

# “年货清单”上新!这才是今年春节的“硬通货”

春节将至,年味渐浓,年货采购的热潮也悄然升温。从“品质焕新”到“体验升级”,从“物质满足”到“精神共鸣”,如今的年货市场正从简单的商品交易跃升为集文化传承、情感交流、科技体验于一体的“全景式”消费盛宴。

天猫年货节数据显示,00后用户成为年货消费增长最快的驱动力之一。当年轻人接过年货“主理权”,他们的消费偏好正在影响年味。打开年货“购物车”,一起来看蕴藏其中的年味新图景与消费新活力!

## 国潮+科技 引领年货消费新潮流

一方面,“国潮”与“非遗”成为新流量密码,传统年货玩出新花样。马元素成为年货消费中的重要文化符号,大量融合非遗技艺与生肖主题的年货产品,因其独特的文化寓意与审美价值,受到年轻消费者追捧。

京东消费及产业发展研究院发起的“2026年货节消费调研”显示,84.5%的消费者有购买意向,有65.6%的消费者表示“有明确计划”或“可能会买”马年主题礼盒,并将其视为一种重要的新年仪式。在具体品类上,年俗文创礼盒因其直接服务于春节的核心仪式,成为最受欢迎的选择。对消费者而言,他们不仅是在买商品,更是在为文化认同买单。

另一方面,年货清单呈现“科技赋能实用、健康守护温情”的消费变革。科技赋能让年货玩出新花样,消费需求也逐渐向“智能化”迁移。近期,智能家电等产品销售明显升温,成为年货市场的一大亮点。同时,年货消费也从“面子礼”转向“实用关怀”,“健康实用”成为消费者的核心考量。

京东调研数据显示,在为长辈挑选年礼时,健康与安全是首要考量因素。诸如药食同源礼盒、适老化智能产品等“健康伴手礼”,在这个春节流行起来。越来越多人选择送的不再是“排面”,而是更贴合父母日常所需的实际关怀。

## “爱你老己”解锁年节消费新主张

伴随消费观念的持续升级,“情绪价值”成为年货消费的重要驱动力,“爱你老己”正成为今年年货市场的另一大特色。年轻消费者不再满足于商品的基础功能,而是更追求情感共鸣与体验感,“为情绪买单”“为喜欢买单”成为当下年轻人采购年货的核心逻辑。



1月22日,河南驻马店市非遗香包制作技艺传承人王彩红(左)赶制新春特色香包。新华社发(弓华静摄)

相较于传统消费,悦己消费场景更广、形式更活,覆盖潮玩、宠物、情绪健康、文化娱乐、解压产品及香氛等多个领域。“新春谷子”等融合二次元与新春元素的周边产品,在社交平台圈粉无数,年货送礼正从传统的人情往来,转变为寻求圈层认同的“社交货币”;天猫年货节数据显示,带有“发财”字样的零食礼盒最受欢迎,成交额同比上涨90%。这种“为情绪买单”的趋势,让年货从“送礼工具”转变为“情感载体”,成为当下年轻人生活方式的集中展示与温暖连接。

## “服务消费”成节前新主角

值得关注的是,当前年货消费的含义正进一步扩展,从“买产品”延伸到“买服务”“买体验”。家政服务市场迎来需求爆发,年末大扫除、家电清洗、美容美发、年夜饭预订等服务消费量激增。相比过去,年轻人更愿意把钱花在“省时间、买轻松”上,节前越忙碌,人们越愿意为效率付费,为品质生活买单。

与此同时,随着“它经济”持续升温,宠物作为许多家庭的重要成员,其春节安置与仪式感消费成为新需求,宠物服务消费迎来爆发式增长。58到家1月16日发布的数据显示,今年宠物寄养需求明显前移,甚至出现“一窝难求”的现象。此外,宠物洗护、上门喂食等服务也迎来需求高峰。春



2月1日,人们在昆明的斗南花卉市场内选购鲜花。新华社发(郑益摄)

节消费热潮下,宠物经济不仅成为消费市场的新增长点,更折射出当代人对陪伴与情感寄托的重视。

当“怎么过年”不再有标准答案,年货清单便成为每个人生活态度与消费理念的生动投射。年货的意义,早已超越节前采购本身,呈现出更加多元、个性化的新面貌。在年轻人主理春节的新风潮下,新春经济也必将持续迸发更多创新可能。

据新华社

便民  
服务

疏通服务

疏通 维修改装上下水暖  
3033345

保洁服务

超低价保洁 爱心保洁  
专业擦玻璃 家庭单位玻璃厨卫  
13032001706 17532059115

# 大辞典

## 天天刊登价格更实惠

保定晚报分类广告 一次性付款  
每周至少刊登三次 即可享受优惠服务

- 10次赠1次
- 20次赠3次