

年轻人的钱都去哪儿了



中国图库提供

本报记者卢珍珍

是及时行乐,还是注重储蓄?年轻人的消费观,总是能从热词词汇中窥到一二:“月光族”“精致穷”“没钱,敢花”等等。

但年轻人,也在改变。2021年《中国养老前景调查报告》显示,年轻一代每月储蓄比例正在上升,月储蓄金额均值为1624元,储蓄率创3年来新高。

开始注重储蓄和理财的“90后”“00后”,因为各种原因,在消费观念上有所转变。

“月光”因结婚而改变

对于精致但无用的东西,1994年出生的余优,是毫无抵抗力的。

她并不是一个精打细算的人。在消费观念上,余优看明白了自己,“华而不实的东西,特别‘杀我’。”

吃住在父母家,车和油费也不需要自己掏钱,作为一名椒江的幼儿园教师,余优并没有太大的生活压力。每个月的固定收入,她只需要满足自己的爱好,所有收入,散在吃喝玩乐上了。

在余优的小房间里,外表精致但大部分被闲置的小摆件,曾是她多次在网上淘来的心头好。如果再仔细观察一番,会发现它们都十分类似。“同类产品,我习惯重复购买,看到精致的小玩意儿,就会忍不住入手。”

被余优闲置最多的,是网购的衣服。拆开从未穿过的衣服,可能因为颜色或是质地,被她冷落在一旁,“不会再去穿,也不会想着退”。她不喜欢蹭网上的购物节,对于那些宣称有折扣的节日,余优反而有点冷静,“凑钱拼单,太麻烦”。

余优喜欢探店,小城里的网红店、朋友圈流行的新店,她会准时打卡。“朵云书院、大隐书局我都去过,还买了文创产品。”出去玩不花钱,余优心里不痛快,实在没东西可买,她会买一堆

冰箱贴过瘾。

“消费的都是小钱,但一个月工资就这样没了。”余优工资月光,也会使用花呗,实在周转不过来,会开口向父母拿点钱。

余优坦言,自己的任性消费,和没有过多的生活压力有关。

但从去年开始,遇见心动的消费品时,余优的脑子里会跳出系列问号:“我到底需不需要?家里有没有相似的?”

这是一张结婚证,对这个女孩的改变。

“去年我成立了自己的家庭,加上年龄增长了,消费观念开始变了。”余优说,她开始告别过去的自己,一个无论各种大小节日都期待收到礼物的自己。

疫情三年,从来没有担心工资断流的余优,在朋友身上看到了焦虑。“从周围朋友的交流心得来看,有储蓄的人,抗风险能力更强。”

无论是主动的或被动的,余优开始审视自己的消费观,开始存钱。

让钱用于生钱和抗风险

疫情来了,我们的生活方式或消费习惯,都在被动改变。

“没地方花钱。”1996年出生的玉环人郑晶说。这并非一句凡尔赛的说法。

春暖花开之后,本是各类音乐节陆续推出的时候,但疫情的反复,打乱了所有计划。“我也喜欢看话剧,但现在不敢提前买票,就怕中

间有疫情。”疫情在,无法远行,这是后疫情时代,大家共同的经历。“除了买书之外,旅游、音乐节和话剧演出这些大头开支,都被迫无法消费了。”

无处可去的资金,让郑晶试着进入理财大军。“大学的时候不懂理财,工作后,总觉得应该懂点。”去年,郑晶购买了几款基金,但一直处于亏损状态,索性,她后期就不再关注了。

正如郑晶一样,原本大胆花钱的年轻人,开始琢磨怎么钱生钱。除了购买理财产品,在线购买黄金的人群中,“90后”和“00后”的身影不断。

“没有存款,就没有一点抗风险能力。”在过去的半年时间里,1993年出生的何燕深有体会。

仅仅半年时间,她曾两次接到父亲的病危通知书。坐在医院大厅里,何燕第一次觉得,自己是那么弱小。

在意外来临之前,银行卡里的数字,就代表着个体的抗风险能力。由于父母都是普通工人,家里没有太多积蓄,何燕意识到,她得扮演起扛下家里风险的那个角色。

“现在开始存钱了,收入中的一部分,作为应急基金。”在平常的消费中,何燕开始收紧吃喝用度。另外,她还花钱带母亲做了体检,并为父母买了医疗保险。“这些消费,比吃喝更有必要。”

疫情到来之后,何燕每年的固定消费,还多了一项运动消费支出。“在健身房花钱请了私教,还买了一些运动装备。”这段时间,何燕开始跳毽子操,成了一个标准的“刘畊宏女孩”。

精准消费渐成风尚

关于储蓄,有些人是后知后觉的,但对于“00后”的王越来说,把固定收入的一部分,存入支付宝的“小钱袋”,是再自然不过的事情。

工作一年的王越,是台州湾新区一家公司的出纳,不过度消费,定时存钱,是她的消费习惯。

“我在‘00后’中间,可能是一个异类。”王越说,自己的最大开销是养生。“我喜欢买花茶,它属于细水长流的长期保养,偶尔还会购买保健品和艾草泡脚包。最近我想尝试针灸,已经买了一本书,正在研究。”

在王越所住的宿舍柜子里,摆放着包括玫瑰花、梅花、姜丝茶等10多种花茶。“我就是个行走的安利机器,他们都被我安利了很多养生产品。”

冲动消费,不再是所有年轻人的标签。“我会更讲究生活质量,但不会使用花呗,我也不会买基金这些。”王越说。

王越告诉记者,存入“小钱袋”的存款,是为了自己更精准的大件消费目标:买车。

就在一个星期前,王越的室友喜提一辆新车。作为全公司快递最多的人,室友第一次告诉周围人,她要开始存钱了。“她也是一个90后,存钱就是为了还车贷,目标很明确。”

采访中,记者了解到,随着“90后”“00后”先后走入职场,房、车这些升级消费,是很多人选择储蓄的主要原因。(文中名字均为化名)



中国图库提供

他们为什么愿意为高消费买单

本报记者陈婧

在对年轻人消费现象的调查中,一部分受访对象表示,关乎爱好、潮流、奢侈品的高消费,他们“敢花”,也值得花。“高消费不是炫富、作秀,是为了提升生活品质,也是‘理财’和对自己的一种长期‘投资’。”

因为情怀和爱好

90后篮球爱好者陈诚涛,对于球鞋有一份特殊的情怀。

他喜欢穿球鞋,更喜欢收藏球鞋。“有些价格还不便宜,上千元,甚至有上万元的,平常穿的场合有限,但就是喜欢,想要购买、收藏。”陈诚涛说,“还有球星、设计师的联名款,好多都是限量发售,能买到就很难得,有购买途径,我肯定直接‘冲’”。

至今,他收藏了大概120双球鞋。为此,他还加入了不少球鞋主题的社交圈子,实时交流分享,收获最新的资讯。陈诚涛觉得这很重要,既能结交到更多的朋友,获得更多的陪伴,也能实现社交和精神满足。

“唯一的缺憾是,这类球鞋市场比较混乱。除去一部分真的爱鞋、想收藏的人,还有很多鞋贩子,故意抬高价格。”这样的事情,陈诚涛碰到了不少,面对自己非常心仪的球鞋,他最终还是会选择购买。

同样,临海人徐旭也愿意为爱好高价买单。他是网易游戏梦幻西游的骨灰级玩家。

徐旭从2004年开始玩这款游戏,一直玩到现在,其间投入了大量时间,也投入了可观的资金。之所以舍得,是因为梦幻西游对于徐旭来说,是童年,也是情怀。

“儿时,我会背着父母偷偷玩游戏,用零花钱买点卡、买装备。现在自己赚了钱了,就想支撑一下自己的童年情怀。”徐旭感叹道,现在的梦幻西游都是老玩家在玩,很少有新玩家出现。这些老玩家都是从早期的游戏过来的,对这款游戏都很有感情了。

因为工作和生活需要

王晓楠大学毕业后离开台州,目前在一线城市从事风险投资行业。

因为工作需要,她的物质消费升级进入奢侈品范围,每年奢侈品消费额度有二三十万元。王晓楠说,近年来,进入中国市场的奢侈品都融入中国元素,打造休闲潮流的中国风限定款,设计更大胆、新鲜,抢占年轻市场。她在选购时,很注重设计款式,更注重购物体验,这是她对奢侈品文化的一种认同。

“我很看中实体店的服务品质和态度,这种购物体验对于我来说很享受。”因为她自己也是要跟客户打交道的人,有时也能从购买中受到一些启发。“和女客户聊,和男客户聊。在某一种程度上,奢侈品是一种社交语言。”

临海人陈希鸿目前是杭州某互联网公司的工程师,薪资待遇相当不错。“我虽然不常买,偶尔消费一下奢侈品,也是可以的。今年是我的本命年,给



中国图库提供

自己买一款限定外套就很不错。”陈希鸿表示,自己对奢侈品没有什么追求,但会作为礼物送给女朋友。化妆品、护肤品,偶尔也会送首饰、包,“看到她收到礼物很开心,我也很开心。我希望在力所能及的范围内,给心爱的女孩最好的东西。”

因为满足和愉悦

温岭青年任年一直有运动健身的念头,但是因为单纯的运动太枯燥了,总是坚持不下来,直到购买了一款switch健身环。“里面有个大冒险游戏,通过剧情的引导,可以跑步,实现手臂、腹部、腰部、腿部的训练,还设计了一些小游戏配合拉伸教程、运动教程。”任年说,“运动搭配情景非常有趣,而且游戏关卡也多,针对不同身体部位都设计了不同的游戏,非常专业。”

今年,switch推出新的游戏机和游戏卡带,任年火速购买,“新买的switch和我原来的那款在功能上没有很大差别,就是手柄的配色不一样了。”还有一些双人和多人游戏的卡带,任年是托了不少朋友才购买到的。

林茹静是一位旅行爱好者,每年都要出国旅行一趟,直到近两年,这一计划因为反复的疫情搁置。去年,她去海南三亚玩了一场。“刚好有特价机票,就请年假好好玩了一趟。”这趟旅行,往返机票只需800元,她在三亚花了万余元。

“我偏爱体验型消费,尤其是在住宿上要求比较高。睡得好,才能好好玩嘛。”林茹静笑着说,该玩的项目一个都没落下,水上运动项目、环岛自驾、直升机……“稍微有点遗憾的是,因为疫情防控需要,几个放在心愿清单里的目的地没有去。”

吃喝消费也占了一大部分。“海南鸡饭、海鲜饭、簸箕菜、东南亚菜……还有各种各样的小吃、水果、甜品,我们不是在玩的路路上,就是在吃的路上。”

为了拍更多好看的照片留念,林茹静还在线上搜索了当地的热门咖啡馆、咖啡店打卡。“我们一共去了4家咖啡馆,其中有一家是在沙滩边,有纱帐、躺椅、鲜花,可以坐着晒太阳,或者去海边踩水,炎热在冰咖啡和海风中一扫而光,舒服。”林茹静说。

林颖是“95后”上班族,有着不错的收入,没有家庭负担,正是有实力且消费“自由”的时候。年初,她也去了一趟三亚,目标很明确,购物。

“免税店有优惠福利,买的化妆品、护肤品,未来两年都用不完了。”林颖说,这趟购物之旅掏空了“钱包”,回来后“吃土”了一段时间,“但是,我用自己的能力,满足了自己的一个愿望,还是很值得。”



陈诚涛收藏的部分球鞋。(采访对象供图)

评论

消费要“开源”也要“节流”

元萌

近年来,受经济及整体消费环境影响,青年群体的消费观念、消费类型乃至消费结构等,都在悄悄发生变化。涌现出的一系列新型消费业态与模式,不仅实现了多元领域的跨界融合,也拓宽了沉浸式、体验式的消费新场景。

对于广大青年来说,既要“开源”,通过扩展消费方式,获得更丰富、更多元的体验,也要“节流”,通过理性消费,避免陷入“月光族”“吃土族”“精致穷”等困境。在“敢花”与“节流”之间,如何保持平衡,是青年一代共同面临的问题。

为游戏“氪金”,为情怀买单,追求高奢品牌所带来的价值认同,这是本次采访中部分人展现的高消费观。在自己力所能及的范围内,花钱买快乐、买享受,无可厚非。需要提醒的是,在实际消费中,还是要注重理性尺度,量力而行。

如今,储蓄理财在青年中盛行。相较于老一辈人更加信得过的定期储蓄,现在的年轻人往往选择“不把鸡蛋放在同一个篮

子里”,追求收益更高、风险也更大的基金、券商、股债等多元理财方式。

多数人储蓄理财的初衷,不仅是通过存钱来克制非必要支出,也是为了让手头的“闲钱”产生可观的收益,达到“以钱生钱”的效果。但在实际的理财过程中,高收益与高风险是并存的,被基金、股票等“套牢”的实例屡见不鲜。因此,消费需理性,理财也要谨慎。

以存钱理财替代消费,是青年消费观念的一大转变。越来越多的年轻人意识到存钱的重要性,消费带来的快乐在一时,而储蓄带来的安全感是更长久的。再加上不少年轻人背负着房贷、车贷的压力,导致他们在消费上更追求精打细算、量入为出。

当然,当代年轻人消费也不乏追求品质型、享受型消费的存在。如追求自我提升类的消费,报名参加健身、才艺、小语种等培训班,如今受条件限制,此类消费也顺势从线下转到线上,方便消费者在线进行学习。又像满足精神需求的消费支出,如观看演出、展览,收藏喜欢的书籍、唱片、艺术品

等,青年追求生活品质的提升,或是精神上的满足无伤大雅,拥有一两个“烧钱”的爱好,也完全可以理解。

最近总听到身边人的感慨,疫情束缚了远行的脚步,自己已经很久没有将外出旅行的计划提上日程。随之而来的,还有演出的一次次取消、延期,口袋里的钱想花都花不出去,只能按捺住躁动的心。但随着线上产业的发展,人们足不出户就能在线看到想看的演出,“云观演”“云逛展”等新业态,成为重要的精神补给。

在长途旅行无法成行的当下,“就地旅游”“露营经济”应运而生。越来越多的人在风和日丽的日子里,选择附近的公园、广场等地,就近开展小规模露营、野餐等活动。新的消费方式伴随着新的生活方式,对于疫情中的人们,也意味着希望与转机。

常有人调侃,除了本身有储蓄意识的青年,其余的都是“被迫节流”。但有意识地反思自己的消费观念,探索新的属于青年一代的消费新方式,也不失为一种收获与成长。