

追求個性創意 凸顯青春自我 商家推波助瀾 春節將至 內地潮興悅己消費

寵
愛
自
己

「來年不做打工仔」「收到了壓歲錢爺青回」……這些網絡流行語被濟南的李靜定製在紅包上，她喜歡這種個性化的消費，春節發紅包時也會令人印象深刻。目前，像李靜這樣的個性化消費備受年輕群體歡迎，他們在消費中更注重個性、創意，也更強調品牌和品質，以凸顯青春自我、「我開心我消費」為代表的「悅己型消費」日漸興起。為迎合新消費趨勢，商家花樣營銷，和火爆IP合作推出產品等吸金。

大公報記者 丁春麗濟南報道

「2020年儘管有疫情的壓力，但我復工特別早，工作很辛苦，夏天就買了一件4000元（人民幣，下同）的奢侈品牌的T恤衫獎勵自己，前幾天過生日又獎勵自己一個3000多元的包包。」青島的袁婷（化名）告訴大公報記者，這種消費不僅帶來好心情，還帶來了努力工作的動力。

袁婷出生於1994年，目前從事健康管理的工作，工作三四年後也積累了一定的財力。袁婷說，平時對自己的獎勵多和吃有關，打卡網紅餐廳和買優質水果是相對較多的獎勵方式。一串兒日本晴王的葡萄100多元，但因為吃得開心，袁婷也是多次覆購。

定製產品銷量年增近40%

日漸興起的「悅己經濟」也讓諸多行業嗅到商機。世紀開元智印互聯科技集團股份有限公司（以下簡稱「世紀開元」）副總裁胡永慶介紹，該公司60%—70%用戶在30歲以下，他們的消費更趨向於追求個性化，凸顯自我意識。該公司的衣服、馬克杯、照片書、枱曆等個性化、定製化的產品備受追捧，2020年其個性化定製產品增幅近40%。

胡永慶告訴記者，臨近春節，定製紅包備受年輕消費者歡迎，另外春聯、花燈等眾多春節年貨產品都可以實現定製。他也舉例說，僅是每天定製的紙杯就有600萬個，紙杯上面印的全是個人設計的文案，特別是網絡流行語，1000個

紙杯價位百元左右。「他們不在乎價位高低，更在乎個性化和創意。」胡永慶說，公司推出的特色伴手禮價位不高但備受年輕消費者青睞。

夥火爆IP 推年貨禮盒

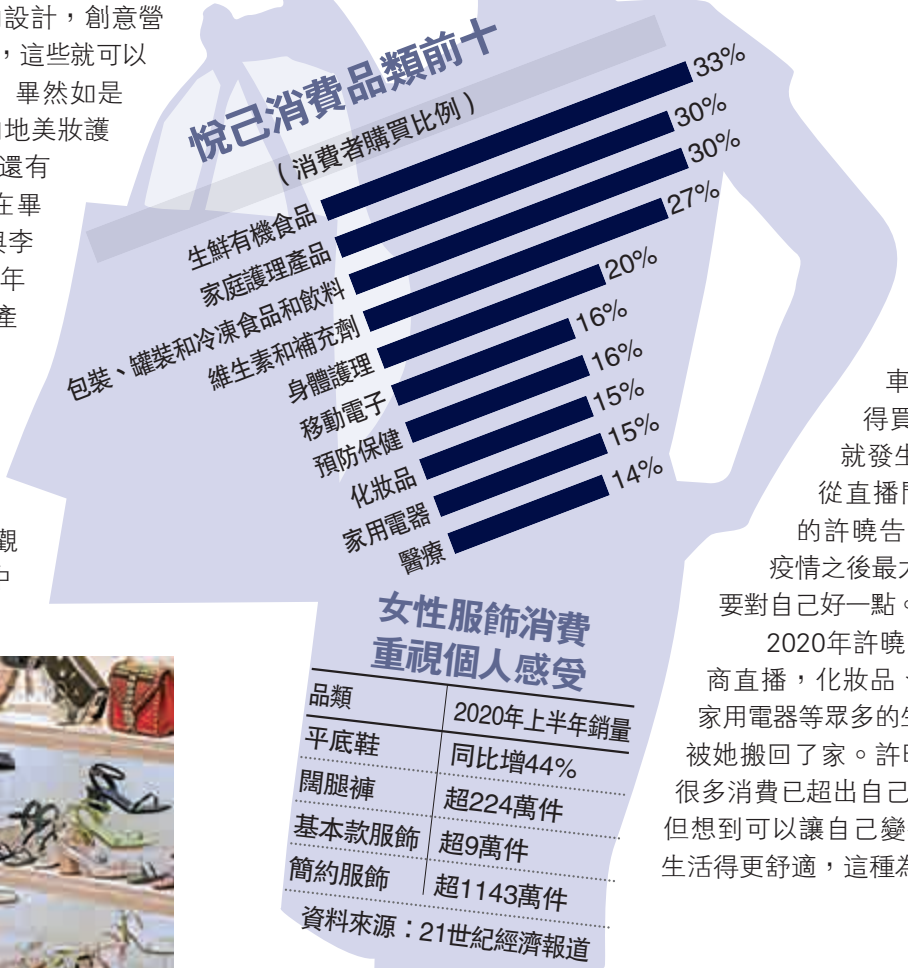
為迎合「悅己消費」，眾多商家在春節前推出花樣營銷方案，緊跟年輕人的消費心理。華熙生物誇迪事業部（以下簡稱「誇迪」）總經理畢然介紹，公司推出兩款大紅色的年貨禮盒。其中一款是誇迪聯名失戀博物館出品，失戀博物館是在年輕人尤其是00後當火爆的IP。畢然說，這款產品還是治愈系，今年帶着悲傷回去，明年擺脫悲傷回來，這些設計非常契合年輕人的心理。

「年輕的IP，精巧的設計，創意營銷再加上產品的科技成分，這些就可以直接觸達年輕群體了。」畢然如是說。誇迪兩年前就成為內地美妝護膚國貨風潮的黑馬，背後還有「帶貨一哥」李佳琦。在畢然看來，公司消費群體與李佳琦粉絲高度契合，2020年在李佳琦直播中，誇迪產品直播銷售1500多萬元。

相比2019年，誇迪在2020年實現了7000%的增長。在畢然看來，95後群體不但消費能力強，而且消費觀念更加開放，也推動着中國的消費轉型升級。



▲臨近春節，注重個性創意，強調品牌和品質，以凸顯青春自我的「悅己型消費」日漸興起。圖為愛貓女士採購大量年貨迎接農曆新年。網絡圖片



話你知

悅己經濟 引領消費升級

隨着人們收入遞增，消費觀念發生改變，消費升級不再是簡單的只買貴的，人們更加關注性價比、享受生活品質，願意在最大消費能力範圍內取悅自我。

疫後心態變了 60元一斤車厘子照買

特稿

「60元一斤的車厘子以前肯定捨不得買，但疫情之後心態就發生了變化，我昨天剛從直播間買了5斤。」上海的許曉告訴大公報記者，疫情之後最大的變化就是要對自己好一點。2020年許曉愛上了電商直播，化妝品、衣服、家用電器等眾多的生活用品被她搬回了家。許曉坦言，很多消費已超出自己的預算，但想到可以讓自己變得更漂亮，生活得更舒適，這種為自己購買的慾

望就更加強烈。許曉笑着對記者說，作為90後，經歷了疫情，及時行樂、活在當下成了最大的感受。同時，她也對身體健康有了更多投入。2020年許曉報了健身私教課，共計10000元（人民幣，下同）。她還請了上門服務的美容師，一次收費400元。

「想吃什麼就吃什麼。」西安的林瑤瑤（化名）是一對三歲雙胞胎的媽媽，吃喝、養娃是她生活中最重要的大事。智利的車厘子、丹東的草莓，想吃的時候就忍不住下單，用她的話說「就是使勁吃也花不了太多錢。」林瑤瑤說，一家人享受美食也是最開心的時刻。記者 丁春麗



菜肉供應充足 港人留深過年無憂

【大公報訊】記者何花深圳報道：臨近春節，因疫情防護需要，今年全國多地政府鼓勵「就地過年」。其中，許多港人提前北上來到深圳過年。許多港人關心深圳的菜肉水電供應、交通運力等情況。對此，記者了解到，深圳保障部門推出各種措施保障留深過年的水電燃氣供應的穩定，以及「米袋子」、「菜籃子」充足。

深圳市市場監管局副局長黃生文介紹，目前深圳糧食儲備非常充足，可保障深圳2200萬人6個月以上的需求量。同時，市場監管局正牽頭建立蔬菜儲備制度，計劃儲備約1.5萬噸，可保障全市5到7

天的消費量。深圳全市255家農貿農批市場，還有近900家的超市社區新鮮店將力爭在春節期間不歇業。

今年因防疫需要，許多餐廳也推出半成品菜和外賣年夜飯服務。「深圳的防疫情況做得不錯，我們覺得放心。而且現在深圳的年味越來越濃，讓小孩體驗一下也不錯。」居深港人董先生告訴記者，家人前段時間提前隔離來到深圳，就是為了春節在深圳過年。

距離春運開始還有十餘天。記者從深圳北站和寶安國際機場了解到，目前往年的高鐵熱門線路仍有餘票、飛機票預售較往年同期預計下降2到3成。

線上年貨節 團年飯送到家

【大公報訊】據新華社報道：春節臨近，不少人已經開始準備年貨。記者從商務部15日舉行的媒體吹風會上了解到，商務部將會同有關部門，在1月20日至2月18日期間，舉辦「2021年全國網上年貨節」。

商務部電子商務司司長鰲芳莉介紹，「中華老字號」等優質餐飲企業將提供年夜飯、壽喜宴等餐飲配送到家服務。同時，推出「春節不打烊」「春節也送貨」等配套服務，讓大家在傢裏紅紅火火網上過大年。」

此外，商務部還將指導相關企業確保米、麵、油、肉、蛋、菜、奶、方便食品等基本生活必需品和

口罩、消毒液、一次性手套等防疫物資供應充足。

鰲芳莉說，各地紛紛為企業備貨促銷出實招，有的地方對銷售業績好、群眾滿意率高的企業予以獎勵，有的地方為群眾發放消費券，有的地方支持企業面向留守老人、兒童等群體，推出平價年貨大禮包。「各參與企業也將推出優惠券、滿減、秒殺、直降等促銷，加大投入、實折實扣，讓老百姓真正享受到實惠。」她說，參與「2021年全國網上年貨節」的各類活動將加掛統一標識，讓消費者一目了然。

中國造船訂單 重奪全球第一

【大公報訊】據央視新聞報道：造船行業的起落興衰，一向以來是衡量經濟的重要風向標。2020年在新冠肺炎疫情和經濟不確定性的雙重影響下，全球造船業處於近30年來的大蕭條階段，各國造船企業手持訂單都出現大幅下降。而從工信部日前發布的數據顯示，2020年，中國新船接單量超過韓國，時隔兩年重新奪回接單量全球第一。

這份最新出爐的數據顯示，2020年，中國和韓國的新船接單量佔全球份額的比例分別為48.8%和41.4%。時隔兩年中國重返全球第一，韓國位居第二，日本獲得約7%的份額，排名第三。中國船舶集團副總經理孫偉表示，其中重要的一條，就是內地疫情防控措

施有力有效，堅定了船東對中國企業的信心。

世界最大貨櫃船上海交付

同樣得益於疫情防控有力有效，中國造船企業在造船完工量方面也取得優異成績。目前全球最大的23000標準箱以雙燃料為動力的集裝箱船，在經過常規動力試航、LNG氣體試航等複雜測試後，2020年年底在上海長興島正式交付。

據統計，2020年中國造船完工量和手持訂單量，分別佔世界總量的43.1%和44.7%。造船完工量、新船訂單量和手持訂單量三大指標是業界衡量造船工業發展規模與實力的重要依據，

之前三大指標全球第一一直被日本或韓國所佔據。2010年中國首次躍居世界第一，但是在新船訂單方面，2018年、2019年又被韓國反超。



▲上海江南造船廠通過「雙線並造」生產加快訂單交付進度。資料圖片

南沙至中山高速動工 無縫對接深圳

【大公報訊】記者方俊明廣州報道：作為打通粵港澳大灣區高速公路主幹道的重要工程，跨珠江水系重要通道「南中高速」全面動工。大公報記者17日從廣州交投集團獲悉，該項目投資超200億元人民幣，中山段開工後，控制性工程橫門西特大桥正式開建。該項目橫跨廣州、中山，南通珠海，全線計劃於2024年與深中通道同步建成、無縫對接，從而貫通深港地區；屆時港人到珠江西岸城市群將更加便捷。

據介紹，地處灣區核心區域的南中高速，全長32.4公里，採用雙向六車道設計標準，設計時速100公里，由主線和萬頃沙支線組成。主線起於南沙港快速新壘互通，終至新隆立交，與江中高速順接，並與廣澳高速交叉，屆時從南

沙港到中山路程將較目前省時半小時以上。而該項目設有特大桥3座、大桥41座，全線互通9處，成為跨珠江水系的重要通道。其中，橫門西特大桥為中國目前最大跨徑獨塔斜拉橋，全長912米；而萬頃沙服務區將成為華南地區首個融合交通、旅遊、休閒、商務功能的門戶型服務區。



▲「南中高速橫門西特大桥」設計效果圖。受訪者供圖