

拜年表情包、微信红包封面、AI拜年视频成为新“过年三件套”，年轻人“花式整活”，为年味加入新配方，仪式感更浓

传统春节过出新鲜感



年味越来越淡?这届年轻人, 正用很新的方式找回年味。他们剪辑出的年度总结视频,带来了“赛博年味”;他们家的春联,不只贴在大门口,还贴到了冰箱和电脑上;他们买下“硬核年货”,给手机贴上黄金贴纸;他们的年夜饭,仿佛一张“世界餐桌”;闽南味不再是唯一的主角……他们将春节过出了传统与创意相融的新模样。

□融媒体记者 李菁 庄丽祥 文/图(除署名外)



市民在超市里选购年货



拜年表情包、微信红包封面、AI拜年视频成为新式“过年三件套”(CFP图)



年夜饭融合天南地北味(CFP图)

“赛博年味”渐浓 花式“年度总结”刷屏

最近,各大社交与视频平台年度有个绕不过的关键词——2024年度总结。这一届的年轻人流行起了剪辑年度vlog(“video blog”的缩写,意为视频日志),让过年有了“赛博味”。在视频里,他们用“流水账”式的片段回顾过往,展望新年。

“90后”市民小陈用一条11分钟的视频总结了自己的2024年。“1月份,雪乡的大雪满足了南方孩子对冬天的所有期待;2月是温暖而热闹的,走街串巷,炮仗花开,年味沸腾;三月,开始坚持运动,今年的目标是瘦10斤……11月,去了西安,在钟楼下吃着热腾腾的,拍到了人生照片”;12月,工作很忙碌,生活很充实,期待跨年。”她告诉记者,这条年度总结vlog剪了一星期,回顾手机里的素材就花了三四天。“前两星期,每天下班时间都用来做年度总结vlog了。重新翻了好几遍手机相册里2024年的照片和视频,照片有6895张,视频有321条。找素材的过程中,我重温了过去一年里的欢笑和感动,很有意思。”小陈的年度总结发布后,很快就获得了社交平台上一众好友的点赞,还有两位朋友也跟着剪起了视频。

各大APP生成的年度报告热度也持续攀升,不少市民晒出了自己的年度数据。“2024年,你涉猎了35个兴趣领域,兴趣分散度超过了69%的网友。宠物18.2%、美食14.5%、旅游9%、美妆7.8%、潮流7.2%……”“2024年,奶茶下单29次,花了752.02元。”“2024年有11天,零点后还在刷微博,比去年增加了1天。2024年6月15日凌晨5点16分,你依旧精神抖擞在微博冲浪。”“你把时间留给了新的远方,2024年,你点亮了6座城市。”……

记者了解到,近期,微博、小红书、饿了么、美团、滴滴出行、京东、B站等APP上线了2024年度报告。基于大数据技术,各大平台通过采集用户过去一年的平台使用情况,对兴趣爱好、行为特征、消费记录、社交足迹等进行了总结,这也成为网民们在岁末年初少不了的“跨年仪式”。

“这样的年度报告充满了惊喜和‘惊吓’。看过后总会感慨,原来自己这一年走过这么多地方,看过了这么多的风景;也会不敢相信,自己怎么能喝掉这么多奶茶,花掉这么多钱?这是在年底重新自我观察的一种方式,过去一年的生活用数字量化的方式表现出来,能够看到多维度的自己。”“00后”市民小吴说。

“掸尘”有“神器” 把除尘干出花样

在泉州,春节前的大扫除叫“掸尘”。每年从腊月廿四到除夕,泉州家家户户都会择日做年终大扫除。这几天,“80后”市民小蔡正和“60后”的妈妈“抗争”,她希望把新年前的“掸尘”变得轻松一些。但是小蔡购买一堆清洁用品和工具的行为,在妈妈眼中,是“差生文具多”。

在两个月前的“双十一”,小蔡购买了洗地机、高处擦灰拖把和擦玻璃“神器”,同时还购买了油污清洁剂、水垢清洁剂和除胶剂等。“我在大扫除时有三大危险行为,一是爬到窗台上,把身体探出去擦玻璃;二是桌子垫椅子,爬高擦灯具和天花板;三是用小刀刮黏胶。所以我有针对性地买了一些清洁用品。”小蔡说,要说服妈妈用新的除尘工具并不是一件容易的事。

小蔡妈妈觉得,洗洁精、洗衣粉、拖把和抹布就能完成的大扫除,为什么非得浪费钱购买一堆“花里胡哨”的东西呢?她说,一年能爬几次高,能擦几次窗?我只好自己先动起来,让她看到新工具的效果。高处擦灰的扫把,可以夹上用过的洗脸巾,“榨干”洗脸巾的剩余价值。除胶剂喷上去等上几分钟,轻松擦一擦,黏胶的印迹就没了。还有小朋友用彩笔和铅笔划过的桌面,清洁剂也能搞定。看过这些“神器”的效果后,妈妈虽然还是会“碎碎念”,但也用起来了。”小蔡俏皮地说。

在短视频平台上,小蔡关注了好几位家政博主。她随机打开一位博主的橱窗,魔术扫把、迷你小拖把、清洁喷壶、刮水器、玻璃刮、保洁专用毛巾、可伸缩除尘掸、卫生间清洁刷、浴室清洁剂、皮革清洁膏……光是清洁用品和产品就有数十种。“在这位博主处,我就买过三四样清洁工具。社会在进步,有很多新工具可以让生活更轻松、更便利,我要慢慢改变老一辈的传统观念。”

京东超市联合京东消费与产业发展研究院发布《2024家庭清洁线上消费趋势报告》显示,2024年,玻璃清洁剂、水垢清洁剂、除霉用品等表现亮眼,销量最高同比增长125%、83%、63%。在环境清洁领域,消费者对能够提高清洁效率的产品需求不断提升,除了要求产品有过硬的清洁、消毒等基本功能,还追求产品配方的健康度,以及是否省时、省力、省空间。据“抖音商城好物年货节”数据报告显示,2024年货节期间,“90后”成为平台内购买智能小家电产品的主力,擦窗机器人、扫地机器人等产品在节前销量增长极快,达到1014%和335%。

拼盘年夜饭 一桌吃遍天南地北味

年轻人也成为年夜饭的掌勺人。据《2024春节年轻人社媒趋势洞察报告》,有36%的年轻人计划筹备年夜饭。其中,有27%的年轻人将直接掌勺年夜饭,19%的年轻人会完成大部分布置工作,9%的年轻人提供创意菜、新式菜谱。

离春节还有大半个月,“85后”的市民小余就开始规划自家的年夜饭餐桌。今年,她准备做一桌“国际范”年夜饭,既有小朋友喜欢吃的比萨和意面,也有年轻人喜欢的鸳鸯火锅,还有老年人喜欢的传统“硬菜”。

“往年的年夜饭基本上是闽南风味,老人吃得开心,但孩子却觉得那不是他心目中的大餐。过年应该让每个人都开开心心的,所以今年的年夜饭菜单征集了全家老小的意见。”小余说,趁着这几天各大电商平台推出年货节活动,她已经下了意面速食餐,麻辣火锅底料和佛跳墙礼盒。除夕前一两天,她准备在外卖平台叫个椰子鸡套餐在冰箱里囤着。

小余告诉记者,自己的厨艺并不算好,所以年夜饭餐桌上有部分是预制菜。比如椰子鸡火锅套餐,里面搭配了切好的鸡肉、椰汁、沙姜、青柠和酱油,只要放进锅里煮熟就能吃了。

淘宝数据显示,2024年货节期间,淘宝APP上“年夜饭家宴”“预制菜”“半成品年夜饭”等关键词的搜索量环比最高增长20余倍,在淘宝直播间,预制菜成交额增长148%。拼多多数据显示,预制菜消费群体多以“85后”“90后”和“00后”为主。另据商务部大数据监测,2024年除夕,我国重点电商平台在餐饮销售领域同比增长40.8%。

市民小波则觉得,过年要“吃点好的”,在他家的年夜饭餐桌上,食材来自全世界各地。“内蒙古的好友寄来了新鲜的羊腿,M9级别的澳洲黑金和牛网购了,四川的香肠和潮汕的牛肉丸也囤好了,还准备买帝王蟹和小青龙。”小波说,最近的新闻里常常报道查干湖的胖头鱼,他也想买来尝一尝。

记者了解到,年关将至,天南地北的“硬菜”销量攀升,年轻人在销售各地特产的直播间里“激情”下单。在淘宝上,一款“原切半只羊”的羊肉产品已经售出7万份,新鲜上架的查干湖冬捕胖头鱼也有数千份的销量,客户中不少是想要尝鲜的“南方小土豆”。而四川香肠、潮汕牛肉丸的商家也迎来了不少北方的客人,部分商品链接已经卖出了超10万份。

年货有创意 全家换上“新皮肤”

“00后”的市民小郑,为家里采购了一箱“很新”的年货。

大门的春联上有毛绒的玩偶,推拉门上的福字换成一串“柿柿如意”,印着“出入平安”的地垫换成了骑着锦鲤的贺岁大熊猫,红包是立体的取钱机造型……今年,小郑准备把家里的每个角落都换上年味“新皮肤”。在她的购物车里,还有可以贴在冰箱上的迷你小对联、甘肃省博物馆的蛇年限定玩偶、冰糖葫芦形的抱枕等。

选好家中的装饰,她又开始给家人选过年时用的手机壳和手机壁纸。“人要穿新衣服,手机也得换新装。手机的‘衣服’要喜庆,还得有创意,光是手机壳就挑了两天。”小郑告诉记者,最近几年,她都会帮爸爸妈妈换上同款新年手机壁纸,这已经成为他们家的“过年传统”了。

这一届的年轻人,在年货选择上展现出独特的创意偏好。最近,市民小蔡给6岁的儿子布置了一项“家庭作业”,为春节拼一棵积木发财树和一些积木花,用创意的摆件替代传统的年宵花。“今年,准备把挂满红包和橘子的积木发财树放在电视柜上,餐桌上想放积木拼的蝴蝶兰和柿子组成的花束。往年,这两个位置上放的是小盆的蝴蝶兰和新鲜的百合花。我还和孩子一起挑选了毛绒的桃花盆景,准备放在茶几上。”

在小蔡置办的年货中,最让她满意的是一张地热垫。会发热的地垫放在沙发前,全家人可以一起坐在上面看春晚,玩游戏,谈天说地。“春节讲究的是团团圆圆、其乐融融,想象全家人一起待在垫子上的场景,我就觉得特别温暖。”

今年春节,年轻人中又流行起了一款“硬核年货”——黄金贴纸。他们把黄金贴到了手机上,“闪闪发光”地过新年。记者走访市场后发现,黄金贴纸的克重多在0.1克左右,价格大多不到百元。款式多样,其中大多有添彩彩头的寓意,比如“公主请发财”“暴富”“好运up”等字样,财神爷、招财猫的形象等。淘宝数据显示,至少有20万年轻人购买了黄金手机贴,其中25—30岁的年轻女性是主要消费者。

用“新姿势”,买“新年货”,过一个“很新”的年。曾经,“过年三件套”是美甲、烫发、买新衣;如今,“过年三件套”已经变成了拜年表情包、微信红包封面、AI拜年视频。年轻人“花式整活”,将传统的春节过出了新鲜感。



不少市民过年都会为家里增添新玩意儿



“金元宝”年货寓意美好

用一部手机完成年货采买(CFP图)



积木拼的花束(CFP图)



周视频记录进行年度总结(李菁截图)

过去一年的足迹(李菁截图)