



网购换个关键词,价格对半砍? 这届年轻人热衷买“平替”

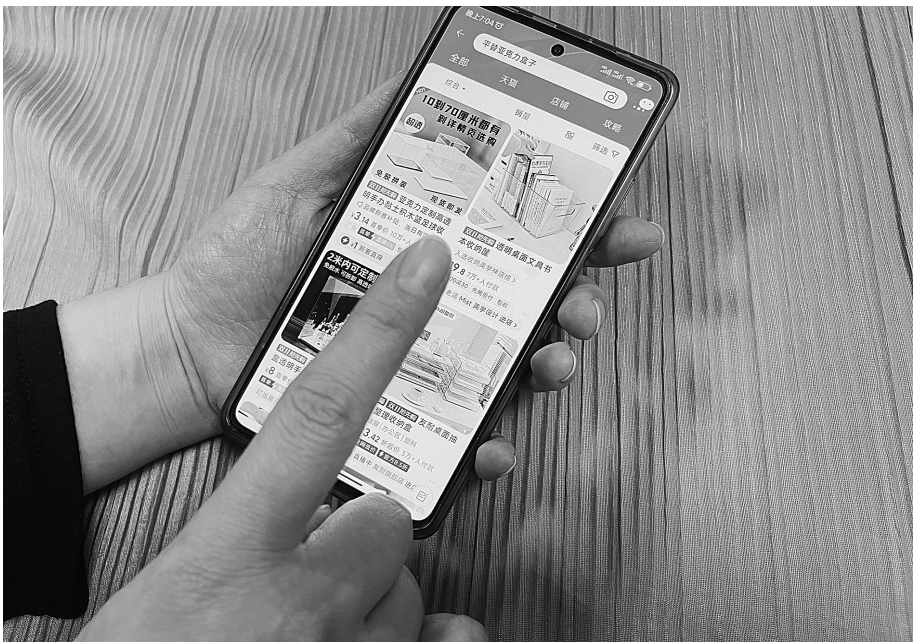
通讯员何思涵报道 20岁的年轻女孩,竟在电商平台搜索“老年衫”?“双11”预售已至,这届年轻人热衷不一样的省钱攻略——换个关键词,价格对半砍。最先火爆起来的单品,当属中老年喜爱的“老年衫”,不少年轻女孩发现用其与格纹百褶裙做学院风搭配,不仅效果“殊途同归”,价格也便宜了一半。一时间,“网购平替关键词”成了社交平台分享的热门话题。

从家居好物到服饰家电,是否都有个“省钱搜”攻略?笔者跟风尝试了一下,结果发现换个关键词买东西,似乎真不影响替代使用。

换个关键词网购,价格可能对半砍

点开电商平台上近期销量最高、售价在30元左右的中老年针织衫,商家描述的“纯色款商务型”“减龄遮肚”等字眼,搭配单手叉腰、慈祥憨厚的中年男子模特图,每个元素看起来似乎都和年轻人相去甚远,然而商品评论区的返图,基本都是女装搭配。

“同样是腴纶混纺的纯色针织开衫,卖给中老年男人的均价30元,卖给学院风少女的均价要七八十元,外表上真的找不出太大差异。”在社交分享平台,不少网友交流自己的“老年衫”购



买心得,甚至有网友表示,也许考虑到老年人的保暖需求,“老年衫”反而“针脚更密”。

三分之一的价格,同等的享受,学会了替换关键词的思路,网友们很快开始举一反三:宽大的老头衬衫能做防晒服,必要时还可以露出条纹领做内搭;男士牛仔裤的最小码正好是长度合适的“拖地裤”,还拥有超大容量口袋。

“内搭也可以买纯棉的老头背心,轻薄、透气,存在感低,只要五六元就能搞定。”在金华

某健身房上私教课的小安深谙这类“关键词平替”的秘诀,她跟笔者炫耀自己的战绩,“放置化妆品的亚克力收纳盒很贵,一个就要好几十元,我搜索‘鞋托置物架’,个数就能拿下。”笔者按照小安的攻略尝试搜索了一下,思路一下打开了。

电商平台同样不甘示弱,有些商家甚至瞄准了这样的“平替”趋势,把它转化为“时尚灵感”。一家月销量上万的老年服饰网店客服告诉笔者,自从今年“老年衫”代替学院风开

衫的风潮火了,店里的年轻顾客多了好几倍,现在店里卖得比较好的还有一件“爸爸皮夹克”,很多年轻人买去做复古风穿搭。

人们追求“平替”,究竟是追求什么

“平替”盛行,究竟是年轻人的时尚“回潮”,还是一种更松弛的消费理念?

在金华工商城做了多年服饰生意的徐霄利介绍,在她的记忆里,上世纪有过类似的流

行,年轻人会选择购买“爸爸版白色汗衫”,在上面印各种图案,甚至演变成一种文化衫。“现在的年轻人流行买‘平替’,我认为不仅仅是‘玩梗’,而是现在的电商服装市场确实存在不小的差距,尤其是还存在一些‘粉红税’,追求各种关键词搜索攻略,其实只是不希望自己花更高的价格,购买效果相同的产品。”

浙江师范大学经济与管理学院教授郑小碧也从专业角度提供了分析。他说:“从供给侧来看,数字经济时代新零售技术的价值增值能力更大,商家通过平台算法、精准营销、满足特定群体的个性化需求来获得商品价值链提升,从而能以更高价格实现商品精准营销价值。”而从消费者需求侧来看,郑小碧认为,女性消费群体庞大的特殊化符号性消费,确实会出现“粉红税”现象,主要原因在于符号性消费的身份显示需求推高了市场需求。

“消费主义盛行的当下,年轻人开始学会追求‘平替’,合理消费。”国家二级心理咨询师茹胜炜表示,追求实惠、省钱的“平替”说明了当代消费者有了更稳定、更自信的内核,不再只追求光鲜亮丽的商品营销带来的“伪精致”,而是更多地考虑自身实际需求,大方承认“把钱用在了刀刃上”。

秋深芦花暖

■耿艳菊

一个人会有好几个名字,最深入意念的只有一个。植物们也是这样,一重一重跨过岁月的门槛,总会有一个名字住进人的心中,亲切如亲朋乡邻。

蒹葭苍苍,白露为霜。蒹葭是水边芦苇,远古的《诗经》带着云烟的名字,那时的人心思简单,总是那么有诗意。

天接苍苍渚,江涵袅袅花。袅袅花是秋天芦苇的花,即芦花。芦花虽是芦苇的花,却已成为这植物的“乳名”了。芦花就是这般被家常地叫起,仿佛同是喝着一条河里的水一起长大,任你在外飞黄腾达,名号有多响亮,就是喜欢叫你的乳名“小三子”,那是习惯,一种无言说的深深亲切感。芦花是幸福的。

太熟悉了。那是多少人年少的记忆。有水处,芦花就生长盛开,温暖。芦花插瓶,芦花枕,芦花草鞋,芦花被……天南地北年年客,只有芦花似故人。

芦花是一朵朵蕴藏着冰雪里的向阳花,是暖,是笑,是记忆深处最珍贵的一份亲情。年少时老家冬季天寒地冻,姥爷每年都会给我们编好芦花草鞋,踏着风霜走十多里路送来我们家,笑盈盈看我们穿上,他方心满意足。

多少年过去,芦花草鞋的温度穿过岁月风尘,一直暖乎乎地心间。每每和孩子走在芦花边上,我总是要提起旧光阴,给他讲芦花草鞋的故事。有时,我刚要说,孩子便笑了,你姥爷会用芦花编草鞋,很暖和,对吧?

芦花是秋天的半个天下——极目江天一望黔,寒烟漠漠日西斜。十分秋色无人管,半属芦花半蓼花。到湖边、河边、沟渠边,芦花飞扬——更喜好风来,数片翻晴雪。秋深寂寥,芦花说,怕什么?它们

眼下的路和时光是要走向一整个冷冷的季节,可还是要不管不顾地先盛开,走下去才会有出路。

古人的诗词中,今人情感的一隅,都有芦花的地位。纳兰性德也曾写过芦花,意境悠然美好:收却纶竿落照红,秋风宁为翦芙蓉。人淡淡,水濛濛,吹入芦花短笛中。

更有喜爱芦花的元代王吉昌把芦花很多的好融进了一首词中:心开五对忘,性逸六情绝。气神形变化,首级空飞血。功旌丹品堂,产阳魂,奋威烈。始终不变实相露,贯通无内外,貌难分别。出生灭。纵横清净体,无像天中彻。究竟真法眼,剔眉毛纤翳抉。辉开万古清光洁。圆明物物显,了然如缺。芦花作为植物的用途和它的品行气格都在其中了。

几代生涯傍海涯,两三间屋盖芦花。灯前笑说归来夜,明月随船送到家。芦花和棉花一样,都是温暖世间的朴素植物。而生长在浅水边的芦花,大概有水的润泽,更多了几分诗情和画意。

像春天的油菜花为很多人所热衷为观赏的集体震撼、拍照的明亮背景,秋天的芦花亦是自然界难得的景象,随意一个姿势,随手一按,就是一幅暖意和远意和古意交织,意味深远的景象。

一大片浅浅水域,开满芦花。一条木栈道安安静静地在芦花间逶迤绵延。一对老夫妻缓缓行走在木栈道上,时而停下拍照,老先生执相机意气风发,老夫人长裙红衣娴静温婉,恰似少年时。不远处有一家三口也在芦花边上行行走戏要拍照,笑声咯咯,热热闹闹的。

这样的场景多让人欢喜。最是平生会心事,芦花千顷月明中。万家心愿不过是在尘世一家人和美相守,康泰平安,还有那执子之手与子偕老的静好。芦花都懂得。

让骑行成为一种生活

■魏有花

骑行,是一种让人心情愉悦的户外活动。当我骑上自行车,感受着微风拂面,沐浴在阳光下,我仿佛能够与大自然融为一体。单车骑行不仅能够锻炼身体,还能带给我无穷的乐趣和探索的机会。

最初产生单车骑行的想法,是在三年前。那年冬天,我动不动就感冒,春节的七天假期,几乎是在感冒中度过。给我看病的的老大夫说,你呀,缺乏锻炼,应该多到户外走走,大夫的话一下子提醒了我。是啊,大学毕业后,我踏入职场,每天除了开车上下班,就是坐办公室,几乎很少运动。

春节过后,我买了辆漂亮的单车,开始了户外运动。刚开始,总是体力不支,骑行一段路,就要停下来歇息一下,但慢慢地,我就能一口气冲上那段陡坡。一段时间后,我骑起来就轻松自如了,每天早晨和双休日,我骑行在春风里,身也舒适,心也愉悦。

这一骑行,还真上了瘾,不仅身体越来越好,再没有感冒,而且感受到了很多骑行的乐趣。

每当我骑行时,总能够感受到一种自由的快感。没有车厢的束缚,没有等待红绿灯的拥堵,我可以自由自在地穿梭在城市的街道,或者远离喧嚣,来到郊外的乡间小道。骑行让我感受到了风的呼啸,路上的景色

也在我眼前不断闪过。这种自由的感觉让我忘记了一切烦恼,只专注于眼前的美景和脚下的踏板。

除了自由,骑行还能够带给我身心的放松。骑行是一种有氧运动,可以增强心肺功能,提高身体的代谢水平。每当我骑行一段时间后,我总能感受到身体释放出来的能量,心情也变得愉悦起来,让我暂时忘记一切烦恼,专注于骑行的乐趣。在骑行的过程中,可以欣赏到不同的风景,感受到大自然的奇妙。这种与自然亲近的感觉,让我感到宁静和平和。

骑行还能带给我探索的乐趣。每当我骑行到一个陌生的地方,总会充满好奇心。我会随意选择一条小路,探索未知的领域。在这个过程中,我会发现一些从未见过的美景,也会遇到一些有趣的事情。有时候,我会骑行到一片郁郁葱葱的森林中,呼吸着新鲜的空气,听着鸟儿的歌唱;有时候,我会骑行到一座古老的村庄,感受着岁月的沉淀,品味着乡村的宁静。这些探索的乐趣让我对生活充满了期待和激情。

单车骑行的乐趣不仅仅是身体上的享受,更是心灵上的愉悦。当我骑行的时候,可以感受到自己与大自然的联系,感受到生命的美好。无论是在城市的街道上,还是在乡间的小道上,骑行都能够带给我无尽的快乐和满足感。

品书香 爱生活

10月31日是宁波书香日,宁波北仑区横河工业社区“领读人”阅读社在社区职工会客厅开展“浸染书香 荐书共读”阅见北仑系列活动,让更多的产业工人加入到“爱读书、读好书、善读书”的队伍中。

图为读书分享会现场。

通讯员王子瀚 摄影报道



老年消费为何“将就”多“讲究”少

■新华社记者陈灏、杨文、袁敏

民政部数据显示,截至2022年底,我国老年人口已经超过2.8亿人,占总人口的19.8%。业内人士认为,提高老年人口生活质量,要从衣食住行等身边事上加强有效产品供给,以优质的老年用品调动社会消费意愿,让老人们不“将就”、能“讲究”。

“年轻款式挑花眼,老年款式没得选”

67岁的山东青岛市民苏爱竹近日为买衣服犯了难。她想为参加一场婚礼挑身衣服,可去附近的商场一看,青年服装多种多样,老年服装店却只有两家,款式雷同而且普遍老气。

除了保健品好买,衣食住行中经常是有钱难买“称心”,这是很多老年消费者挑选日常用品时的共同感受。

“老年人的鞋子需要强化防滑、护脚,衣服需要穿脱更方便,但市面上不容易买到。”上海市民陆跃华说,大多数日常

消费品是针对青壮年设计,难以满足老年人的需求。

养老机构也有很多需求难以满足。有养老机构负责人告诉记者,他曾想引进智能翻身床,但试过多家企业的产品,都达不到要求。“我们希望用上好的高科技产品,但很难找到。”

一些业内人士用“上薄根底浅,草盛苗苗稀”来形容当前老年用品市场的发展状况。

不仅供给总量不足,一些产品还不“缺斤少两”“以次充好”。山东省老年产业协会会长白玉光举例说,老年人常用到的成人纸尿裤,对吸水层厚度、吸附效果、除臭等要求与婴幼儿纸尿裤差别明显,但一些产品简单照搬婴幼儿纸尿裤,还有企业减少吸水层厚度、甚至用再生材料替代无菌材料。

难买也难卖 供需“两端挤压”

业内人士介绍,目前老年用品市场不仅存在难买的问题,也存在“难卖”的问题,导致老年用品渗透率不高。

——产品对老年群体的生

理特征不贴近。老年人由于存在皮脂分泌下降、骨质疏松、身体变形等特征,对服装服饰、日化用品等日常消费品的适老需求高,相关产品需要兼顾功能性、便捷性、安全性等多重要求,但多数行业的针对性细分不明显,对老年群体的关照不足。

——消费渠道不畅通,线下门店不足。记者调查发现,城市中老年用品在医疗养老机构之外很难买到,农村地区更是连轮椅、纸尿垫都很难买到。许多老年用品只能通过网络渠道购买,然而老人上网普遍“不利索”,习惯使用网络的年轻人又不了解老人的需求,有购买意愿的老人也买不到心仪的产品。

——市场监管和知识产权保护对新业态、新产品的覆盖有待提升。有业内人士说,有的企业不做研发,只模仿跟风;一些老年用品生产企业投入大量资金、人力搞研发,但产品刚出来就遭遇抄袭、仿制和假冒。

——老年群体崇尚勤俭节约,储蓄意识强。“很多老人积

蓄都想留给子女,不舍得给自己花,也不愿意子女为自己多花钱。”华录健康养老发展有限公司青岛分公司总经理李鹏说,不少老人习惯于节衣缩食,宁愿苦自己也不愿意给孩子“增加负担”,客观上也使老年用品难以“走出深闺”。

让老人“不将就”“能讲究”

接受采访的业内人士认为,我国已步入老龄化社会,让规模庞大的老年群体拥有更高质量的晚年生活,主要还是需要提高优质老年用品的供给,让老人们减少“将就”。

《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出要发展壮大老年用品产业,加强老年用品研发制造。近期,工信部具体发布了《2023年老年用品产品推广目录》,推广包括老年服装服饰、养老照护产品、日用辅助产品、健康促进产品、适老化家居产品等263种产品,其中不乏柔性翻身智能床、智能跌倒防护服等切中机构和消费者“痛点”的产品。