

# 手機「新裝」春節表情包 AI拜年視頻 微信紅包封面

## 潮辦電子年貨 Z世代玩轉新年味

掛燈籠、貼春聯、備年貨……春節的腳步臨近，街道的年味也滲透在城市的每一個角落裏。當老一輩在人頭攢動的超市裏採購糖、餅、水果等傳統年貨的同時，內地「Z世代」們則忙着在網上置辦「電子年貨」。所謂電子年貨，即春節期間，能應景地提供情緒價值的虛擬商品，比如新年主題手機壁紙、拜年表情包、微信紅包封面、AI定製拜年短信視頻等。如今「電子年貨」已取代傳統的過年「三件套」——美髮、美甲、美睫，成為年輕一代過年必不可少的春節「儀式感」。新時代有新的年味，而作為「數字原住民」的「Z世代」則有着自己獨特的「數碼年味」。

◆香港文匯報記者 曾萍 南寧報道



一套龍年春節表情包，是年輕人過年前必備的「年貨」。香港文匯報廣西傳真



▲在南寧讀大四的「00後」小李今年收集的微信紅包封面。香港文匯報廣西傳真



▲「AI高情商大嬸」頗受年輕人的歡迎，其店舖顯示已售超過600單。香港文匯報廣西傳真

「新年頭像、新年手機殼和新年手機主題我都準備好了，近兩年每年過節我都會為手機『換新衣』，感覺就是一種習慣性的過年儀式感。」今年在廣西南寧讀大四的「00後」小李在春節前網購了數個不同款式的新年手機殼，打算贈送給好友。

### 新衫可不置 手機「新裝」不可缺

對於像小李一樣的「00後」們而言，春節可以不為自己購置新衣服，但是給手機換上「新裝」卻是必不可少的「儀式感」。「為了配合新買的手機殼，我花了半天的時間選購與之搭配的手機主題和手機壁紙，這樣感覺春節的氛圍感就拉滿了。」小李說除了為手機「換裝」，她還樂於在各大公眾號收集不同的微信紅包封面。

「去年，我花錢在網上購買了迪士尼煙花的微信紅包封面，今年我打算『蹲』（在網上蹲守）一些免費的紅包封面，這樣給朋友發紅包的時候，我可以根據朋友不同的性格、喜好，選擇不同的個性化紅包封面，顯得既有趣又有儀式感。」小李說着，略帶驕傲地展示她今年收集到的免費紅包封面。

香港文匯報記者在某網購平台上看到，售價從6.8元（人民幣，下同）至14.8元不等的龍年紅包封面銷售超過3.5萬件。在人們熱議年味逐漸變淡的同時，新一代的年輕人正在線上用自己的方式，將年味「拉滿」。

### 虛擬人走紅 拜年「詞窮」助回答

「新年回鄉，七大姑八大姨聯袂而至，輪番提問，高情商大嬸做您的新年『嘴替』（替人回

答）。近日，在著名脫口秀演員李誕的直播間裏上架了一款專為年輕人「量身定製」的AI數字人「高情商大嬸」，用戶既可以在拜年「詞窮」時獲得幫助，也可以在催婚、催婚時向「AI大嬸」求助，該虛擬產品在短短幾分鐘內就賣了上百單。今年淘寶上的數字虛擬商品呈現出了爆發趨勢，據淘寶數據顯示，近一周，淘寶上電子紅包、壁紙、文案等春節數字虛擬商品搜索量環比增長超160%。

除了會說「吉祥話」的AI虛擬數字人服務之外，AI春節頭像、寵物AI寫真等AI商品也頗受歡迎。不需要去照相館，只需上傳一張照片，專門的AI平台便可生成一段跳舞的拜年視頻。「00後」的青青剛工作不久，她正愁不知道過年給父母送什麼禮物，看到網上的介紹，她決定生成一個AI拜年視頻發到家庭群裏，讓其父母感受年輕人獨特的「賽博年味」。



內地新一代以自己的方式感受年味，並越來越重視情緒體驗。圖為年輕人參與遊園會古裝巡遊。中新社

## 春節錯位帶動 內地上月CPI同比降幅擴大

香港文匯報訊（記者 海巖 北京報道）主要受春節錯月及高基數影響，內地居民消費價格指數（CPI）同比延續降勢。國家統計局8日公布數據顯示，1月CPI同比下降0.8%，低於2023年12月0.5個百分點，為2009年10月來最低，不過CPI環比漲幅連續兩個月擴大，顯示臨近春節，居民消費需求持續增加。官方認為，當前價格下降主要是局部的、結構性的，隨着宏觀政策發力、經濟逐步恢復，居民消費價格將平穩回升。

### 食品價格下降是主因

國家統計局城市司首席統計師董莉娟分析，1月CPI同比降幅擴大，主要是上年春節位於1月份，加之同期疫情防控轉段後消費需求增加，導致上年對比基數較高所致。其中，食品價格同比下降5.9%，其中豬肉、鮮菜和鮮果價格分別下降17.3%、12.7%和9.1%，合計影響CPI下降約0.78個百分點，佔CPI同比降幅九成多，是帶動CPI同比下降的主要因素。

國家統計局數據還顯示，1月扣除食品和能源價格的核心CPI同比上漲0.4%，較前值回落0.2個百分點。董莉娟分析，扣除食品和能源價格的核心CPI環比上漲0.3%，漲幅與近十年同期平均水平相當；同比上漲0.4%，保持溫和上漲。在工業品價格方面，儘管國際大宗商品價格波動，國內部分行業進入傳統生產淡季，但低基數推動1月工業品出廠價

格指數（PPI）降幅收窄0.2個百分點至2.5%。

### 全年CPI將保持正增長

中共國家統計局黨組近日發表文章指出，當前物價下降主要是食品價格和能源價格下降，核心CPI保持總體穩定，這表明中國的價格下降並不是普遍的、全面性的，而是局部的、結構性的。從近期情況看，隨着春節假期臨近，居民消費需求增加，外出就餐、旅遊出行等服務消費更加活躍，有望助推居民消費價格逐步企穩回升。

前海開源基金首席經濟學家楊德龍分析認為，從全年來看，CPI將保持正增長。一方面是由於去年基數較低，另一方面今年政策力度會加碼，無論是消費需求還是投資需求都會逐步增加，這將會給物價上漲帶來一定推動力。

國務院發展研究中心宏觀部研究員張立群也認為，1月物價走勢，反映出經濟總量供大於求的特點依然比較明顯，下一步還需在擴大內需上下功夫，同時也為貨幣政策進一步優化調整預留了較大空間。工業領域供過於求雖然有所改善，但工業企業訂單不足的問題尚存，企業生產投資乃至就業均受影響。

張立群建議，繼續着力以政府投資帶動內需擴大，鞏固和增強經濟回升向好勢頭，帶動工業企業訂單增加，使其投資信心和投資活動出現根本性好轉。

## 網上財神年貨銷量大增 半數麻將機「90後」買走



◆財神冰箱貼頗受年輕人歡迎。香港文匯報廣西傳真

年味漸濃，「在上班和上進之間，選擇上香」的年輕人也有自己獨特的過年儀式。在現代科技的加持下，傳統春節被「Z世代」們玩出了「賽博風味」。電商平台數據顯示，期待錦鯉附體、熱衷賽博許願（指虛擬許願）的年輕人，讓「財神」相關年貨銷量翻了六倍。相比2023年1月，淘工廠上年年輕人消費「財神冰箱貼」、「轉運手機殼」等「新三樣」相關貨品的搜索指數增長323%。

### 財神冰箱貼取代春聯

「從前的我對拜神不屑一顧，現在的我天天求財神爺保佑，看我新買的春節財神冰箱貼真可愛！」南寧市的「95後」黃先生在朋友圈分享自己新買的冰箱貼，一個卡通版的財神貼在上面，下面還整齊貼着包子、壽桃和香爐等「貢品」。「就像過年要在門口貼春聯，在冰箱上貼上財神冰箱貼一方面是對新一年有美好的期許，另一方面也是讓家裏更有過年的氛圍感。」黃先生說購買財神冰箱貼，無論有用與否，更多的是追求「心誠則靈」的信仰。

用自己的方式創造「新年俗」的年輕人還有很多。近期，「春節前半數麻將機被90後買走」的話題也衝上熱搜。1月至今，麻將牌銷量同比增長近三倍，麻將機銷量同比增長近七倍，超過53%麻將牌及麻將機被「90後」買走。南寧的「95後」王嵐自詡「麻將十級愛好者」，還沒放假她便和從各地趕回南寧過年的好友約好春節麻將局。「年輕人要有自己的年味，對我來說過年打麻將就是我獨特的年味。」王嵐笑着說。無論是線上還是線下，在業內人士看來，這一代年輕人對年貨有了不一樣的心理需求，越來越重視情緒體驗，並願意為此花費。

◆香港文匯報記者 曾萍



▲春節未到，手機殼卻先換上了應景的「新裝」。香港文匯報廣西傳真

### 特稿

## 哈爾濱的低溫與熱流

哈爾濱一個虎園裏，東北虎「二埋汰」在網上蹶蹶。東北話，「埋汰」意為髒。其他大蟲感風凜凜，但「二埋汰」卻愛在泥裏打滾，身上常黑乎乎的，因此得名。南方遊客說牠萌，他們坐在帶暖氣的大巴車上，在雪地裏的幾百隻虎中尋牠。找到了，就用手機一通拍，上傳視頻說牠「用夾子音歡迎南方小土豆」等等。興之所至，他們還會從車窗上留出的小窗裏小心翼翼地投食給牠，人與虎各生歡喜。



◆今冬哈爾濱最新的流量明星東北虎「二埋汰」。視頻截圖

### 短視頻誕流量明星

「二埋汰」是今冬哈爾濱最新的流量明星。和這隻呆萌的虎一同被拋上流量浪潮之巔的還有冰雪樂園裏透明冰塊砌成的天壇和巴黎聖母院、舔一下就能凍住舌頭的街邊鐵燈柱、青椒紅辣椒做成的冰糖葫蘆、「公主王子」雲集的綠頂大教堂、熱騰騰泛油光的鍋包肉、「麵包石」大街上的巴洛克建築……

它們幾乎滿足了遊客對冰雪王國的所有想像——寒冷、浪漫、奇幻、異域風情。短視頻裹挾流量，塑造夢幻般的冰雪世界，算法助力，吸引更多

人來製造新的流量。松花江邊的「東方小巴黎」已是世界關注的「爾濱」。

這個冬天，距哈爾濱冰雪大世界20多公里的侵華日軍第七三一部隊罪證陳列館外總排着長隊，歡樂與哀思同時成為遊人在這座城追尋的主題。今年陳列館到訪者中，九成是外地遊客。他們因冰雪而來，卻說這裏才「最該打卡」，「排的不是隊伍，是新的民族長城」。

哈爾濱的亞布力曾是皇家獵場，也是中國大眾滑雪發源地。現在來滑雪的人尤其多，幾個雪場都高位運行。亞布力一個官員說，在更大的聚光燈下，服務出不得問題。他親自檢查供電供暖，安排人最快速度到現場處理矛盾糾紛，他說，「流量靠不住，要靠質量」。亞布力雪場的纜車裝了電熱座椅，火車站在電氣化改造，還在規劃建機場。

人們常討論，冰雪季過了，「冰城」還能火嗎？但這裏也稱「夏都」，是避暑勝地。哈爾濱人現在琢磨最多的是「一季變四季」，延續冰雪熱。

◆新華社