

文化 周刊

2020年1月4日 星期六 主编 连国秀 责编 李鹏 校对 黄爱英

2019 十大消费现象

核心提示

2019年十大消费现象,有的你我都参与其中,有的仅仅是在圈外感叹围观,但每一个,都与你我息息相关。过去一年花了多少钱?不重要,算清楚了也只能给自己添堵。但过去一年钱都花在哪里了,很重要,起码能让自己穷得明白、想得清楚。

是吃得太多,还是直播诱惑太多?千辛万苦抢到的限量鞋,总共穿了几回?因为盖楼拉黑了多少常年不见的老同学?要到什么时候,才能走上买房买车的人生花路?



当代年轻人买鞋,买鞋的仪式感(图如市街)供图

01

自贡网警发布了一则新闻:快过年了,四川一户人家把腌好的猪蹄儿挂在院里,此时一个想办年货又觉得猪肉太贵的曾某高调路过,抢了两块就跑,幸好女主人在屋里观察到了。

2019年,很多人终于改掉了无肉不欢的挑食习惯——吃肉,是真的会肉疼。

不光猪以稀为贵,整个菜市场都纷纷跟上了魔鬼的步伐:活牛上涨11.6%,活羊上涨14.2%,活家禽上涨9.5%,水果上涨8.1%……

民以食为天,东亚人食以猪为先。回锅、红烧、爆炒、焖煮……没有猪肉的餐桌真的不太香。好消息是,春节将近,储备肉出库。腊肉香肠的年味,或许还能保住。

02

百度“流浪吧”中聚集着不少失业、漂泊的人,他们正在涌向鹤岗(一个300元就能买一平方米房的地方)、玉门、伊图里河等地,这些被“抛弃”的城市,能让人安家。

鹤岗之外,房价仍然贵,但令年轻人喜忧参半的是,房地产好像真的降温了,2019年已经有400多家房企宣布破产。2019年12月16日,国家统计局发布最新数据,70个大中城市里,有21个房价在降。

二手房市场更不乐观,70城里33个都在降价。以北京为例,二手房价连续下降4个月,部分大户型直降100万元。

然而,看看千万元起步的总价,降这百十来万的,跟咱关系也不大。与普通上班族稍微有点关系的是,曾经人山人海往的繁华写字楼,越来越空了。公司都去哪了?有的突然暴雷,有的搬去郊区,有的干脆让员工在家办公。以前找工作,租不起写字楼的公司,总忍不住担心工资能不能准时发,逼格能不能装得起……如今好了,裁员潮扑面而来,大浪之中,有枝可依就行。

03

这么难买的鞋,你竟然用来穿?

生活是“炒”着前进的,一代人有一代人的“炒”法。前辈们炒股炒房,而看似什么都有,实则一无所有的90后00后,炒不动股票和房子。

今年8月,某平台发布了95后剁手榜,鞋子在2019年超越摄影,成为仅次于手办的烧钱爱好。

潮鞋是烧钱的爱好,炒鞋是赚钱的出路。

2019年是红男绿女的鞋年,各种炒鞋APP正式上线,全球行情、实时报价、指数分析……在圈外人还懵懵懂懂觉得炒鞋就是闹着玩儿的时候,鞋,已经具备了股票基金的价值。

入门启动资金或许轻盈,炒着炒着,就不是平民局了。一双Air Yeezy2卖到1700万美元,而鞋粉扎堆的转卖平台,有的估值已超10亿美元。

限量的要炒,绝版的要炒,就算是不限不绝的常规款,只要有火的迹象,就必然要炒到它全球断货,真火为止。

04

没推过电动牙刷,你也配叫大V?

你只想上网冲个浪,却在沙滩上发现遍地牙刷。

电动牙刷是牙刷吗?不,它是精致消费入门选手,2019年的微博,也获封“最大电动牙刷分销平台”。某电动牙刷品牌CEO表示,他们在5个月内跟600多个大V合作,专业领域从美妆、影视、八卦、宠物,到金融、医学、时评,跨度宽到想不到。

电动牙刷广告贩卖的,是一种中产阶级生活方式。

不少网友表示,连着看了几天A牌牙刷的软文,终于被说动,然后去买了一支B牌的。这届网民早就修炼出一套消费逻辑:很多大V同时强推=这个品牌直接拉黑。

05

2019年6月,济南泉城路的沃尔玛超市关闭。这是济南的第一家沃尔玛门店,已经开了十六年;这也是沃尔玛留在济南的最后一家门店,此后,济南人的生活中再无沃尔玛。

疲软的不仅是大超市,曾经人流如织的快时尚品牌,也没人去逛了:Forever21骤然退出中国,在豪华商场里挂出“最高30元”的跳楼打折通告;ZARA母公司的盈利增幅去年就跌至近年最低谷;就连势头不错的优衣库,也罕见地下调了年利润预期。

线下消费疲软早就不是新鲜事,但到2019年,大超市、快时尚甚至711这样的便利店,才算交出了一份筋疲力尽的答卷。

2019年,“大而全”的时代急速退潮,“小而精”的生活才刚刚开始。以前不想逛街,如今你想逛也找不到那些熟悉的店,还是回家玩手机吧。

06

涂口红没什么,涂口红涂出吉尼斯纪录,就很有点意思了。作为今年最红的男人之一,李佳琦只靠一句“Oh my god”,就打败了一众流量虚高、带货滞销的IDOL们。

女人,为什么会爱上一个拼命催你花钱的男人?这个问题,就像李佳琦的不粘锅到底有没有开锅一样令人迷惑。

电商直播在2019年沸腾起来,成了带货界新王。明星数据或许靠不住,传统广告放长线还不一定能钓着鱼,而电商直播,每一秒钟都写着金灿灿的销售额。

直播带货,是门学问。

2019年,买东西没看直播,宛如裸奔;而有名气却没直播卖货,宛如虚度人生。今年,明星下场的势头,已经跟夏天泳池里下饺子有得一拼。在这么火的大蛋糕面前,什么明星网红鄙视链、什么大明星架子,都可以暂且放放。

07

开车,人民是认真的。

涨了28年的中国汽车市场,2019年首次出现了销量下降,而且是持续一整年的下降。但据国务院发展研究中心的数据,卖不动的车,主要是十万元以下的,且县级城市以下市场下滑明显。而豪车的销量,并没有停止过上涨。

买车不再是财富与地位的象征,买豪车才是。十万元以下的汽车销量下降,只能说明买得起车的普通人,更少了。

排除限行、限迁的因素,汽车市场日趋饱和,也对汽车销量有所影响。有人忙着换豪车,有人苦苦等待降价,未来到底是买车如菜,还是买菜如车,都不好说。

08

2019年,年轻人的生活必需品里,一定少不了“会员”。

随着版权意识的增长,各种会员产品越来越好卖了。会员,已经成为当代人的生活必需品。“买500块的鞋子口红眼都不眨,买29块的视频会员纠结半天”,一度是很多年轻人的消费写照。但在创作者、平台方、社会制度三方的共同培育下,这一状况改善了很多。

认真说起来,只要做到一点,就一定有人买单:内容好。

09

2019年的朋友圈,微商之势不复从前,但盖楼和分享提现却烈火燎原。

今年双十一的“噩梦”:砍一刀和盖楼。

商家总是热衷于让用户去薅熟人的羊毛,从前微商如此,现在的分享盖楼拉新提现,也是如此。

在联系人眼中,你不是隔壁部门敬业的同事,不是楼下邻居家听话的孩子,更不是有思想有深度的新好青年——你只是一个拼团名额,一个点赞构成,一份私域流量。朋友圈里没朋友,或许才是网络时代最刻骨的孤独。

10

正确炫富方式:家里没矿,但是有酒。

2019年12月16日,茅台宣布今年销售1003亿元,成功解锁“国内首家千亿酒企”成就。两天后,五粮液迅速跟上,与茅台携手走进了“千亿酒企”俱乐部。对此,网友笑称“喝的不是茅台,是情怀”。

借酒消愁行不行得通另说,拿酒炫富倒是确实可行。这两年,白酒行业一路看涨,价格几乎月月更新。与茅台五粮液齐名的泸州老窖,光2019年12月就两度提价,不同酒款每瓶上调20元至50元不等。

在中国,高端白酒的象征意义很重,涨价只是他们品牌形象占位的常用手段,越涨,越显得稀有尊贵,越是让人欲罢不能。(据《新周刊》)