



反向消费是一种理性表现

□ 宋鹏伟

去社区食堂吃饭,找特价团旅游,买折扣商品……近来,关于“年轻人反向消费”的话题火了,不仅冲上了热搜,还引起了大量网友的共鸣。(《太原晚报》8月29日)

曾几何时,年轻人被认为是“冲动消费”的群体,与中年人在意性价比和老年人“舍不得花钱”形成鲜明反差。如今,“反向消费”的兴起,无疑是对传统消费习惯的一种反思和转变,既是经济现象,也包含了复杂的文化心理等因素。

年轻人思想活跃,乐于接受新鲜事物,其消费习惯映射了他们心中的“对”,除了功能,还包括品牌、时尚等因素,不惜在消费能力之外支付溢价。最典型的,就是电子产品。值不值的问题,他们有自己的考量。品牌调性、时尚潮流、文化内涵、群体认同等,起到很大作用。

大环境发生变化,年轻人的消费观也在悄然转变。不是不花钱或绝对少花钱,而是要花得值,花得更自主。一方面,这是年轻人应对不确定因素的方式,可以让自己在面对不确定性时更有底气;另一方面,这也是一种拒绝被消费主义绑架和裹挟的努力方式——与其给自己更多压力,不如更多关注实用价值。某种程度上说,这种更追求实用、刚需、性价比的消费方式,并不是简单的消费降级,而是理性消费的回归。

年轻人追捧的“特种兵式旅游”,即是鲜活的例证。用最少的钱“刷”最多的景点,一天暴走几万步,这种类似特种兵“拉练”式的旅游方式,充分体现了反向消费的内涵:首先少花钱,“刷”景点最大的好处就在于可以省去不菲的住宿费用;其次具有性价比——

你去过的,我也去过,而且打卡拍照一个不少,追求在最短时间内获取最多体验感和关注度。去折扣店买零食亦是如此——不能不吃,但可以吃得更有性价比。

作为一种潮流的反向消费,既有在现实影响下不得不如此的客观因素,也有多元元素共振的文化心理等主观原因。一方面,其回归自身需求和产品本身的理念,有助于减少盲目消费,同时还能避免浪费,更有助于环保;另一方面,也要避免落入“低欲望社会”的陷阱,更需提防其对经济发展带来的副作用。

花有花的道理,省有省的底气。事实上,消费无所谓正反向。于社会而言,要支持年轻人的发展,包容年轻人的选择;于个人而言,怎样在努力拼搏与活在当下之间拿捏好尺度,则是一道永远的命题。

互换特产要以心换心

□ 薄 鸿

“互换特产”,即陌生网友口头约定,互寄家乡特产。近期,“互换特产”在各社交平台流行起来,成为陌生人之间的一种线上社交的新模式、新风潮。不少网友晒出了成功案例,表示既品尝了各地美食,也感受到了来自陌生人的真诚,但也有网友曝出自己的受骗经历。(《太原晚报》8月29日)

互换特产不仅是一种购物方式,也是一种社交方式,目的是以真心换诚意,用善良换善意。

互换特产如同拆盲盒,让我们充满期待和兴奋,让购物过程变得更加有趣。互换特产提供了一种独特的体验。人们可以通过集齐特产,收集完成一个完整的系列。通过交换、购买和分享,不仅可以品尝到更多的特产,还可以结识各地的朋友。