掌勺年夜饭、带着家人出门远游、创造年味记忆点……

年轻人所期待的年

台传媒记者卢珍珍

“小孩小孩你别馋,过了腊八就是年”,腊八节一过,年味就有了。

随着“90后”“00后”成为春节决策主力,年味有了新的内涵。对于即将到来的龙年春节,年轻人会有哪些期待?

青年路上的红灯笼是很多椒江人记忆中的年味。

决策主力

近日,小红书发布了《2024春节年轻人社媒趋势洞察》。数据显示,83%的18岁—35岁的年轻人,选择自己或者配偶成为龙年过年决策主力。

作为春节主理人,准备年夜饭、置办年货,仍是重头戏。撸起袖子,这届年轻人,早已开始掌勺年夜饭。

晶晶,三门人,一个爱好烹饪、动手能力极强的“95后”。过去几年,对于家里年夜饭的筹备,她慢慢有了话语权。

去年大年三十,晶晶一早起床便开始忙碌,准备年夜饭。早几天,她在社交媒体上搜索了菜谱,喜庆、精致、新鲜感,是她关注的重点。

“婆婆是主厨,我算是副厨,负责一些新菜。”年夜饭里,冷菜是晶晶的拿手好戏,她讲究摆盘。

一道用圣女果、香蕉、芝麻、草莓做成的水果拼盘“财神到”,颜色和造型一下子就拿捏住了年味。

薯片虾球这道菜,是将炸好的虾球放在薯片之上,它是饭桌上,小朋友伸手想要再吃的菜。

“我还做了糯米肉丸、捞汁小海鲜、番茄煎饺。”虽是海边人家,饭桌上的老人却是头一次吃上捞汁。有了红绿椒、葱姜蒜、柠檬,蛏子、鲍鱼、花甲迸发出新的味觉体验。“捞汁的味道还是蛮受欢迎的,就是冬天有点冰,大家的评价是,这道菜还是夏天吃比较好。”

这周一,晶晶一家从套房搬进了别墅,今年的年夜饭,也成了一家人最为期待的相聚。“年夜饭就是烟火气,一家人聚在一起吃饭,才有了年味。这个春节必须露几手,我还是会做几道在年轻人中流行的新菜。”晶晶说。

除了参与年夜饭的筹备,晶晶和丈夫还安排了一家人的春节出行:“我们带上双方父母,还有我70岁的外婆,准备去趟北京。食宿、行程路线,都是我们做攻略,老人跟着我们玩就行。”

吃吃喝喝,犒劳辛苦一年的自己和家人,是年轻人春节宅家时最想做的事情。相比平时,他们想要收获更高“品质”的宅家体验,比如吃的品质。

这几天,线上各大电商的年货节,陆续拉开帷幕。

椒江27岁的小何还在观望,工作以后,家里的年货慢慢由小何来采购。

“有个过渡期,一开始我妈妈买一部分,我自己买一部分,现在大部分由我来购买。”坚果、水果、喜庆饮料等,都是家里人喜欢的年货。平时家里人舍不得买的高档水果,也会在年货清单里。

贴心的是,小何开始照顾家人的口味。“虽然不喜欢我爸爸抽烟喝酒,但过年,我还是会送他好品质的酒,让他尝一尝。”小何也会跑到椒江老城的老糖店购买甜食,“芝麻片、鸡蛋片,是我妈小时候的零食,他们喜欢吃。”

开始掌勺年夜、购买年货,年轻人追求新的同时,并没有忘记家里老人的喜好。

晶晶负责年夜饭的冷菜系列。

制造记忆

在老一辈人的记忆里,一家人守在电视机前看春晚,是他们的仪式感。但现在,年轻的春节主理人,会通过一些特别的安排,寻找好兆头,制造新年的记忆点。持续做一件与过年氛围有关的事,能让很多年轻人重新找回年味。

对于椒江35岁的周女士来说,年味,就是椒江烈士山下青年路悬挂起的红灯笼。灯笼起,年来了,灯笼落,年也就结束了。

青年路左右两旁的大樟树枝丫交错,在空中相挽,成了天然绿荫长廊。一旦挂上灯笼,星星点点,年味就有了。

2017年至今,每逢过年,周女士就会在青年路留下一张照片。

“我妈妈家就在旁边,吃完年夜饭,我就会来这条路上走走。”一个很小的习惯,成了周女士春节特别的仪式感,“这条路特别喜庆,也特别温暖,可能是因为我的老家就在附近。”

一年又一年,镜头里的周女士迈过30岁,还成了一名母亲。

有了小孩之后,周女士春节会带着儿子一起在青年路上合影留念。“去年寒假,我还教儿子写过作文,写的就是这条青年路。我说,这是一条‘红路’,灯笼是红色,一江山岛登陆战纪念馆也在边上,那篇作文很不错。”

拍的人多了,青年路就成了网红路,是很多年轻人的春节共同记忆。

燃放烟花,延续了很多人儿时的快乐,噼里啪啦声中,新的一年又到了。

玉环坎门渝汇蓝湾国际小区面朝大海,小区隔条马路,就有一条堤坝。吃完年夜饭,玉环“90后”叶先生,就会在朋友群中吆喝一声,“大坝上放烟花了”。

半小时后,群中几户家庭,带上各自购买的烟花,从不同的方向赶来,相聚在堤坝上。大人们忙着给小孩分发仙女棒,大家围成小圈圈,成了“10后”孩子的新年记忆。

小孩不敢玩的烟花,一群30多岁的爸爸们,积极上场。烟花声中,大人们比小孩笑得还大声。

“我们是一群从小学玩到大的朋友,过年在堤坝上放烟花,已经延续十多年了。”堤坝上放烟花,成了海边人独有的浪漫,烟花点亮了黑夜,在空中开出不同形状的花。

从堤坝上转身,恍惚了眼,小区是红彤彤一片。每逢过年,坎门每户人家,都会在自家阳台挂上灯笼。有灯笼、有烟花,这是“90后”叶先生的春节记忆。

旅行消费

《2024春节年轻人社媒趋势洞察》中数据显示,有36%的年轻人,计划在龙年春节增加旅游出行的花费,在所有计划增加支出中排名第三。

自从“泼天的富贵”轮到哈尔滨后,这段时间,各地文旅单位都支棱起来,轮番用各种方式刷存在感。即将到来的春节假期,也将是一次出游高峰。

春节去哪儿玩?有安排的人,早已心中有数。

今年35岁的王先生,椒江人,早两个月,他和朋友定好了去北京的行程。

“我们组了一个北京游的群,一共有8户人家,24个人,几乎是个团了。”王先生告诉记者,做好攻略后,他们已经把来回机票、住宿、两次研学课程都定好,“一个家庭计划花费1.5万元左右,相比去年春节我们去福州,旅行费用的确增加了。”

考虑到人数多,王先生曾经考虑过落地后找导游跟团,后来还是放弃了。“群里有几个‘95后’,他们在社交媒体上做攻略的能力很强,最终大家觉得自己玩比较自在。”

在年轻人过年期间特别想做的前15件事中,往外走,是大家提及较多的事情。有45%的人想参与新春灯会、户外市集;有30%的人想带家人来一场短途游或露营;有20%的人想去户外运动(比如爬山);有20%的想去长途游(如去北方滑雪/去南方过冬)。

三门的晶晶告诉记者,平时她和老公也会经常出游,但很少带上父母。春节,这个讲究家人团聚的节日里,她希望和双方父母一起出行。

“这次还带上了外婆,我们的行程安排都偏休闲,很多景点也都舍弃掉了。外婆出远门的次数比较少,我们会特别照顾她的感受。”晶晶很期待,这是她和丈夫第一次安排家人出行。

(本文配图由采访对象提供)

深一度

无论怎么过年,重要的是齐齐整整

林 立

我记忆中“年味”开始变淡,是从有了手机那年开始的,这种感觉随着手机更新换代而逐渐加深。某一年的年夜饭,我刷累了手机一抬头,发现除了外婆,所有人都低着头在看手机。

值得玩味的是,我同辈的兄弟姐妹们盯着手机的表情百无聊赖,长辈们都很兴奋——因为他们的群里充满了各种色彩浓烈、花团锦簇的祝福视频、表情包。

手机只是一个载体,那天饭桌上的所见,我感受到的是“年轻人不爱过年了”,确切地说,是“不爱这种只剩形式感的过年了”。

春节是中国人千年来在农业劳动中情感的总结,它有深厚的人文根基。十几亿中国人至今仍然遵循春节的传统,在幅员辽阔的中国大地上横竖左右奔袭,只为与家人团圆。但对生活的本质越来越有感悟的年轻人们,除了买年货、贴春联、吃年夜饭、放烟花之外,他们想让团圆更有新鲜感、更有纪念价值。

不同年龄的后辈们,希望给已经成模型的过年形态进行各类重塑,或者应该说,他们需要的是老一辈们把“方向盘”让给他们。

主导一家人过一个不同的年,难度非同小可。以年夜饭掌勺为例。

从小习惯了等菜上桌的孩子们,即使成长为各自家庭的“厨师长”,真的站在年夜饭的灶台边,也会不自觉一阵晕眩。创新的菜式,尤其怕长辈们吃了露出微妙的一抹笑,说着“挺好挺好”,却没有更多评述。

但放心吧,只要是你做的菜,他们从你开始切菜、配料、擦汗时,就已经品尝到了最丰富的味道。你想要做出让他们爱吃的菜的样子,就已经足够让他们对岁月说声谢谢了。

我尤其佩服制订旅游计划、带着十几口人一起去旅行过年的年轻人。我记得很多年前在海南旅游时一个导游说过的话,她说她带团这么多年,看到过太多带着孩子来玩的父母,却很少看到带着老爹老娘出来旅游的儿女。

这句话虽然透着一股无情的冷冽,但很多做儿女都有切实的体会:没有多少人带父母旅游会不和爸妈吵架的。

不愉快的原因,多数都是“代沟”带来的消费观、游玩习惯的冲突。可是随着“95后”“00后”们开始独当一面,他们和同样年轻的父母之间的代沟,在时代进程中显然已被抹平很多。

这是个大家都想去没去过的地方好好玩的时代,如果你今年是你们家旅行团团长,只要掌握导游经常说的一句话,就可以服众了:“大家出来玩是为了啥?就是该省省,该花花,相信导游我不会骗大家!”

不管你们打算怎么过年,只要齐齐整整,怎么过,都是一个好年。

年味从哪儿来?

台传媒记者卢珍珍文/摄

年味从哪儿来?它从一件件小事,积攒而来。

在花市,蝴蝶兰、冬青这些象征富贵、喜气的年宵花,被摆在了最显眼的位置;在副食品市场,筹备年货的顾客与商家,讨价还价;在超市,龙气满满的年货节,已经开始。

年近了,商家们营销的高光时刻,也即将到来。

一

“买开心果,我们就图过年吃了开心,可以给你们便宜点。”在中国·农港城副食品批发市场,阿米伊食品商行的老板罗女士,穿着一身大红毛衣,招呼着客户。

1月10日,中国·农港城的年货节已经开始。上午9点30分左右,罗老板的店里已迎来不少客户。10多位员工忙碌着,整理、称重、包装……

“前两天就开始忙了,现在来的客户,都是置办年货的单位或个企。”罗老板的店铺主要经营干货,“老客户我们微信上联系,帮他们配好货就行,他们信任我,新客户就会现场过来看。”罗老板的客户,遍及台州各地,甚至还有来自温州、上海的。

“真的忙,还得等上四五天,到时候我会忙到算账都来不及。”罗老板指指门口的位置说,“现在放包装盒的位置,到时候都要清理出来,给客户排队结账用。”

上午9点,椒江花鸟市场里,卖花的陶老板迎来了当天的第一位客人,“我买了两棵幸福树,用于乔迁之喜。”

店里,蝴蝶兰和北美冬青被摆在最显眼的位置,它们是年宵花中的顶流。

“北美冬青是这两年火起来的年宵花,颜色喜庆但不俗气,老人和年轻人都很喜欢。我们还可以在冬青上面挂一些小挂饰,营造新年氛围。”一盆北美冬青价格在200元至700元。

随着年愈近,花卉的价格和销量都会往上走。去年年边,蝴蝶兰和北美冬青还出现了供不应求的现象。“我今年特地多备了几百盆。现在花的价格还没怎么涨,后期等物流、人工价格上来后,花卉价格也会涨,一株蝴蝶兰可能涨10元,一盆冬青可能涨价100元。”

花市的人流量,还没真正到来。“采购高峰,预计要再过一两周出现。”陶老板说。

超市里的年货大街。

龙年春节的氛围,在超市里更加猛烈。

在大润发(东海店),红色的年味已经渲染起来。超市过道被布置成年货大街,上面摆放着保健品、干货等常见年货。

无论线上的电商,还是线下的实体店,年末最后一波商战,刚刚开始。

二

大润发(东海店)的年货大街里,其中有一块区域,销售过年用的对联、福字、挂件。营销人员告诉记者,龙年玩偶、挂件,往往会收割一拨年轻人的喜爱。

年货清单里,商家早已瞄准了年轻人的消费能力。讲究高品质、高颜值和吃得健康,是年轻人选购年货的重点。

“年货还是这些年货,但我们也跟着年轻人消费者,一直在改变。”阿米伊食品商行的罗老板随手拿起一款太妃酥,又拿起一款紫米,她说:“这些都是无蔗糖的。”

做了七年副食品生意,罗老板发现,年轻的客户群体越来越讲究健康、养生,他们销售的年货产品也在改变。“我们有一款肉脯,不含淀粉,一上架之后,含淀粉款销量就差点。大家还是很讲品质的。”

真正走进批发市场购买年货的年轻人还是少数,“一般以中老年人为主,也有二三十岁跟着父母过来选购的,但比较少”。不过,店里选购年货的中年人,会专门考虑子女的口味,买年轻人喜爱的干货。

在中国·农港城精品水果区,一名牟姓老板告诉记者:“年轻人喜欢包装靓一些的,中老年人则喜欢包装喜庆的。”同样是苹果,设计感前卫一点的外包装,更能获得年轻人的喜欢。

花市的陶老板告诉记者,相比蝴蝶兰,年轻人更爱冬青。

临近过年,正好是冬青最佳观赏期,密集的红色果实,满足了年轻人对春节气氛的想象。“除了更符合年轻人的审美,冬青生命力也更强一些,能养久一些。”

在小红书上,关于冬青的笔记有15万多篇,内容都是年轻人较为关注的,例如冬青寓意、怎么养护、怎么插瓶等。

北美冬青等年宵花被摆在显眼位置。