

Z世代「過節採購員」 解鎖「新」年味兒

年貨清單悄然生變 表達個性傳遞情感

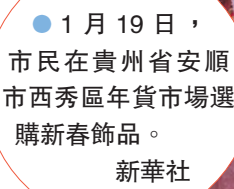


●1月18日，遊客在廣西南寧2025年青秀山新春燈會上自拍。
新華社

香港文匯報訊 綜合中國經濟導報及中新社報道，春節，作為中國最重要的傳統節日，不僅是家人團聚的時刻，也是消費市場的黃金期。2025年春節臨近，消費者在期待新春佳節的同時，也開始將置辦年貨提上了日程。對於Z世代新任「年貨採購員」而言，年貨購買「趕大集」已成過去式，取而代之的是年輕人「混跡」於各大電商平台與直播間，多番比較價格、日期、品質等，最終為性價比買單。這也為電商平台開展「年貨節」活動提供了重要的土壤。與此同時，越來越多的年輕人選擇帶上父母開啟新年的第一次出遊，「年味遊」「非遺遊」登上熱門話題。



●1月18日，遊客在山東省威海市環翠區年貨大集上感受中國傳統年俗。
新華社



●1月19日，市民在貴州省安順市西秀區年貨市場選購新春飾品。
新華社



90後、00後逐漸成長為過年決策者和年貨消費主力軍。《2024春節年輕人社媒趨勢洞察報告》顯示，18~35歲的年輕人成為了龍年春節的決策主力。當「年味越來越淡了」遇上年輕人逐漸掌握「春節話語權」，過年儀式感新風向正在被解鎖。時代變遷，「採購年貨」這項春節傳統，不變的是囤貨，變的是年貨清單。年貨清單的更迭變化更是折射出經濟社會發展的歷史軌跡。

上一代人選購年貨時，往往精打細算，優先考慮商品的耐用程度和性價比，將每一分錢都用在刀刃上。當代年輕人則將置辦年貨視為一種富有儀式感的節日體驗，在商品選擇上，往往傾向於購買能夠帶來情緒價值的產品，將年貨採購視為表達個性、傳遞情感的載體。

老式糕點咪味蝦條 尋找舊時記憶

據阿里媽媽最新發布的熱點指南顯示，當前年輕人在年貨消費方面呈現四個新趨勢。一是復古新生，在年夜飯的場景裏，年輕人變身為創造者，以對年味的獨特理解和追求，復興傳統年味。一方面，通過老品牌煥新、新場景構建、新品質追求等方式，給年味帶來新鮮體驗。如，灣仔碼頭腐乳奶黃流心餡的福祿湯圓，洽洽與麻辣王子合作的麻辣辣條瓜子等產品都為年味帶來新口感。另一方面，隨著《小巷人家》《南來北往》等影視劇的熱播，將大家帶回到上世紀八九十年代，老式糕點、咪味蝦條、麥麗素等讓年輕群體在消費場景上尋找到了舊時的印記，回味過去的年代。

創意禮贈受熱捧 養生充電迎好運

二是靈感走心，年輕人在年貨禮贈中融入自己的審美觀念、興趣愛好和社交需求，展現出獨特的創意和品味。從創意禮贈到個性化定製，從美食到生活用品，年輕人以別出心裁的方式，將年味送到了親朋好友的心坎上。三是養生充電，年輕人開始了一場「重新養一遍自己」的旅程，從玄學轉運到中式養生，從食療保健品到心理調適，渴望找到內心的平靜與力量，期待新的一年能夠迎來更多的好運與機遇。

「把非遺穿身上」傳統服飾成焦點

四是國潮復興，隨著春節申遺的成功，一股非遺熱潮席捲全國，不僅激發了民眾對傳統文化的深厚情感，更引領了一股從文化到消費的全民非遺風尚。消費者們紛紛尋求與傳統文化的聯結，通過非遺技藝、民俗、美食和文創產品，感受著那份源自心底的文化自信和歸屬感。賞非遺表演、吃非遺美食、穿非遺服裝……在非遺消費中追尋文化傳承的脈絡，在技藝傳承中接力老一輩的智慧。在社交媒體上「把非遺穿身上」也是熱門話題，許多年輕人展示著自己的新年戰袍，宋錦外套、香雲紗馬甲、螺鈿馬面裙、絨花髮簪等傳統元素服飾，這些富含文化底蘊的服飾成為新年時尚的焦點。



●1月19日，身著漢服的居民在社區廟會上猜燈謎。
新華社

帶上爸媽「年味遊」

距離2025年的春節還有不到兩周時間，除了購買年貨返鄉團圓，今年越來越多的年輕人選擇帶上爸媽「家庭組團出遊」。全家一起出遊，既能避開煩瑣的拜年流程，又能享受難得的家庭時光。「我覺得春節最重要的是和家人在一起，至於在哪裏過、怎麼過，其實並不重要。」一位年輕人說道，「今年春節，我們全家計劃去一個有味道的地方出遊，比如有廟會或者燈會的古城，既能感受傳統文化，又能過一個不一樣的年。」

採「分段式過年法」小眾目的地熱度飆升

攜程發布《2025春節旅遊市場預測報告》顯示，今年消費者出遊意願空前高漲，國內遊、出境遊全面開花，均呈現增勢，國內遊出行半徑進一步擴大。預計在出遊的遊客中，親子家庭的佔比將增至49%，訂單量相較於2024年同期增長

75%。租車和定製遊成為家庭出遊的熱門選擇，佔比分別達到54%和37%。

由於今年春節假期有8天，如果可以請假4天，最長可擁有13天的超長假期，不少人採取「分段式過年法」，即第一段提前2~3天踏上返鄉之旅，同家人一起看春晚、吃年夜飯歡度除夕，在大年初一、初二開啓第二段度假之旅，或國內跨省遊或境外短線遊。

在目的地選擇上，除了經典的「北上賞雪」和「南下避寒」，作為「申遺成功」的首個春節假期，打卡非遺體驗活動，過個地道的中國年，「年味遊」成為遊客2025年春節國內遊的不二之選。攜程數據顯示，春節期間，泉州、潮州、汕頭、自貢、大同、興義等小眾目的地熱度飆升。從預訂單來看，銅陵、黃山、大同、景德鎮、漳州增長明顯，同比2024年增長約4倍。安徽歙縣魚燈、江西婺女洲打鐵花、四川閬中舞草龍、福建泉州簪花圍、潮州英歌舞、延安陝北說書……不少目的地通過非遺活動吸引遊客前往，近距離感受當地的民俗文化。

●綜合中國經濟導報及中新社報道

「最強春節檔」預售不到一天票房過億

香港文匯報訊 據央視財經報道，2025內地春節檔影片19日開啟預售，據燈塔專業版數據，僅用時40分鐘，檔期預售總票房突破1,000萬元（人民幣，下同），刷新中國影史預售最快破千萬紀錄；截至當日14時27分，檔期預售總票房破1億元，刷新中國影史春節檔預售最快破億紀錄，《射鵰英雄傳：俠之大者》《哪吒之魔童鬧海》《唐探1900》分列2025年春節檔新片預售票房榜前三。今年的春節檔已破多個紀錄，刷新中國影史預售最快破千萬紀錄、刷新歷史春節檔平均時長最長紀錄等，被稱作近年來「最強春節檔」。

《射鵰英雄傳：俠之大者》預售45分鐘逾千萬

1月29日當天，將共有6部電影上映，其中《封神第二部：戰火西岐》《蛟龍行動》《哪吒之魔童鬧海》《唐探1900》《射鵰英雄傳：俠之大者》五部均有IMAX版本，規模創下歷年之最。資料顯示，目前預售排名第一的《射鵰英雄傳：俠之大者》是時隔三十一年，徐克再度操刀改編金庸作品並導演。該片主要改編自金庸同名原著第34至40章，作為春節檔歷史首部登上IMAX大銀幕的武俠電影，《射鵰英雄傳：俠之大者》將讓觀眾借由IMAX「親身走進」想像中的江湖世界。數據顯示，《射鵰英雄傳：俠之大者》開啟預售45分鐘，預售票房突破1,000萬元，成為中國影史預售最快破千萬的電影。

目前排名第二的《哪吒之魔童鬧海》是首部在IMAX影院上映的國產動畫電影。排名第三的《封神第二部：戰火西岐》全片採用IMAX特殊畫幅，在IMAX影院將提供比普通影院多出26%的畫面內容，帶來更多的畫面信息量和更為震撼的視覺體驗。

這次將在春節上映的《唐探1900》是唐人街探案系列電影的前傳。影片設定在1900年的舊金山，中醫秦福和華人阿鬼捲入一場發生於唐人街的案件，他們將在鬥智鬥勇之中尋找兇手。導演陳思誠透露，這部電影採用了全新的創作和表達方式，更充滿戲劇性和喜感，周潤發也將在電影裏出演角色。

今年春節檔六部影片，五部時長都超過兩個小時，最長的《射鵰英雄傳：俠之大者》片長達到146分鐘，因此2025年春節檔也刷新歷史春節檔平均時長最長紀錄。

央視春晚8K超高清直播

香港文匯報訊（記者 張寶峰 北京報道）1月19日，中央廣播電視總台《2025年春節聯歡晚會》舉行新聞發布會。據介紹，任魯豫、撒貝寧、尼格買提、龍洋、馬凡舒共同擔任總台2025年春晚北京主會場主持人。1月28日晚8點，2025年春節聯歡晚會將在央視綜合頻道、大灣區之聲、台海之聲等新媒體平台以及「百城千屏」8K超高清傳播平台同步直播，屆時將運用超高清、虛擬現實、人工智能、立體視覺和三維聲等技術。全球200個國家和地區的2,600多家海外主流媒體對蛇年春晚進行直播和報道。今年春晚將融入更多非遺元素，「中國建築」亦將驚艷亮相。

通過總台新媒體集成發布平台和「雙千兆」網絡直達用戶手機和電視機，一鍵「秒投」看春晚，4K/8K超高清春晚即刻呈現，更靈活更清晰。同時，通過耳機還可以收聽到雙耳渲染的三維音聲春晚電視伴音。已連續推出四年的豎屏看春晚，運用圖像識別和AI跟蹤技術，並結合5G-A淺壓縮、低時延移動跟蹤拍攝，生成明星演員候場、台上表演和台下場後的視頻，豐富豎屏春晚的視覺，為用戶呈現台前幕後360度看春晚新節。

特殊角度看春晚 新視角+1

與此同時，特殊角度看春晚，新視角+1。今年春晚，總台首次在春晚播播廳頂部部署由30台相機組成的雲上多視角拍攝系統，以「演播廳天空環繞視角」進行攝製，利用立體視覺AI算法對多機位信號進行實時3D點雲渲染，形成春晚的3D視頻，並採用智能虛擬攝影手法，為觀眾呈現通過攝像機難以拍攝的影像視頻。

「中國建築」非遺元素驚艷亮相

另外，今年春晚首次推出視障版和聽障版無



●2025年春節聯歡晚會亮點多多。
香港文匯報北京傳真

障礙轉播。手語演員通過AR虛擬技術，置身春晚播播廳進行手語「解說」。同時，通過音頻對春晚節目進行創作解讀與背景拓展，讓視障人士更好地「聽」春晚。

2024年北京中軸線申遺成功，再次吸引全球對中國古代建築的關注。活動現場，中央美術學院教授崔冬暉介紹了以樑卯結構、祈年殿和北京中軸線等為靈感的中國傳統建築演秀《棟樑》。這也是繼「中國色彩」「中國紋樣」之後，總台春晚聚焦於「中國建築」，再一次豐富中華優秀傳統文化的創造性轉化和創新性表達。節目採用「XR+數字孿生+VP」融合拍攝，通過打造無限延展的虛擬舞台空間，再現中國古建的千年神韻和文化內涵。

春運四天 廣深港高鐵發送跨境客66萬人次

香港文匯報訊（記者 方俊明 廣州報道）春節將至，「北上南下」客流熱潮逐漸湧現。今年1月以來，香港高鐵北上內地城市「擴容」，直達內地94個城市，較2018年最初通車時大增逾一倍，成為香港與內地交融日益深入的縮影。香港文匯報記者19日從廣鐵集團獲悉，目前廣深港跨境高鐵路開行數量日均超過130列，在京港、滬港間還開行「夕發朝至」高鐵動臥列車；僅春運前四天廣深港高鐵便累計發送跨境旅客突破66萬人次。

廣深港高鐵自2023年1月中旬恢復通車至今已滿兩年，其中，香港往返北京、上海臥鋪列車以「高鐵動臥」的全新形式重新投入運營，更升級為時速350公里的「復興號」臥鋪動車組，一年內香港高鐵動臥已發送旅客超66,000人次。

隨著全國鐵路2025年1月初起啟用新的列車運行圖，香港高鐵北上內地城市「擴容」迎接2025年春運；新增陝西西安、湖北武漢、河南洛陽、江蘇蘇州、浙江杭州、安徽黃山等城市，在高鐵網絡上與香港形成「始發直達」之勢。譬如，廣東河源東站、龍川西站首次開行直達香港的列車。「今後返鄉更方便！」港人謝先生告訴香港文匯報記者，從香港可乘坐高鐵直達河源等客家地區，不再需要中轉換乘，為返鄉探親、旅遊出行、商務往來等旅客提供便捷舒適的出行體驗。