



安全

市民雷红是一位幸福的准妈妈,为了胎儿的健康发育,她对安全格外看重。“孕妇的衣食住行都要十分小心,要仔细查看商品成分、安全性能。一般都在连锁超市之类的正规渠道购物,但是病从口入,渠道正规并不能保证食品安全,总感觉不太踏实。尤其是农产品,每天都要吃,但用肉眼无法判断这些端上桌子的菜是否含有农药残留、抗生素等。”雷红说,因为身处特殊时期,为了寻求心理安慰,现在买东西都是挑贵的买。

近日,记者走访时注意到,不少农产品的外包装上印有二维码,扫码即可溯源查询商品信息。但食品追溯体系的建立和普及,显然还不能完全满足消费者的诉求。雷红说:“我追求的安全是看得见摸得着的,好比我买一斤黄瓜,我能知道这些黄瓜产自哪儿、怎么到我手上的。让一切信息公开透明,商品的生产者才会有所忌讳。”

另外,个人信息安全也是她顾虑的问题之一,“现在待产在家,时常会网购。快递确实方便了,可是裸露在快递盒上的个人信息仍然扎眼,导致我收货姓名都不敢填真名。希望快递公司尽快普及隐私面单,保护好客户的个人信息。”

品质

点餐、下单,大约半个小时后,外卖送达。由于工作忙,午餐



点外卖已成了市民孙晴的日常,“都是挑在实体店就餐过的商家下单,吃外卖也得讲究品质。”

在喜爱旅游的市民陈倩眼中,一个称心的下榻处是旅行中的重要一环,“如果住不好,就很难休息好,更提不上玩得好。”在旅行目的地的选择上,她有时候会“为一间房赴一座城”。

消费需求正从“有”转向“优”,孙晴与陈倩的想法不少消费者都有。市民黄惠说:“年末,

消费是实现美好生活的重要方式,也是体现美好生活的重要方面。随着居民收入水平的持续提高,百姓不再满足“吃得饱、穿得暖、用得顺”,而是追求“吃得好、穿得美、用得好”,安全、品质、健康、个性、时尚成为人们花钱的新标准。

新消费 我做主

家里换了一台新冰箱,容量大、保鲜时间长,比旧冰箱好太多了。另外,女儿又替家里添置了一台烤箱,马上过年了可以烤红薯、烤饼干招待客人。当吃饱穿

康。为了尽孝心,他每年都会带父母做一次体检。“我爸高血压,要注意防范,我给他买了个智能血压仪,能够随时随地测血压。”孟建说。

健康消费成了消费升级新“风口”,但也面临着一些问题。孟建认为,健康产品未来的市场空间很大,但是有些产品形式大于内容,实用功能和保健效果还有待提升。

健康

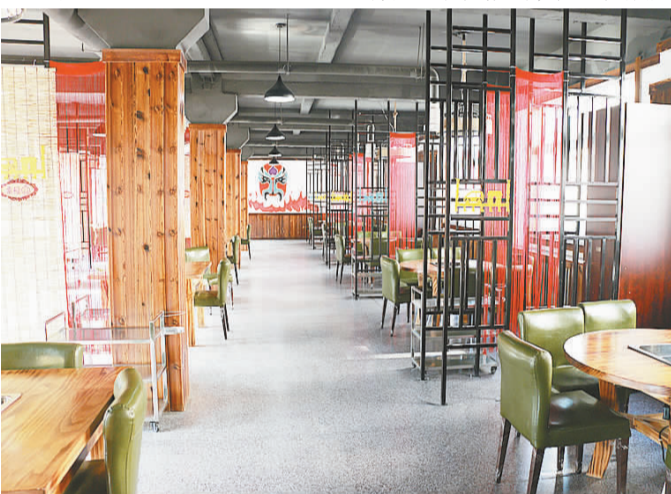
随着消费意识的不断改变,健康消费日益受到重视。

在市民赵媛媛家的冰箱里,存放着钙片、维生素等多种保健品,“孩子每天要吃钙片,老公吃的是复合维生素,我抽屉里常备的是促进胶原蛋白生成的保健品,健康重在日常保养。”

市民胡达是健身达人,他

说,自己以前主要进行户外运动,现在对室内运动的投入也不断增加。“工作之余和朋友一起打羽毛球、骑动感单车,一个月支出一两百元,既丰富业余生活,又能锻炼身体,何乐而不为呢?”前不久他又花费了2000多元为妻子和儿子办理了健身卡。

“我刚参加工作不久,经济能力有限,健康支出的比例很小。买过运动手环,感觉没多大用处,用了几天新鲜感过了就扔了。”“90后”孟建说,像他这样的年轻人,健康消费意识还不强,但是他的父母很重视健



康。为了尽孝心,他每年都会带父母做一次体检。“我爸高血压,要注意防范,我给他买了个智能血压仪,能够随时随地测血压。”孟建说。

健康消费成了消费升级新“风口”,但也面临着一些问题。孟建认为,健康产品未来的市场空间很大,但是有些产品形式大于内容,实用功能和保健效果还有待提升。

个性

市民许昊的消费原则是“千金难买我喜欢”,“并不是说我完全不在乎产品的实用性,这不同于有些人盲目地追求名牌。吃喝住行是每个人都为之花钱的,现在的产品种类多、选择空间大,我会选择更符合我个人品位的。反之,如果这件东西并不是那么实用,比如我身边有很多人买运动手表,其实用手机就可以看时间、计步数,但这样的产品自带青春属性,也会让人产生消费冲动。在吃喝之外,我愿意为我个人的喜好买单,上个月去听了某乐队的演唱会,虽然花了不少钱,但是我觉得很开心很值得。毕竟我不仅是来听歌的,比起这些有形的东西,更重要的是我所感受到的那些无形的价值。”

许昊还向记者展示了他买的一些杯子,六七个杯子造型各

异。他坦言自己确实用不了这么多杯子,其价格也不算便宜,但他认为那些多付出的钱就是为了商品的附加值,“像我买这款卡通杯,就是因为我是某动漫的忠实观众。在个人经济能力承受范围之内,追求个性,这是我的消费态度。”

当人们越来越愿意为商品背后的价值买单,企业也在为满足人们对于个性的需求和表达,设计和生产商品。迎合个性化消费固然没错,但是有些商家的个性不过是“蹭热度”,缺乏真正的价值涵养。另外,好的产品是不需要迎合受众的,希望市场能涌

时尚

1月21日,早上7点10分,从子隆小区的家出门,骑上一辆公共自行车,20分钟后在工作地点附近的早餐铺买份早点,扫码支付。这是市民薛超的日常。

“公共自行车出现后,除非是雨雪天气,我基本靠它上下班,不用挤公交还能锻炼身体。二维码支付全面推广后,我口袋里的现金就没超过200元。虽然这些事物刚刚出现时,我也心存疑虑,不敢尝试,但现在看来,它们确实带来了方便。”薛超说。

在他看来,新事物层出不穷是件好事,市场充满活力,消费

现出更多有内涵的产品。

新消费火热,推动了消费结构由生存型为主向发展型为主转变,消费内容从有形物质转向无形服务,消费方式从线下转向线上线下融合,消费层次从注重量的满足转向更加注重质量,消费文化从奢侈、铺张浪费转向勤俭节约、绿色低碳、健康文明,在供给结构、销售渠道、物流配送、售后服务等多个方面,引发了一系列变革,创新出许多新模式、新业态、新技术,形成了新的消费供给端。

新消费、新动力需要新举措。业内人士指出,让新消费这驾马车又好又快地跑起来,就要充分利用好消费升级大趋势培育新供给新动力,既要在提高消费能力、稳定消费预期、增强消费意愿、改善消费环境上下功夫;也要在完善供给体系,优化供给结构,增加适销对路的新商品供给上做文章,搬开各种“绊脚石”,真正地潜在的消费需求转化成现实的增长动力。(雨欣)

如何应对新消费带来的新需求?

新消费火热,推动了消费结构由生存型为主向发展型为主转变,消费内容从有形物质转向无形服务,消费方式从线下转向线上线下融合,消费层次从注重量的满足转向更加注重质量,消费文化从奢侈、铺张浪费转向勤俭节约、绿色低碳、健康文明,在供给结构、销售渠道、物流配送、售后服务等多个方面,引发了一系列变革,创新出许多新模式、新业态、新技术,形成了新的消费供给端。

