

传统年味复兴 国风非遗焕新 95后成绝对主力 这届年轻人的年货，很潮很硬核



1月20日，市民在广州市一德路市场选购春节饰品

春节是中国重要的传统节日。节前买年货，不仅满足了节日期间的生活需要，还承载着人们对新年的美好期盼和祝福。随着春节申遗成功，2025年年味焕新，呈现出新的消费趋势和人群特征。

近日，商务部会同中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局和中国消费者协会宣布于1月7日（腊月初八）至2月5日（正月初八），共同指导举办“2025全国网上年货节”。这是商务部2025年首场线上重点活动，也是春节申遗成功后的首场全国性网络促消费活动。

年货节，哪类人群最爱买？他们最爱买什么？电商平台数据显示，消费回暖，文创礼品在年货节中销售同比远超其他品类。消费人群年轻化，95后成为消费年货的绝对主力，00后的消费力增幅最快。对于年货，年轻人表现出对中式美学的热爱以及对个性化礼物的追求。并且，他们对传统文化的认同感和归属感正在增强。



年轻人喜欢的年味冰箱贴

复古新生 年味有创新有怀旧

年轻人正以他们独有的方式，复兴着传统年味。在年夜饭的餐桌上，他们不仅是品尝者，更是创造者。新奇口味、创新工艺、新鲜场景和升级品质，展现出他们对年味的独特理解和追求。同时，他们也不忘享受“怀旧美学”，那些旧旧的年味，在他们心中依然有着不可替代的地位。

“年味尝新派”中，25岁至40岁的中青年占比近七成。这里既有喜欢张罗各种家庭、朋友聚会的合家欢聚客，也有喜爱或擅长烹饪、备上年味大餐的备货囤菜族，还有抓紧将家中清扫干净、迎接新一年的年关“清洁党”。

热度高升的年货名单中，某急冻点心品牌推出了福禄汤圆，解锁了腐乳加奶黄流心口味，另有两个零食品牌则联名创新推出麻辣辣条瓜子，新鲜口味让人上头。甜酒、热红酒、米酒等小众酒类在电商平台的交易指数速增，Homebar（家庭小酒馆）成为年度饮酒新场景。

数据显示，“短保速鲜”“品质年味”相关关键词在2024年年末搜索热度速增，干巴面包、短保面包、高端预制菜半成品、进口牛肉等关键词搜索热度增速均超100%。

《小巷人家》《玫瑰的故事》《南来北往》等电视剧的热播，带着大家回到20世纪80~90年代，掀起怀旧风潮，全民开始寻找记忆中的味道。老式80后怀旧零食、老式糕点、咪咪虾条、麦丽素等零食热度速增，蜡笔小新、葫芦娃、樱桃小丸子等儿时古早IP也焕发生机。

花式礼赠 年货包装美学升级

在年货礼赠的舞台上，年轻人正逐渐成为主角。他们将自己的审美观念、兴趣爱好和社交需求巧妙融入年货的选购与赠送中，展现出独特的创意和品位。从创意礼赠到个性化定制，从美食到生活用品，年轻人以别出心裁的方式，将年味送到了亲朋好友的心坎上。

“新潮礼赠家”中，30岁以下的年轻人占比超六成。喜欢研究食品配料表的年货甄选家，给宝宝选玩具自己却玩心大发的潮流带娃族，以及热衷于潮流生活方式的时尚活力派，都属于这一类别人群。

新人类与老文化碰撞，年轻人的送礼场景在创意、审美、分量、礼赠上呈现了升级趋势：

双开门设计的脸谱礼盒、采用手工竹制提篮寓意“竹报平安”的国风新年礼盒……在包装审美方面，年货礼包美学升级，“故宫”“醒狮”“景泰蓝”等中式元素为年味加码。在包装分量方面，春节礼赠中，“巨型零食大礼包”受热捧，礼包越做越大，内在小包装零食越做越小，小包零食数量越来越多，充分满足人们“社交、分享、便携”的潜在需求。

同时，当偶像明星、影视剧、游戏与品牌创意联名，万物皆可安利。如雀巢咖啡携手

《阴阳师》，加多宝搭上《星穹铁道》，好望水则选择了《恋与制作人》，各类创意联名热度飙升。年轻人将开箱作为自我表达和与世界分享热爱的方式。

养生计划 趁过年给身体充电

年关将至，年轻人开始了一场“重新养一遍自己”的旅程。他们通过清空职场压力、调整身心磁场，为迎接新的一年注入满满的元气。从期盼好运到中式养生，从食疗保健品到心理调适，他们渴望找到内心的平静与力量，更期待着新的一年能够迎来更多的好运与机遇。

对应人群中，将中西养生大法融会贯通的保养进阶族，通览畅销小说排行榜、名家著作的精神修炼家，以及热衷于瑜伽、健身、户外等项目的自在旷野派，都有潜力成为“高能疗愈家”。

春节前，带来开年好彩头的财神礼包、吉祥礼盒迎来高光时刻。数据显示，近30天“水晶手链”在天猫、淘宝的搜索热度最高一天达到60万，增速高达162%。同时，带有吉祥寓意和好彩头的产品，也更容易被青睐。招财摆件、冰箱贴、上上签饼干、定制吉祥话易拉罐等品类，热度持续攀升。

新年新气象，“看起来气血很足”已成养生新趋势。春节假期暂别职场，那些自嘲“脆皮”的上班族，终于有机会给身体充充电了。食疗、保健品、补品齐上阵，职场人的健康血脉觉醒，新的一年更要能量满格。

“食疗充电”“保健协同”“医学美护”“中医理疗”等相关品类交易指数攀升。当代年轻人随机保健，深夜的灯光下，是加班的键盘声和保温杯里泡枸杞的碰撞。数据显示，枸杞、祛湿茶、黑芝麻丸等健康养生小零食的搜索热度增速均超过15%。褪黑素、维生素、护肝片等保健品的增速也超过10%。

国风守护 非遗热潮席卷全国

随着春节申遗成功，一股非遗热潮席卷全国，不仅激发了民众对传统文化的深厚情感，更引领了一股从文化到消费的全民非遗风尚。人们纷纷寻求与传统文化的联结，通过非遗技艺、民俗、美食和文创产品，感受着那份源自心底的文化自信和归属感。

在“国风守护人”中，20至35岁的年轻人占比近六成。他们之中，既有热爱汉服文化的中式时尚族，也有擅长布艺、缝纫、DIY材料的家居艺术家，以及将各种传统技艺视为爱好的工艺畅享家。

数据显示，2024年最后一季度，“非遗民俗”“非遗美食”等话题在社媒的互动量同比增长高达166%。非遗文化焕发新生，剪纸、绒花、大漆等非遗技艺，舞龙、腰鼓、打铁花、皮影戏等非遗民俗重获大众瞩目。非遗让味蕾与记忆在传统韵味与现代风情中穿梭，慢慢渗回现代人服饰穿搭、家居氛围、日常饮食等生活细节中。

在这一趋势下，潮流人士开始在非遗消费中追寻文化传承的脉络，在技艺传承中接力老一辈的智慧。宋锦、香云纱、绒花等非遗元素及面料的热度攀升，佛跳墙、烤鸭等非遗美食人气暴涨。

来源：武汉晚报



潮玩IP新春挂饰