

要过年了 你有送礼焦虑吗？

株洲晚报融媒体记者/王军

随着经济的发展,人们的消费心理和需求产生了很大的变化,送礼越来越讲究。健康、贴心、与众不同,成为时下送礼的普遍标准。再加之疫情,各地提倡就地过年,打乱了原本的春节节奏,让送礼成为晚辈的头号难题。

○ 礼物选不好,两头难受

家住天元区泰山公馆的刘玲玲告诉记者,以前,家里送礼的事情都是母亲筹备。2021年她刚刚结婚,母亲要她自己准备送给长辈的礼物。一想到要给双方长辈挑选礼物,她就头疼不已。她觉得,过年走亲戚,像一场大考,卷面分数不能太低,该送的礼必须要用心准备。但不同人喜好不一,对于所收礼物的价值,评估方式可能截然不同。太高端,面子有了,自己的经济能力承受不起;烟酒糖,虽然钱花得少,却太平淡无奇,展现不出送礼人的心意。

69岁的张女士去年过年收了十几箱牛奶,喝不完都过期了;刘先生收到侄女送的充电宝根本用不着;收到智能泡脚桶也很鸡肋,成奶奶说,自己烧点开水就泡了脚,不想搞得那么麻烦。

礼物选不好,送礼和收礼的人两头难受。双双感叹,“难呀!”

○ 品牌和电商平台想分一杯羹

为解决送礼人的焦虑,网上遍布各种指南攻略。家住天元区美的城的王女士表示,虽然也为送礼发愁,但网上那些博主说得太过夸张,并不能真正吸引她。她觉得,礼物如果参杂太多功利目的、成为攀比的载体,就违背了礼尚往来的初衷。

不止博主群体,想要在“送礼”上分一杯羹的还有品牌和电商平台。

三只松鼠“聚焦坚果”战略后的首次年货节已经开战。作为国民品牌一直备受大众的关注,在抖音、快手、天猫等销售行情一路高歌。元气森林则是直接和迪士尼联名,推出了跳跳虎系列乳茶礼盒。

本土企业唐人神线上、线下齐发力,推出一系列虎年礼盒,唐人神相关负责人表示,“腊乳猪、金猪礼盒、集锦礼盒等一上市就销售一空。家乡味道,或许是人们送礼的首选。”

市民姚女士说,她思来想去,还是准备了唐人神的礼盒给长辈,价格实惠,还有分量,“礼不在大,而在心意。”

生活要有仪式感 过年拍张全家福 快时尚照相馆生意火爆

株洲晚报融媒体记者/旷昆红



一提起过年,总会让人想到大扫除、贴春联、买年货等。随着时代变迁,如今,过年拍一张全家福成为不少家庭的新标配,“咔嚓咔嚓”的快门声中,溢出了浓浓的年味儿。



▲1月26日,市民在泰山路某快时尚照相馆拍全家福。受访者供图

○ 岁末拍全家福成新风尚

1月26日上午10点半,在泰山路一家快时尚照相馆,化妆师在给准备拍摄全家福的一家人化妆。这家快时尚照相馆负责人刘先生介绍,照相馆在4年前推出了拍摄全家福项目,业务量逐年增长。今年从1月份开始,拍摄全家福的预约就排到了小年后。3—4口之家的小家庭,拍摄时间在两

个小时左右,目前该照相馆每天都有10多组家庭需要拍摄,几乎每天都要忙到晚上8点。

李丹在王府井写字楼开了一家快时尚摄影室。他介绍,随着大家生活水平的提高,“80”“90”后父母,普遍比较注重生活仪式感,过年前,带着孩子和父母,拍一组红红火火的全家福已经成为

很普遍。

朱先生去年有了二孩,让家里添了不少欢声笑语,过年前,他也选择拍一组全家福来记录新家庭成员的到来。朱先生说,虽然现在手机拍照很方便,但毕竟拍摄水平有限,“要记录幸福的2021年,拍一组全家福,纪念当下的幸福感,以后再拿出来看,就是最珍贵的回忆。”

○ 复古风、新年红最受欢迎

氛围十足的妆容、喜庆的服饰、灿烂的笑容……经过在照相馆两个多小时的“倒腾”,唐先生拍了一套传统服装的中式工笔画复古风格的全家福。当他在朋友圈晒出新鲜出炉的“新年大片”

后,立马引来亲戚朋友的点赞。

多家快时尚照相馆负责人表示,顾客多选择复古风、新年红的风格。在李丹的摄影工作室,中式工笔画的风格很受欢迎。该种风格服饰以旗袍和民国服装为

主,整体拍摄风格干净。

泰山西路的这家快时尚照相馆专门推出了新年系列的全家福。该系列以中国红为主,拍摄风格偏生活化,主要是捕捉日常生活的温暖。

年轻人过年有“新姿势” 你中意么？

株洲晚报融媒体记者/易楚瞳

腊月二十四,小年如期而至。一年至此,已是尾声。与往年相比,今年的“年”,疫情防控成为常态,在此背景下,年轻人的过年“姿势”都发生了啥变化?

○ 一边吃网红新潮零食,一边买电动跑步机

“脏脏包薯片、黑松露薯片、香脆鱼皮、鸡尾酒巧克力……真不懂现在年轻人咋会对这些网购食品感兴趣。”1月25日,家住天台小区的曹先生一边吐槽着女儿买的网红新潮零食,一边又忍不住尝了尝零食的味道。

随着市民年货选购的品类愈来愈多元,速食国宴菜、网红新潮

口味等不可思议的美食也一一被搬上新年餐桌。

“这个牌子很正宗,和我在家吃的椒盐皮皮虾味道一样。”因疫情防控原因,在株务工近4年的粤籍市民曾女士不得不就地过年;然而,物流发达让她遍尝家乡美食后,不禁开始为自己的体重担忧,因此,她在网上淘了一个平板

式迷你电动跑步机。

“现在家家都丰衣足食,年后回来都快走不动了。”同样为了不困于“佳节胖三斤”魔咒的28岁湘西小伙邹先生,也往老家邮寄了一个无绳蓝牙跳绳器。“疫情防控形势下,亲戚来往少,节日里无聊或者吃完饭拿着它运动、消食,既安全又不扰民,挺好的。”邹先生说。

○ 密室逃脱、剧本杀、露营成为聚会新趋势

刚从北京回来不久的大学生陈莎,则耐不住寂寞与好友约了起来。和80后、90后不同,搓麻、吃饭、唱K“老三样”不再是00后大学生的选择,密室逃脱、剧本杀、滑雪、露营等开始成为聚会新趋势。

“朝气”“锐气”是年轻的代名词,但偷懒、犯困也是年轻人的特写。在荷塘区某小区,就地过年的单身小伙朱伟为了不大费周章地做年夜饭,准备了自热米饭、自热火锅和方便面,不开火也能搞定年夜饭。此外,他还购买了自

动炒菜机等智能家电,就连窗帘也是手机APP一键拉伸、收放的,不动身也能搞定家务。

此外,年轻人还会将过年的喜悦分享给宠物,宠物年夜饭、宠物新衣等纷纷加入年轻人的年货清单。

体验消费成卖点 DIY 经济渐行渐热

株洲晚报融媒体记者/易蓉 实习生/何雅妮

“自己做的蛋糕有一份独特的味道!”1月26日正值农历小年夜,在芦淞区王府井梦梦翻糖蛋糕订制DIY店里,90后顾客小敏刚精心制作了一款庆祝蛋糕,上面有她亲手用巧克力画上的一家人的卡通头像,这份心意独一无二。

不只是蛋糕烘焙。近日,记者走访调查发现,随着消费提质升级,体验经济的盛行,手工DIY作坊逐渐成为了创业热潮,涵盖手工制作蛋糕、木艺、吊坠、饰品等十多种手工艺,为追求独一无二的消费者提供了充足的选择。

眼下,由年轻人兴起的DIY经济正成为街头巷尾一道新的消费风景。



▲“壹拾零·DIY手作研习社”内,顾客正在手工制作产品。受访者供图

○ DIY 经济在兴起

“周末带着孩子去烘焙坊、陶艺坊既能锻炼孩子的动手能力,也能培养孩子的想象力。”80后妈妈刘女士对记者说,现在外面天气冷,不适合户外活动,周末带孩子去做DIY烘焙、DIY陶艺是项不错的选择。

DIY(Do It Yourself)顾名思义,就是“自己动手制作”。烘焙、陶艺等作为传统的手工DIY,深受顾客青睐。据介绍,梦梦翻糖蛋糕订制DIY可以选择制作价格88元起的蛋糕和雪花酥、58元起的手工巧克力、饼干等,一个蛋糕的制作价格在128元至228元不等,店家会根据不同客户的喜爱和需求推荐蛋糕图案。

记者在美团上搜索株洲DIY工作坊,这类工作坊多达六七十家,除了烘焙、陶艺、木艺、编织、吊坠、戒指等都加入到手工DIY的阵列。

位于王府井A座9楼的“壹拾零·DIY手作研习社”便是一家可以手工制作串珠、手机壳、香薰、拼豆等工艺的DIY工作坊,凡对小情侣正在用奶油胶制作情侣手机壳,当送给对方的新年礼物。

“奶油胶制作和手工拼豆豆,这是当下最受欢迎的两种手工艺。”店主张哲告诉记者。

张哲是名90后,大学读的是工艺美术专业,平时就喜欢做手工扎染的工艺活,在上班几年后,果断辞职做起了DIY工作坊,可以给顾客提供定制化的手工制作服务。“现在生活节奏加快,能够沉下心来做自己喜欢的事情很开心。每一个吊坠、每一个香薰、每一幅画都是根据顾客自己的需求,精心制作出来的,很有意义。”张哲表示,DIY的价格不等,根据材料和难易程度不同,价格从几十元到上千元不等,定制化的手工制作会贵一些。

木头也可以DIY。在天元区广厦路上一家名叫“顽木堂”的工作坊很是个独特的存在,作为株洲首家手工木艺DIY工作坊,由株洲市“吴氏木雕”非遗传承人吴穷时创办,自3年前开业至今,备受顾客青睐。

“我们主要接受团单客户,已自主研发了80余个木艺教学课程,为100多家机关、企业、学校、景区提供了研学服务。”“顽木堂”店主叶丽娅表示,成人顾客多是做梳子、书签等日常实用性木质产品;儿童则是做车模型、胸章等玩赏性的木质玩意,人均单次消费在200元左右,一年下来有2000多名顾客。

○ 体验过程成卖点

但花钱买一个蛋糕、一个手机壳和一把梳子的价格并不比DIY高,甚至相对较低,为何还有不少人选择走进DIY店铺?记者在采访中得到一个共同的答案:过程比结果重要。

在他们看来,虽然商品的获取变得异常便捷,但顾客肯花时间走进DIY工作室,静下来创作属于自己的产品,他们不再仅仅满足于商品的获得,而是注重自己动手体验的过程,因为有了自己的参与和专注,这份商品也变得与众不同。

“对顾客来说更看重的是体验过程以及赋予商品的某种情感,体验过程正是DIY行业的一大卖点。”南糖手工蛋糕烘焙店主告诉

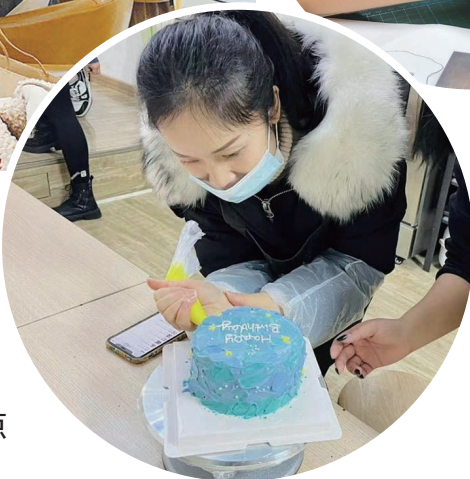
记者,DIY蛋糕就是增加亲子间互动的有效途径之一,原本的烘焙蛋糕店里会变成亲子乐园,很多家长和孩子一起完成蛋糕制作,增进相互感情,对家长而言“能够安安静静地花上一个小时的工夫陪伴孩子做这件事情很幸福”。

“因为是自己做出来的,投入了自己的感情,物品好像也富有了情感。以前好朋友过生日直接送个蛋糕就好,现在觉得这样不足以表达自己的心意,所以会特地花上时间用心制作一个蛋糕。”

95后的丁晴对记者说,在制作过程中想起很多和好朋友的美好回忆,然后把点点滴滴倾注到蛋糕上,有祈祷,有祝福,有快乐,有安



▲“顽木堂”店里,顾客自己动手做木艺。受访者供图



◀梦梦翻糖蛋糕订制DIY工作坊里,顾客自己动手制作蛋糕。受访者供图

祥,这份蛋糕自是珍贵。

“顽木堂”店主叶丽娅表示,尤其国家“双减”政策落地后,更多的家长、学校、孩子都选择手工木艺作为课外活动,不仅培养孩子的动手能力,还可以修身养性,如今儿童顾客的占比已超过成人。

因此,为了这种温馨、解压的慢节奏的体验感,这些DIY工作坊的布景上也煞费心思。

“原木色的设计、芦苇插花,灯光柔和、音乐舒缓,无论是小朋友还是成年人置身其中,都会很放松,很解压,这也是体验感好的原因之一。”“壹拾零·DIY手作研习社”店主张哲说。

○ 产业融合成市场趋势

这两年,全市的DIY工作坊就像“一夜春风来”,遍地开花,但也有“生命周期短”的困境。

记者在采访中了解到,不少从事手工创作的店主大多出于自己的喜好,但有不少店主坦言,DIY手工创作生命周期短,有些客户在创作过程中表现出不耐烦,新鲜劲儿一过,顾客来得就少了,有些DIY店铺抵不住客源下滑和经营成本提高的压力被迫关门,然后又有新的DIY迎头兴起。

“前几年生意确实不错,有时一天的营业额达上千元,如今客源少了,房租也贵。”同为蛋糕烘焙店店主的孙女士告诉自

己,不久前,她从顾客那里也听到有其他蛋糕烘焙坊关门的消息,关于接下来的打算,她也有些茫然。

有茫然,但更多的是反思和奋起。

有业内人士分析,蛋糕烘焙店经营模式较为单一,顾客制作饼干、巧克力、蛋糕等,除此之外没有其他方面的体验活动。以网吧为例,以前提起网吧,大家第一感觉是脏乱差,但现在网吧转型升级,成为高大上的网咖,在这里可以喝咖啡,可以享受更多的娱乐休闲服务。产业融合发展是大势所趋。

同理,手工DIY不能简单提供一个现场体验的场所,而是要融合顾客需求,提供全方位的服务,最大程度上提升顾客的体验获得感。

而在DIY行业算是“老资历”的“顽木堂”也有自己的法则。

“DIY其实属于文创行业,要

卖产品、卖设计,才能创造高附加值,才能获得强大的生命力。”叶丽娅说,木艺其实是冷门且小众的DIY工艺,“顽木堂”之所以能生存至今且越做越好,得益于以强大原创设计能力为支撑的“卖产品”经营理念。

眼下,他们已与其他商家对接,开发联名产品;接受企业的委托,为他们设计木质文创产品;“顽木堂”自有的文创品牌“顽木”也在走俏市场。“就像‘谭工匠’的梳子一样,以后‘顽木’也会成为株洲的一种文创品牌。”叶丽娅说。

作为市非物质文化遗产人,将传承文化与商业价值融合,相互成就,这是“顽木堂”创始人最希望的结局,也是这个行业获得长久生命力的出路。