

岛城年轻人对国货的热衷正在显现

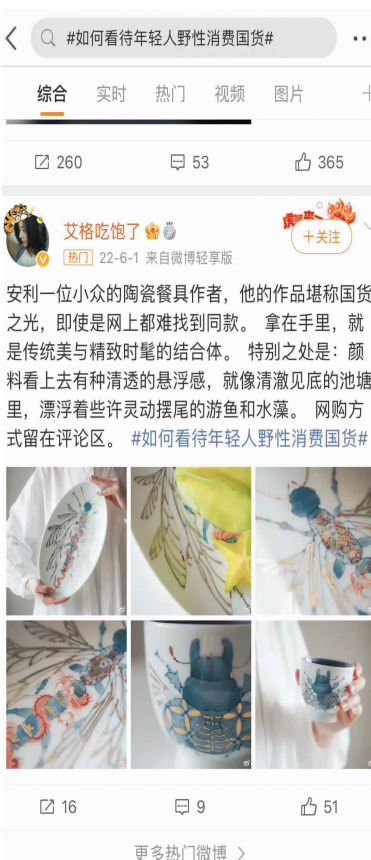
“618”的购物车里半数以上是国货

□记者 王卡璐

6月初，市民小嘉趁着“618”活动在电商平台买了一支花知晓的镜面唇釉和一支完美日记的名片唇釉，收到货后，她表示：“第一次买，品质很惊艳，比期待的更好。”和小嘉一样，岛城不少年轻人正在爱上国货。

近年来，从椰树牌椰汁、蜂花护发素等老牌国货，到花西子、毛戈平等新国货品牌，国产品牌在各个领域展露头角。有数据显示，过去一年，淘宝天猫上有近三千个国产品牌成交额过亿元。

此外，年轻人在互联网搜索中国品牌的次数也远远超过了其他年龄段。天猫数据显示，在“90后”“95后”消费者购物车里，超八成货品是中国品牌。



岛城年轻人热衷消费国货品牌

市民小嘉出生于2000年，从中学时期到大学毕业，她所了解和熟悉的美妆品牌就离不开完美日记、花西子、橘朵等，“最近还要加上花知晓，唇釉真的很好用，显色度过关，上嘴顺畅且不干，质地和颜色完全不输国际大牌，性价比高。”

有数据显示，过去几年里，花西子、彩棠、毛戈平这三个品牌一度成为淘宝天猫销售额最高的面部美妆中国品牌前三名，销售额甚至超过部分成名已久的一线国际大牌。小嘉告诉记者，她梳妆台上的产品中，以国货产品居多，除了完美日记、花知晓外，也有毛戈平、彩棠等具有中式东方美学的国货品牌。

1996年出生的市民小于喜欢收集各类香水，她告诉记者，香水、香薰的市场中，国货品牌也在逐渐占据了不小的份额，“像是成立年限不久、时常售罄的香氛品牌观夏就很受我身边一些朋友的喜爱。它主打东方植物调，从东方文化中寻找艺术和香气的灵感，买下它的时候就感觉买下了一份艺术品。”小于还热情地向记者推荐了几款香氛，“‘颐和和金桂’听起来就有桂花落秋意浓的馥郁诗意，‘昆仑煮雪’则有一种冬日寂寥中迎来‘风雪夜归人’的清冷意境，总之都很好闻，也都很畅销，每次上架经常需要抢购。”

市民小杨是一名2022年刚毕业的职场新人，他喜欢收集一些球鞋、板鞋等，去年夏天毕业时，他打算购入一双适合上班和休闲穿搭的运动鞋，本来按照常规消费习惯，他计划在阿迪、VANS等品牌中选择产品，后来在逛商场实体专

卖店时，在综合脚感、设计等综合因素后，他选择了李宁一款发布不久的新品。“以前买国外品牌是因为大众潮流使然，现在国货品牌崛起快，在体验感、质量、性价比等方面全面提升，在同等价格下，我和很多同学更乐意消费国货。”小杨说。

采访中，岛城某商场一家国货品牌专柜工作人员也表示，自入驻商场以来，每天进店的消费群体半数以上是“90后”“95后”年轻人，大部分消费者在选择产品时具有很强的自主性。

国风文创、传统服饰、国风茶饮……岛城青年在这些领域支持国货品牌

“中国元素和潮流创意相结合的盲盒手办、国货美妆、日常服饰是我在国货品牌上消费最多的几个领域。”27岁的市民小姚向记者展示了自己新近购入的考古挖掘盲盒“帝国玉玺”，该系列盲盒共有10款，每款售价几十元，囊括了各朝代皇帝所用的玉玺微缩版。有数据显示，去年天猫“双十一”期间，泡泡玛特、米哈游等成为销售额前列的中国玩具潮玩品牌店铺。此外，各家博物馆的文创产品，与书法、篆刻、敦煌等中国元素相关的国风文创商品也成为不少年轻人青睐的热销品。

今年“618”，市民郑女士的购物清单里其中一项支出则是国风茶饮——来自中国高端茶饮品牌“CHALI茶里”的组合茶包。“花了200多元，买了两组不同风味的组合茶包，主要有蜜桃乌龙、黑枸杞、玫瑰花等风味，还有雪梨白茶等花果茶便携茶包。”郑女士表示，自己平时就爱好喝茶，便捷的茶包是办公室首选，加上近几年《梦华录》等影视剧大火，里面的斗茶、点茶、茶

百戏等也让身边很多朋友对茶产生了兴趣。在郑女士的“安利”下，“茶里”也被其不少好友加入电商购物车中。“像平时喜茶、茶话弄等茶饮品牌推出了国风茶饮新品，我和朋友也会去尝鲜。”郑女士说。

有数据显示，去年，淘宝天猫平台上茶的销量同比增长19.3%，销售额同比增长6.3%。而在采访中，记者也了解到，围炉煮茶等新生活方式正在成为岛城年轻人的休闲选择，国风茶世界的大门中也开始涌入越来越多的年轻群体。

此外，岛城汉服爱好者群体也正在从小众走向逐渐扩大。“上个月我才入手了一套宋制汉服去拍了个人写真。汉服加上古风写真总共花费一千多元。”市民小园告诉记者。采访中，记者了解到，岛城年轻人在工艺潮玩、国风文创、传统服饰、国风茶饮等领域支持并消费国货品牌最多。

品质优良、性价比高、新潮时尚等是国货消费主因

据拼多多《2022多多新国潮消费报告》显示，过去一年，入驻平台的新国潮、新国货品牌数量同比增长超270%；京东消费及产业发展研究院发布的《2022年轻人国货消费趋势报告》显示，近年，年轻消费者较以往购买了更多国产商品。国货为什么被喜爱和选择，一些岛城年轻人的看法或许能给出答案。

“现在国潮风很流行，而且消费过几次后你就会发现中国制造早已慢慢从低质量的刻板印象走向了具有新兴设计理念、有竞争力创新力和新潮营销理念的新玩法，而且我们这一代人是看着李宁、安踏、百雀羚等国货品牌红火起来的，现在大家都觉得买国货是有眼光的消费。”今年30岁的市民周先生告诉记者。

在随机采访了几位20岁到35岁的年轻市民后，记者发现，半数以上受访者在有购买需求时会优先选择国货，且不少受访者表示愿意为国货的溢价买单。“如果其他国家的品牌和产品有品牌溢价，那么国货为什么不能溢价呢？”28岁的市民林先生表示，自己对国货高度认可，并认为许多国货产品的文化基因和优良品质确实消费者为合理的品牌溢价买单，“况且，其实有很多国货在很长时间内没有涨价，比如近些年重新火爆网络的蜂花品牌等。”

有过留学经历的市民刘小姐说：“每次看到一些进口品牌在国内卖得比国外贵很多，我就会觉得不平衡，明明我们自己国家也有很多好东西，凭什么要为进口品牌的高溢价买单。”刘小姐表示，当代年轻人很在乎性价比，很少会崇洋媚外，“如果一个东西好看好用又实惠，我们当然会买，更何况它还是国货，买的时候就更没有负担了。”

采访中，品质优良、性价比高、新潮时尚等是被不少岛城年轻人频繁提及的消费原因，总体来看，大家对于国货的评价相对正面。今年“618”年中大促，他们的购物车里也又加购了不少国货新宠。