大公報
責任編輯：趙　夏　美術編輯：蕭潔景
2019年5月12日　星期日

5月12日，母親節到來，不少誠意滿滿的子女想要借助大數據讀懂媽媽的心，「孝心經濟」的消費風潮席捲而來。淘寶數據顯示，母親節前夕，同城的鮮花速遞訂購量同比大漲近4倍，其中新花色「櫻花粉康乃馨」成新晉網紅。記者瀏覽多家購物網站發現，擦窗機、掃地機、按摩儀等家電的搜索熱度也上升了不少。當代年輕人更多地把視線放到了為母親「減壓」、「減負」等更為實際的方面，趁節日陪母親食晚餐、散心旅遊也漸成潮流。

網羅萬象

大公報記者　俞　晝

贈按摩儀送康乃馨　兒女催熱「孝心經濟」

網購有花又有金媽媽更愛陪晚餐

數據顯示，關鍵詞「母親節」在淘寶的搜索量，環比此前一周上漲超過600%，「母親節實用禮物」等詞組，也頻頻登上熱搜。據悉，2019年4月份，淘寶、天貓平台上標題中有「母親」的商品銷售額爲3.24億元人民幣（折合約3.79億港元），同比增長28%。針對母親的線上產品銷售規模不斷擴大，越來越多的人選擇在母親節給母親贈送禮物。

銷售額超三億　不斷擴大

在網購網站上，輸入「母親節禮物」，銷量靠前的，除了常規的鮮花套盒外，還出現了多款按摩儀和足療機，月銷售均已過萬。在按摩披肩銷售頁面上，「爸媽辛苦了，讓『我』給您揉肩捶背」一下子觸動了許多買家的心聲。

「我媽常年做農活，老是腰腿疼，用這個按摩一下眞心舒服，媽媽很喜歡。」賣家彭慧在留言處表示，平時工作忙，每年只有過年才有時間回老家陪陪母親。在她們看來，送鮮花雖然看起來很美，但沒過多久就謝了，不能起到實際的陪伴作用，反而會被母親批評「浪費」，還不如加點錢，買一份更實用的禮物。

商家也紛紛爲「吸金」打出了「全年最低價」的活動，吸引消費者爲「孝心」買單。買家大多數直接網購，因此，賣家們還貼心地提供了「手寫賀卡」的服務，誓將「驚喜」進行到底。

其實，無論送什麼禮物，我們要懂得，陪伴才是最好的愛。今年三月，日本「樂天Insight」網站做了一項調查，統計母親節時媽媽們希望收到的禮物排名，結果出人意料。

感謝說話才是最好禮物

「對母親說些感謝的話」以29.2%的票數排在第一，其次是「陪母親共進一餐」，佔26.7%；而原本作爲母親節傳統的「花卉」，僅得到25.5%的票數，跌至第三名。出乎所有人意料，比起禮物，可能媽媽們更想收到的，是孩子們的感謝與陪伴。

▲11日，安徽肥西縣的小朋友在展示「描繪心中的媽媽」作品　新華社

網友評論

米媽媽碩太太：
產房陣痛到寶寶出生這一段艱難時刻，我體會到母親的不易，發誓以後更加好好愛媽媽

清風明月：
母恩如山高，母愛如海深。萬語千言也道不盡母親的恩情，願在天堂裏的母親一切安好

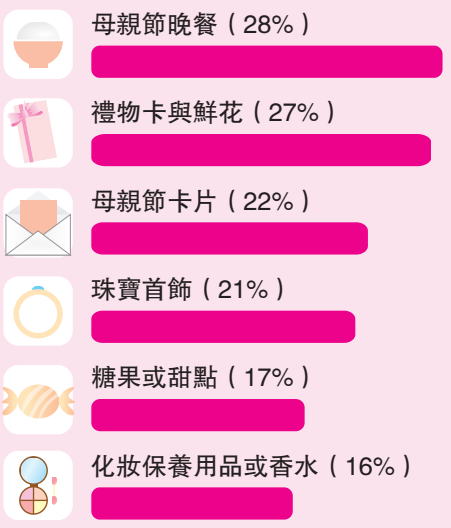
AtThisMomentTheSky：
與其送鮮花和禮物，我覺得大部分媽媽應該會喜歡有人能幫她們打掃房子，比如說隊友（指老公）

小西柚小西瓜小湯圓：
總是說要對媽媽好一點卻總是忍不住對媽媽發脾氣，但她對我的愛卻從來沒有減少過一分一毫。媽媽，我愛你

（大公報整理）

▲按摩儀器成為母親節送禮「新寵」　大公報記者俞晝攝

媽媽最想收到的禮物



（來源：Statista Survey）

▲11日，2019中國紹興（上虞）孝文化節暨孝女曹娥祭祀大典在浙江舉行。多名學生在與母親進行「孝親奉茶」　中新社

當代媽媽生育態度

追求幸福是生育的主旋律：
超7成母親認為子女是最好的禮物，生兒育女是人生某一階段要完的任務

為育兒願做適當犧牲：
女性生育後減少了在朋友聚會、奢侈品購買等方面的時間和金錢支出，將更多時間用於照顧子女

陪伴是最好的愛：
母親平均每天陪伴0–6歲兒童的時間約7個小時，隨着子女年齡增長，母親陪伴時間有所縮短

育兒並非母親一個人的事：
子女0–6歲階段，約4成由母親進行專職照顧；7–12歲受教育階段，父母雙方一邊上班一邊照顧的情況更多

既是「百煉鋼」也是「繞指柔」：
更堅強、更耐心是女性成為母親後最大的變化，比起初育年齡較小的母親，初育年齡在30–39歲的母親變得更溫柔

二孩不易：
經濟壓力是阻礙80後母親生育二孩的最主要因素，照顧小孩耗費時間精力、缺少父母幫助、高齡生育風險也是重要原因

（來源：極光大數據《2019年母親節專題研究報告》）

滬小學生編程AI賀卡

母親節到來前，上海一位二年級小朋友以編程禮物給媽媽送祝福，奶聲奶氣的嚴肅極客範暖「哭」朋友圈，衆人紛紛稱讚「硬核10後」、「暖男小極客」。這一硬核禮物令許多媽媽危機感爆棚：當你還在期待收到孩子人工禮物的時候，別人家的孩子已經用人工智能送禮物了。

據了解，小朋友名叫經仲元，今年就讀二年級。對於網友的種種誇獎，小仲元的媽媽笑稱自己見證結果的那一刻，確實收穫了滿滿自豪和感動。「小小一個孩子，努力地在電腦前操作鼠標，給我做一個編程賀卡，還用了好多術語，有時我完全聽不懂他在嘀咕什麼。」媽媽感慨，比起禮物本身，她更珍惜孩子和自己分享學習快樂的瞬間，「專注地爲我努力做編程的小小身影，就是給我的最好禮物，一輩子都不會忘記。」

有網友感慨，母親節禮物的變化幾乎可以概括一個時代發展的縮影，「80後買買買，90後愛愛愛，00後做手工，10後碼AI！」

據小仲元的老師介紹，作爲信息時代中成長起來的新一代，10後的成長環境幾乎已完全互聯網化，計算機語言已深度參與到他們邏輯思維和創造能力的基礎培養。　（人民網）

▲11日，重慶一商圈打造了母親節合影牆，吸引了一位母親與自己的兩個女兒在此合影留念　中新社

▲在青海西寧市，近日多家鮮花零售店生意迎來了「小高峰」　中新社

▲11日，在「媽媽我愛你」主題活動中，小朋友給媽媽洗腳　新華社

隔代帶娃成主力「媽媽遊」盡孝心

近日，內地微博發起不少關於母親節的話題討論，其中，「有了自己的孩子之後，在哪個瞬間，你突然理解了自己的媽媽」的話題徵集，收穫衆多網友留言，許多都讓人忍不住落淚。

有網友留言：「剖宮產當天，孩子先被抱出來，家人都特別激動，抱着孩子去了病房，此時產房門口就只剩下我媽媽在等我出來，她說還要等自己的孩子平安出來。」不少剛做了媽媽的女網友表示，在看到孩子的那一刻，就已經決定要把全部的愛，傾注在這個粉嫩嫩的人類幼崽身上，但對於媽媽來講，我們永遠是女兒，是那個會令媽媽心疼的孩子。

職場媽媽則表示，時常面臨無法平衡家庭與工作的困境，這時還需媽媽來解救。「自從有了孩子以後，我媽就義無反顧地來杭州幫我照顧寶寶，爲了讓我第二天上班有精神，寶寶小時候都是她陪睡的，所以她好幾年沒睡過一個整覺了，人也消瘦了不少。」在證券公司上班的王夢穎說起這事，心裏總覺得過意不去，「職場媽媽的兩難，唯有親歷者才知道。」

如今，王夢穎的孩子已經四歲了，性格開朗身體健康，而她的工作也逐漸走上正軌，在她看來，這一切都離不開母親的無私付出。「所以，今年的母親節，我先生請年假在家帶三天寶寶，我陪母親去廈門旅遊一趟，讓她好好放鬆幾天，我也可以盡盡孝心。」

（記者　俞晝）

回家話家常　爸媽更開心

微言Net語

彭晨暉

近幾年一臨近母親節，都會發現朋友圈被各種「感恩母親」霸屏，網民圍觀熱切，討論激烈。印象中，自己對「母親節」是從有了社交網絡後才慢慢開始關注。在那之前，任何說出口的「愛」都覺得很肉麻。離家在外沉浸在快節奏的生活中，和父母其實連好好說話的機會也微乎其微。

不在母親身邊的第一個母親節，筆者也動了心思給她一個驚喜。在網上選好一束香檳玫瑰，寫好留言，定下送花時間。過程方便得不似預期那麼有儀式感。筆者自認爲很了解母親，她向來精打細算，以鮮花的實用性本入不了她的心水之選，然而她收到花後的一系列反應卻令我始料未及。

母親確認了好幾遍才簽收了鮮花，和快遞小哥連聲道謝，之後還360度無死角拍攝自己的禮物，並讓父親把自己捧着鮮花的照片發來。照片裏，母親笑開了花，像極了穿着公主裙盛裝迎接兒童節的小姑娘。這番歡天喜地反倒是給了筆者一個驚喜。

現在，許多年輕人喜歡在社交平台上表達感恩，通過網購快捷地速遞心意。然而，筆者在與父母爲數不多的網絡互動中漸漸發現，父母一輩終究不是「互聯網原住民」，他們竭盡所能地在網絡上與子女取得哪怕一絲絲聯繫。無論子女爲他們買了什麼，父母都會及時晒出「買家秀」，背後是一顆想一起閒話家常的心。平心而論，自己回家眞正陪父母的日子又有多少天呢？陪伴是最稱心的感恩，送多貴的禮物不如多回家看看。