

开新能源车、淘二手好物、选小份菜……

绿色消费成年轻人“心头好”

□ 人民日报记者 王珂 窦皓 张腾扬

■大数据观察

青年消费新趋势

核心阅读

社会环保意识不断增强,绿色低碳成为影响消费者尤其是青年群体消费决策的重要因素。青睐可持续品牌、购买节能产品、偏好绿色出行……观察青年群体消费新趋势,“绿色”是鲜明关键词之一。

开新能源车、淘二手好物、选小份菜……这届年轻人,正在爱上绿色消费。网络调查显示,年轻消费者更愿意为可持续品牌和产品买单,超半数受访者表示会在二手平台消费。这既是以实际行动践行环保理念,也包含着“可以买贵的,不能买贵的”的理性和务实。

国家发展改革委、商务部等部门印发的《促进绿色消费实施方案》提出,“到2025年,绿色消费理念深入人心,奢侈浪费得到有效遏制,绿色低碳产品市场占有率大幅提升,重点领域消费绿色转型取得明显成效,绿色消费方式得到普遍推行,绿色低碳循环发展的消费体系初步形成。”青年群体如何引领绿色低碳消费的新风尚?记者进行了采访。

参与以旧换新,节能又环保

“虽然价格比普通产品贵一些,但享受以旧换新补贴后也很划算,关键是节能环保。”近日,在重庆市观音桥步行街的一家家电卖场,正在选购空调的90后消费者陈健经过比较,选择了一款搭载人工智能节能芯片的新产品。这款空调可实时感知室内外环境温差,自动调控运行模式,既舒适又节能,全年耗电量降低超过10%。

随着消费品以旧换新政策持续推进,汽车、家电、家装等产品销售火热,其中绿色节能产品成为热门选择。苏宁易购数据显示,自2024年8月新一轮家电以旧换新补贴启动以来,节能洗干一体机、智能新风空调、嵌入式蒸烤一体机销量分别增长129%、135%、228%。

“相比传统汽车,新能源车不仅节能环保,还很智能,这些功能太有吸引力了。”在北京市朝阳区一家购物中心的新能源车展台,前来选购的90后消费者王丽说。不仅要价格合适,还要高品质,包括高颜值、高性能、大空间……新能源车的高性价比精准覆盖了“既要又要”,成为不少年轻人购车的首选。2024年,新能源车年产销首次跨越1000万辆大关,占新车总销量的比重达到40.9%;在乘用车市场,新能源车新车销量占比已经连续6个月超过50%。网络调查显示,80后、90后消费者中新能源车潜在用户占比更高。

买车、换车,推动汽车梯次循环利用持续加快。2024年,全国二手车累计交易量1961.42万辆,同比增长6.52%;全国报废汽车回收量846万辆,同比增长64%。越来越多年轻人选择“先出旧、再买新”,改善出行体验。以旧换新撬动青年群体消费热情的同时,资源循环利用水平也大幅提升。目前,全国具备资质的报废汽车回收企业中,3/4以上已经形成



说走就走,更要绿色出行

新能源车关注者年龄分布占比



光盘行动,才能不负“食”光

就餐如何不浪费?青少年这样说



新能源车拆解能力。

商务部相关负责人表示,推动绿色发展、促进绿色消费,对于实现碳达峰碳中和目标、构建新发展格局以及推动高质量发展都具有深远的意义,将通过举办系列活动,大力推进绿色消费,并致力于提升消费者参与度,进一步激发绿色消费潜力。

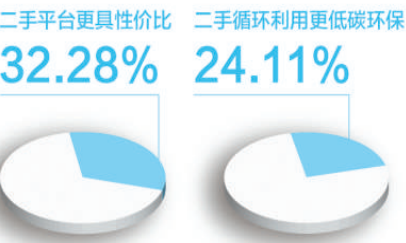
热衷买卖“闲置”,实用又实惠

“不是新品买不起,而是二手的更具性价比。”24岁的胡宇星,两年前来到了浙江省杭州市工作,是一位新杭州人。从衣服箱包到化妆品、家居用品,胡宇星习惯了去二手市场“淘好货”。

如今,越来越多的年轻人热衷于将闲置物品挂到线上二手交易平台“赚钱回血”,同时乐于在平台上淘选“心头好”,他们在“买家”和“卖家”的身份之间自如切换,乐在其中。根据闲置交易平台闲鱼发布的数据,目前其注册用

爱护环境,不妨循环利用

为什么买二手物品?受访年轻人这样说



户数已经突破6亿,日均交易额突破10亿元。一年中,有超过1亿人在闲鱼挂出闲置物品,每天有400万件闲置物品发布。其中,95后、00后用户占比超过一半。

“不是抠门,而是物尽其用。”胡宇星说,此前自己在网上下单了一台二手的单反相机,“相机价格比较贵,但使用频率不高,淘到二手好货,实用又实惠。”

除了线上交易,线下二手商店也成为年轻人喜爱的消费新空间。

服饰、球鞋、配饰、小家电……在位于杭州市西湖区一家商城负一层的线下循环商店,各



类二手商品琳琅满目。

“循环商店采用寄售模式,卖方将物品先寄存于店内直至出售,交易过程比线上更便捷。”店主陈女士说,很多二手商品保养良好,很受年轻人欢迎。

“一些限量版的手办、珍稀版本的书籍以及已经下架的衣服,来这里都能淘得到。”前来光顾的市民袁先生今年25岁,是一位潮玩爱好者。他表示,在性价比的同时还要买出个性,二手商品自带“故事感”,有不一样的消费体验。

这样的线下闲置物品商店形式多样,受到年轻人追捧。此前的毕业季,循环物品商店还进了校园,帮助大学生处理闲置物品,考研笔记、潮玩盲盒、生活用品等成为热销品。

“对于年轻人来说,买卖二手闲置物品体现了低碳环保的消费理性,已经成为他们的一种生活方式。我们希望串联更多社会闲置资源交易场景,不断完善闲置物品流通网络,助力形成绿色消费新潮流。”闲鱼线下业务负责

人李世杰说。

合理购按需买,省钱又省心

小份地三鲜4.9元、小份西红柿炒鸡蛋3.9元、小份辣椒炒肉10.9元……临近中午,在河北省石家庄市中山路附近的一幢写字楼里,95后女生刘欣愉打开外卖软件,开始搜索小份菜。“单价便宜,荤素搭配,还不浪费,适合一个人吃。”刘欣愉说。

提起小份菜,刘欣愉的同事和朋友也纷纷点赞。近两年外卖平台上“小份”“半份”的商品品类越来越多,“一人份火锅”“小份蔬菜水果盒子”也愈发常见。这些“小而精”的多元化消费供给,很好地契合了年轻人的消费需求。

绿色消费习惯的培养,要靠各方共同努力。近年来,石家庄市市场监督管理局积极开展“光盘行动”,引导消费者形成节约粮食、反对浪费的消费理念。“餐饮企业纷纷响应号召推出小份菜、‘一人餐’,鼓励消费者打包剩下的饭菜。”石家庄市市场监督管理局重大活动食品安全保障科科长李文华说。

不仅是小份菜,“循环利用”“空瓶回收”等方式也在年轻人中流行开来。自带水杯买咖啡,不消耗纸杯、更加环保,每杯省几元,一个月能省下近百元;用完化妆品,把空瓶送到商场专柜回收,可以兑换积分和购物券……

吃、穿、住、行、用、游,青年群体的消费选

择方方面面“绿意盎然”。

24岁的魏晨浩,入职石家庄市的一家分公司。15公里的通勤路,他选择“共享单车+地铁”的方案。“开车上班经常堵,油耗还大;骑自行车、坐地铁,半小时就到,单次花费不到5元。”魏晨浩说。

为鼓励市民低碳出行,石家庄上线“碳惠燕赵”小程序,市民可通过小程序开通碳积分账户,凭公交或地铁出行数据积累碳积分,并兑换各类绿色权益,如公交地铁电子票、共享单车优惠券、绿色商品优惠券等。

数据来源:《2024中国青年消费趋势报告》《2024新能源汽车消费观察报告》《青少年节约粮食行为洞察报告》

图①:广东广州,观众在车展上与新能源车合影。

新华社记者 邓华 摄

图②:江苏南京,顾客在闲鱼循环商店内选购商品。

杨素平 摄(影像中国)

随着数字技术深度应用,消费新业态、新模式、新场景不断涌现,大大激发公众尤其是青年群体的消费意愿,数字消费已成为推动经济增长的重要引擎。

追求即时高效、生活品质和性价比,对文化生活有高需求……作为“网络原住民”的当代青年,有着更“挑剔”的消费品位,也更习惯于数字消费。近年来,电商数实融合加快,即时零售、直播带货等新业态、新模式、新场景加速涌现,知识经济和游戏经济热度高涨,青年作为主力军,如何引领数字消费风潮?记者进行了采访。

网络购物场景新

“家人们,来看看这株火棘,秒价2200元,喜欢的小哥哥小姐姐们可以拍下了……”近日,在江苏省沭阳县艺森园盆景直播基地里,拍卖声、报价声起伏不断,花木主播们以矩阵直播线上竞价拍卖的方式,将美丽的盆景销往全国各地。

“红梅、黑松等单品在青年消费客群中很受欢迎。”矩阵直播主持人周艳玲介绍,这种创新的直播形式,聚集直播形成强大的直播矩阵,通过专业主持人的讲解,更加充分展示丰富多样的盆景作品,吸引更多消费者尤其是年轻顾客的关注,直播销售的成交量和成交额直线上升。

近年来,沭阳县大力发展数字经济,推广花木电商矩阵直播新模式,助推花木盆景畅销国内外市场,年宵花等产品远销美国、马来西亚、新加坡等多个国家和地区。如今,全县花木从业人员超35万人,花木电商突破5万家,2024年花木销售额达350亿元。

直播带货、短视频营销、即时零售……网络购物的新形式也在引领和创造青年消费新需求。

据中国社会科学院财经战略研究院相关课题组估算,2024年前11个月,全国直播电商零售额为4.3万亿元,渗透率为30%,电商行业增量中80%以上来自电商直播。

“电商直播是一种融合了娱乐、购物和社交的全新购物方式,深受年轻人喜爱。”中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说,相关数据显示,90后是电商直播的主要消费人群。

知识付费潜力大

“配色和动画都很高级,如果我做大概要一天时间,这16块花得值!”前段时间,30岁的张琳买了一套演示文稿软件的模板。在她浏览的模板分享平台,全国网友制作上传的演示文稿模板种类丰富。张琳购买的模板已有超100人次购买,设计上传者也将获得相应收入。

以网络为平台,将知识、教育服务作为商品进行交易,近年来的知识付费市场规模持续增长,用户规模不断扩大。相关数据显示,2016—2022年,中国知识付费行业市场规模从26.5亿元增长至1126.5亿元,预计2025年市场规模将达2808.8亿元,用户规模将达6.4亿人,其中青年人比例不低。

随着短视频热度升高,视频、直播类付费内容逐渐在知识付费领域占据重要地位。在算法加持下,受众更易接触契合需求的视频,降低了“人找课”成本。

在不同平台,着眼于青年职场技能提升、兴趣拓展、心理成长等需求的教学视频价格从几元到上万元不等;在问答社区,一些专业答主通过撰写高质量的付费专栏文章,每月能获得数万元收入。

在信息爆炸时代,青年消费者也有了更“挑剔”的口味:除了关注知识质量,也关注内容和服务的个性化和性价比。

游戏经济活力足

手握游戏手柄,坐在电脑前,玩家胥旺控制电脑游戏角色使出各式各样的招式,享受着周末的休闲时光。

29岁的胥旺从2017年开始在游戏软件平台上购买游戏,至今已经购买了近200款游戏,价值超万元。

2024年度中国游戏产业年会的数据显示,2024年中国游戏产业总收入达3200多亿元,其中我国自产自研的游戏收入2800亿元;玩家人数约6.7亿。从专项资金扶持、减税降费到完善产业配套设施、人才引进等,多地出台政策支持游戏行业发展。

“近些年国产游戏发展很快,35岁以下的青年人占国内玩家群体的大头,许多游戏会根据青年人的喜好进行设计。”北京师范大学艺术与传媒学院研究生导师、“游戏的人”档案馆馆长刘梦霏说,结合中华优秀传统文化的游戏深受青年欢迎,国风游戏也越来越多。

《2024年中国游戏产业报告》数据显示,2024年中国主机游戏市场收入为44.88亿元,同比增长55.13%。据了解,这一增长与现象级游戏《黑神话:悟空》密切相关。相关数据显示,该游戏在全球游戏平台Steam上的销量已超2270万份,收入超70亿元,在游戏主机平台上也有不俗表现。

《2024中国青年消费趋势报告》指出,近三成青年受访者会为情绪价值消费。“以前买的更多的是国外3A大作,现在国产游戏越做越好,我和身边朋友都很激动,会第一时间买来支持。”胥旺说。

青年玩家消费能力和意愿较强,游戏消费不仅在游戏本身,还有硬件设备、线下文旅等延伸消费。“为了玩得更流畅,身边很多朋友买了新款游戏主机。”胥旺说,2024年自己也更新了游戏装备,相关消费超万元。

据《人民日报》

网络购物、知识付费、游戏经济……

青年引领数字消费新风潮

□ 人民日报记者 齐志明 祝佳祺 杨颜菲



雪后黄山 风景如画

2月18日拍摄的安徽黄山风景区景色(无人机照片)。雪后初霁,黄山银装素裹,宛如仙境。

新华社发 樊成柱 摄