄



编者按

年轻一代,是社会的新鲜血液,是推动时代前行的强大力量,他们的消费观念和行为习惯正在引领着市场的新潮流。

他们既对生活精打细算,把每一分钱都要花在刀刃上,又愿意与心爱的宠物相伴,不惜花费重金在宠物身上;他们既愿意为自己的兴趣爱好投入时间和金钱,又注重参与过程和体验感受;他们既通过滑板、骑行、长跑等运动来平衡生活,又享受上门私教健身、上门整理收纳等便捷、高效的服务体验……

如今,年轻消费者不再受限于价格,而是更注重商品是否与个人价值观和生活方式相契合,这种消费观念的转变,不仅反映了年轻人对品质生活的追求,也塑造出一种独特的消费文化。“年轻力消费图鉴”聚焦年轻人的消费需求,探索新一代消费者多样化的选择。未来,年轻人的新消费还将有更多可能。

年轻力消费图鉴 1

自由多元的追求
贩卖社交距离的北及小屋

□ 本报记者 李亚芝

北及小屋在离石的年轻人中火了。年轻人究竟在为什么而买单?

来到北及小屋的门口,门上贴满了民谣与摇滚元素的海报,一股文艺气息就展现在眼前。推门进去,仿佛走进了一个别有洞天的世界,小屋不大,整体原木风格,给人一种回归自然的感觉,却又在大胆张扬的色彩装饰下显得很温馨。店里正在放着音乐,吧台处的标语“风能进,雨能进,国王不能进”彰显着酒馆的态度,有趣的主题设计,让年轻人忍不住掏出手机拍照“打卡”。在这个寒冷的冬天,大家围坐在一起,在温馨的氛围里听着音乐、聊聊天,不时地与乐手哼唱打着节拍,小屋也成了年轻人社交、创作和纾解情绪的理想场所。

见到老板渠惠铭的时候,他穿着白色卫衣,小寸头,没有想象中“时髦”,很难想象这样朴素的一个人竟然能抓住年轻人的心,并站在潮流前线。北及户外、北及露营、北及小屋,任何一项都深受年轻人喜爱。

有人说渠惠铭的成功是因为站在时代的风口上。其实,作为一名90后,渠惠铭赢在更懂年轻人。

毕业后,渠惠铭和其他人一样,投入工作中,紧张的工作节奏和紧绷的精神状态,让渠惠铭的生活也陷入了迷茫中,他开始重新反思自己的生活。在偶然的一次活动中,渠惠铭接触到了户外活动,在大自然中,渠惠铭好

像一下子找到了自己压力的发泄口,打开了自己精神阀门的开关。

当问及“北及”是什么意思时,渠惠铭解释道:“在最寒冷的季节,当所有的鸟都南飞的时候,厉害的鸟却逆流而上,偏向北飞。”这也正与渠惠铭一样。

“我要找到自己的生活,做自己真正想做的事。”

辞职,回家,做户外,渠惠铭很果断。最开始在做这件事的时候,渠惠铭只想在治愈自己的同时也治愈更多和他一样的人,想带大家多出去看看,后来看到大家更需要一个可以交到朋友的地方,慢慢地就有了一个“乌托邦”的想法,希望大家每次活动可以开心点或者多少有点收获。当听到他要做的事时,“太理想主义化了”这是朋友们对他的评价。“我倒是一直认为虽然我做了一件看似理想主义的事情,但我却不是一个特别理想主义的人。”渠惠铭说。

可以说,渠惠铭的“不理想主义”在于他眼光更加敏锐,他洞悉到现在情绪成为年轻人的消费需求,除了物质上的获得感,年轻人也希望获得心理上的满足,而自己做的就是给年轻人的心灵找一个家。

让渠惠铭触动很深的一次是在举办“21

世纪10年代的最后一个夜晚”的放烟花活动时,很多人都为这一场烟花奔赴而来,有的拉小提琴、有的吉他弹唱、有的帮忙联系场地,租了一辆公交车张灯结彩,大家一路唱歌,去奔赴这场属于自己的烟花盛宴。在这过程中,渠惠铭明显的感受就是现在的年轻人并不只是被动的消费群体,而是积极的娱乐创造者,要想与新一代年轻人建立更加紧密的消费联系,就要满足年轻人对互动、社交、个性化体验的需求。在年轻人的带动下,小屋也开始打造主题式沉浸体验,比如推出“电影经典歌曲之夜”“动漫主题派对”等特色活动,通过环境、主题、灯光打造沉浸式场景,让顾客有更强的代入感。在激活年轻人内心的“小确幸”和“小欣慰”时,也让他们心理更平衡、生活更有序。

最后,自称不是理想主义的渠惠铭这样介绍自己的小屋:“我想它是一个乌托邦式的小屋,我们总会被琐碎击败,总会在平凡的日子里牺牲。北及与我,是对当下生活的一种重新定义,我希望能够在有能力做到一些什么的时候努力去实现它。值得高兴的是,北及也在大同开了店,这给北及的未来开启了更多的可能性。”

城市运动“快充”
“我运动 我快乐”

□ 本报记者 刘丽霞

健身、城市骑行、长跑、滑板、攀岩……随着“健康生活从运动开始”这一理念的不断深入人心,全民健身已经成为人们的一种生活习惯、生活方式和生活态度。与此同时,年轻人的健身方式也逐渐表现出更专业、更广泛、更多元的特征。

“换上运动装备,走进健身房的那一刻,就仿佛进入了一个只属于自己的空间,每一次的力量训练,每一次的奋力奔跑,都是释放压力

的过程,感受着心脏的剧烈跳动,听着自己急促的呼吸声,享受着酣畅淋漓的滋味,这种感觉真的令人无比快乐!”李瑞芳在接受记者采访时激动地表示,“在这个快节奏的时代,健身是我生活中的一道光,它让我在忙碌中停下脚步,关注自己的健康,释放压力,找回活力。”

今年32岁的李瑞芳是一个妥妥的健身达人,别看她年龄不大,可坚持运动的时间却不短,从25岁到现在她一直坚持跑步、骑行、健身。对于她来说,运动是生活中如同吃饭睡觉

一样必不可少的一部分。每天下了班,有空就会去健身房,先进行热身、跑步或者快走等有氧运动,然后再进行1个小时的力量训练,主要是有针对性地锻炼背部、肩部、臀部、腿部肌肉,最后,做拉伸动作放松肌肉,形成规律性的、持续性的锻炼。

“健身年卡大概1000元,不限使用次数,每周我会去健身房3—4次,每次训练1—2个小时,而且我还增加了力量训练。现在,无论是氧操、增肌训练、塑形课程,还是更专业的项目,我都在慢慢地尝试。当然,定期的评估和调整训练计划也是科学健身的一部分。所以,我还请了一位健身私教,2000元10节课,教练会根据我的身体状况、健身目标、运动经验来制定科学的健身计划,确保运动强度。”李瑞芳说道,“长期的运动让我的身体素质越来越好,不仅提高了心肺功能,增强了肌肉力量,促进新陈代谢,还控制了体重,提高了睡眠质量,真的是受益无穷。”其实,单从身形和体态

就可以看到她长期健身的成效,1米65的身高,体重115斤,气色红润,皮肤紧致有弹性,没有小肚腩,没有富贵包,有的是健康的身体、充沛的精力和充足的体力。

“我从小就喜欢跑步、打篮球,哪怕结婚生子后也在坚持运动,是这份热爱给了我力量。通过运动,我还结交到许多志同道合的‘跑步搭子’‘健身搭子’,其乐无穷。”除了健身之外,李瑞芳还会在天气暖和的时候去跑步,周末去骑行。“我每天一般跑5.6公里,配速5分39秒左右,基本跑下来就是半个小时。我还参加过太原马拉松赛和交口马拉松赛。对于我来说,这不仅是身体的锻炼,更是心灵的洗礼,通过比赛,增强了我不畏艰难、不屈服于困难的内心力量,让我有了迎接更大挑战的勇气。”

“期待大家在未来的日子里,都能花点时间去锻炼,一起享受运动带来的快乐!”李瑞芳笑着说道。

“非人类”好友
“宠物经济”再现消费潜力

□ 本报记者 罗丽

漂亮精致的顶圈,口味丰富的粮食,特制的玩具,定期进行身体清洁……当下,随着人们生活水平的提升和情感寄托需求的增加,宠物已经不再是简单的家庭附属品,而是越来越多家庭不可或缺的成员。特别是年轻一代中,宠物已经被视为家庭的“重要成员”,他们在宠物身上的消费意愿和消费能力显著增强。

“这个是猫的主粮,一天两顿,每天要碗里放冻干饼干,要加一个罐头,还要补充一点肉。这个是宠物钙粉,这个是宠物洁牙粉,要拌着饭一起吃,不容易得口腔病。这个是宠物身体不舒服吃的益生菌。这些都是双十一购物节期间,我给它囤积的,大概花了四五百元。”“00后”的王梦丹大学毕业后,收养了一只中华田园小猫,取名为跳跳。“跳跳领养回来时只有一个月大,从教它如何上厕所开始,

事无巨细地陪伴它成长。有时候大半夜因为一点动静都会醒。”王梦丹回忆说,“现在,我的空闲时间都围绕着她度过,周末没事的时候,就会带着它外出遛弯。”在王梦丹眼中,虽然每个月要花费不少钱,但宠物带给她的不仅仅是快乐,还有精神的治愈。“每当看着它的眼睛,抚摸它的时候都能让我解压。”

记者调查发现,像王梦丹这样愿意为宠物“买买买”的消费者早已不在少数。走进市区五一街的一家宠物医院,一进门便看到货架上摆着琳琅满目的宠物用品。“这些都是10kg的猫狗主食,价格在100多元到500多元不等。”店主冯云雾介绍,除了宠物用品销售,店内还提供宠物疫苗、驱虫、美容等相关的服务。31岁的冯云雾,2014年从山西省畜牧兽医学院毕业后,就一直在宠物店打工。2021年,冯云雾开了自己的宠物医院。冯云雾介绍,随着宠物需求的扩大,越来越多的市民愿意消费,来购

买宠物个性化的服务。目前,店里的客人以“90后”“00后”年轻人为主,他们每年花在宠物身上的开销在2000到3000元不等。“如今宠物主人越来越重视宠物的健康,就跟照顾孩子差不多,方方面面考虑得很充分。”冯云雾称,店里的宠物零食和营养品销售得很好,适当补充营养品也会让宠物更健康。此外,店里还为宠物提供洗澡、剪毛、美容等服务,价格在50元至100多元不等。“现在养宠的人比较注重自家宠物的日常体检和保健,洗完澡后再做个驱虫套餐,能有效避免寄生虫和皮肤问题,很多市民愿意为此掏腰包。”

宠物经济正热,怎么看待宠物消费?市民王先生认为,目前的宠物消费习惯和趋势表明人们对宠物的关爱程度不断提升,越来越重视宠物健康和情感需求。但是在宠物经济持续升温的同时,还是应理性、科学、合理消费。



宠物店店主冯云雾正在整理货架。 罗丽 摄