

打造年轻人的线上“精神乐园”——

潮流社区兴起国潮热

本报记者 常理

青年说 新消费

随着“90后”“00后”跃升为潮流消费主力军，潮流社区广泛兴起。在这里，不仅有最新的潮流动态，也有年轻人的穿搭分享、运动体验，还有琳琅满目、天南地北的商品可以交易买卖，非常符合年轻人的内心诉求和消费心理。他们的消费体验在人群中得到裂变，促进了更多消费。

限量商品、联名爆款、前卫服装、酷炫潮玩……近年来，随着“90后”“00后”跃升为潮流消费主力军，青年一代的消费偏好、消费习惯与消费场景发生了巨大变化。时尚、自信、喜爱国货、喜欢分享等成为当代年轻人的独特标签。

伴随着这个过程，潮流社区在国内广泛兴起。在这里，不仅有国内外最新的潮流动态，也有年轻人的穿搭分享、运动体验，还有琳琅满目、天南地北的商品可以交易买卖，非常符合年轻人的内心诉求以及消费心理。

年轻人喜欢啥

“这款联名卫衣，将当下流行的腰果花和中国传统元素相融合，既时尚又复古，款式面料也不错，关键是价钱还不贵。我种草很久了，很适合学生党。”家住北京市朝阳区的郭超同学刚刚收到了入手的商品，迫不及待地打开试穿。

“目前，得物APP的‘90后’，用户占比超过80%。年轻人喜欢什么、关注什么是我们企业发展的目标和努力的方向。”潮流网购社区电商得物APP副总裁陈颖对记者说，年轻一代生活在一个物质相对丰富的年代，他们的消费习惯也具备鲜明的时代特征。比如，年轻人对商品品质要求更高，对做工、设计、剪裁等细节都比较注重，展现出年轻人追求品质的生活态度。又比如，年轻人喜爱社交，喜欢在社交媒体上晒单，分享自己的消费体验，而这很容易在人群中得到裂变，促进更多消费。

除此之外，年轻人对绿色消费的关注度也越来越高。来自河北的用户“小十一”通过社交软件晒出了一款运用可再生材料制作而成的拖鞋，并发文称“设计和灵感都来源于自然万物，再生材料的运用，既是创新也是一种态度”。安踏推出的环保系列时尚休闲鞋，其中20个部位采用了可降解或可回收材料；中国原创设计师品牌涂月推出的“幸存者日记”系列，利用过往剩余的蚕丝、亚麻、纯棉等边角料重新染色，组成全新面料投入使用。

“年轻人热爱绿色环保的理念，让‘可持续时尚’成为品牌的潮流关键词之一。将商品从绿色环保的物质载体转变为流动的绿色消费理念传播，我们正在和年轻人一道，推动

越来越多的品牌参与到可持续生态的循环之中。”陈颖说。

新技术的应用也正在与潮流时尚不断融合，提高年轻消费者的消费体验。线上购买商品无法取代线下试穿？为了解决这个痛点，得物APP推出了AR试穿和虚拟足部测量功能，可快速完成在线试鞋和切换鞋款，使用体验非常流畅，就像在现实生活中换鞋一样真实。陈颖介绍，目前，得物APP建立了全行业最大的潮流商品模型数据库，覆盖球鞋、美妆、箱包、配饰等近10个消费品类。

国潮热因为啥

年轻人戴上了海鸥手表，穿上了回力球鞋，骑上了凤凰自行车……随着近年来国潮兴起，不少老字号品牌通过开辟年轻潮流产品线，跨界“新奇”联名等新玩法“逆袭”生长，打破品牌固有形象和边界，以新故事“圈粉”年轻人。

“我入手手表是因为老爸总是戴着这一块海鸥表，他告诉我这代表了中国手表的品牌，这让我一直对海鸥表有着很深的情愫。如今海鸥表还出了潮表新品，它不再仅仅是长辈们的手表，更是我们这些年轻人的潮流手表。也许这就是一种传承吧，手表里的‘中国范儿’。”上海市民陈庭宇“拔草”后感叹说。

2021年初，海鸥官方入驻得物APP，先后上架锋芒、海洋、飞行员、巨匠等9个系列，销量颇丰，且85%的购买人群为“90后”。另一个老字号品牌凤凰自行车于今年4月入驻得物APP后，不仅针对年轻人喜爱户外运动的特点，推出通勤车、公路车、山地车、骑行头盔等近60款新品，还推出了复古、高端、定制产品线。入驻后一个月内，凤凰自行车销量提升超6倍。年轻人不但在社区晒出收到的新车，分享户外运动生活，还晒出爸妈的凤凰自行车，甚至作为婚纱照元素，回味经典国货的记忆。

近年来，年轻消费者对于国潮的喜爱程度达到了前所未有的高度，由此推动国潮商品向各个领域延伸、拓展。前不久发布的

《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，对比10年前，国潮热度增长超5倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，“90后”“00后”贡献了74%的国潮消费。敦煌感配色、三星堆联名、苗族蜡染、墨竹印花、中国锦鲤等国潮文化符号，不仅成为年轻人津津乐道的话题，更成为一种精神文化潮流。

在陈颖看来，国潮的兴起并不意外，这实际上是中国文化自信的一种体现。“90后”“00后”成长于中国经济文化蓬勃发展的时代，一个强大的祖国为这一代年轻人的物质和精神生活都提供了强力保障，自信心与自豪感让他们对国潮品牌有一种与生俱来的喜爱和信任。而随着他们逐渐步入社会、收入增加，无疑将成为国潮消费的绝对主力。

如何把握这波国潮热，打造更多的知名国潮品牌？

中国管理科学学会体育管理专业委员会副秘书长冯娟认为，首先要实现精准定位，树立品牌形象。年轻人是国潮消费的主力群体，民族品牌是国潮热的主要消费对象。因此，国内品牌和企业应仔细梳理自身产品结构，巩固或开拓专门产品线，以实现品牌内涵与国潮气质的内在契合。其次要加强产品创新，深度融入并引领国潮热。“国”体现了对传统文化的认同和彰显，“潮”则更加强调市场化的流行趋势。因此国潮元素的表达并无一定之规，需要国内品牌和企业从创新研发入手，通过更具深度和新颖性的产品形成市场竞争优势。再次要提升营销针对性，主动创造并扩大传播影响力。国内品牌和企业必须加强与移动互联网和新媒体为代表的营销渠道建设，主动创造社交语境和传播语境，将消费者的国潮情感转化为品牌认可度与忠诚度。

潮流社区拼啥

海南“90后”女生何翩翩是一名汉服的忠实爱好者。前段时间，她在社交媒体上发表了一篇图文并茂的汉服穿搭日记。图片中的她身着明制交领长袄，戴着

市场瞭望

后疫情时代，旅游业界格局发生巨大变化，旅游住宿需求已经进入质量升级阶段。住宿条件成为影响“雪季候鸟”选择目的地的主要因素。这表明，滑雪爱好者的出行需求已经从单纯滑雪向度假休闲转变。酒店业亟需推出适应市场的新业态、新产品，更好地满足“雪季候鸟”的多元需求。

姜天骄

伴随全国多个雪场开板，今年雪季正式拉开帷幕。美团平台显示，地处“黄金纬度雪带”的各大大雪场住宿预订量持续攀高，近一周环比增长超过八成。滑雪目的地位于行业迎来消费旺季。

中国优质冰雪资源集中在西部、中部，而主要的冰雪消费群体则集中在东部、南部。每逢雪季，都有一群滑雪爱好者像“候鸟”一样为了滑雪从南“飞”到北。数据研究发现，上海、杭州、深圳、天津、北京的滑雪爱好者是滑雪消费的主力。而且南方人比北方人更舍得为滑雪投入真金白银。“雪季候鸟”释放着强烈的住宿需求，国内外各大酒店集团敏锐嗅到市场商机，纷纷加强冰雪目的地的布局，争相分享冰雪运动发展红利。

面对“千姿百态”的雪场，住宿条件成为影响“雪季候鸟”选择目的地的主要因素。这表明，滑雪爱好者的出行需求已经从单纯滑雪向度假休闲转变。雪场不仅是运动场，也是度假目的地。然而，国内不少雪场仍处于初级发展阶段，住宿性价比不高、住宿体验不佳。滑雪目的地要想吸引更多“雪季候鸟”，不仅要拼雪质，更要拼温馨舒适的住宿环境，做好住宿等基础设施建设十分重要。

2022年以来，全国雪场及周边新增超过3500家住宿类商户。新增滑雪度假酒店未来将面临激烈竞争。后疫情时代，旅游业界格局发生巨大变化，旅游住宿需求已经进入质量升级阶段。酒店业亟需推出适应市场的新业态、新产品。为更好满足“雪季候鸟”多元住宿需求，滑雪目的地不仅可以顺势发展高星级酒店，还可以加强经济连锁酒店、公寓、民宿等不同类型住宿业态布局。

人们对酒店的需求不再局限于“找个地方睡觉”，而是关注住得是否称心、舒心、开心。酒店除了满足消费者住宿需求之外，还承载着更多美食、社交、健康、娱乐等需求。酒店业需要积极借鉴国际先进的服务理念和模式，通过不断优化创新，突出自身服务特色，为“雪季候鸟”提供更好的住宿体验，满足他们吃住行游娱购等多元需求，让“雪季候鸟”愿意为了这份居住的惬意多停留些日子。

可以肯定，随着我国冰雪运动的普及，冰雪旅游目的地位于行业将迎来重大利好。不过，只靠雪季的运营远远不够。很多酒店企业之所以不敢贸然投资，主要是担心淡季经营不景气。在这方面，雪场经营者可以结合特色资源延伸非雪季经营链条，将冬季滑雪的“白色牌”与夏季避暑的“绿色牌”结合起来，解决雪场运营从一季旺向四季旺的转换。雪场经营如果能打破季节限制，将会吸引更多优质酒店入驻，同时，优质酒店也会为雪场增添一份独特的吸引力。

“雪季候鸟”飞来了，解决好他们的住宿问题，不仅事关满足滑雪爱好者的新需求，也影响着冰雪运动产业的未来。



上海老字号品牌凤凰自行车成为年轻人时尚消费的新选择。

(资料图片)

《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示

对比10年前

- 国潮热度增长 超5倍
- 更偏好选择中国品牌的消费者

78.5%

“90后”“00后”贡献了74%的国潮消费

国网微山县供电公司 为客户提供“更快、更好、更可靠”的优质服务

“获得电力”作为营商环境的重要组成部分，既是衡量地区营商环境水平的重要标尺，也是衡量国企改革三年改革成效的重要指标。国网微山县供电公司秉承“人民电业为人民”的企业宗旨，贯彻国企改革三年改革决策部署，紧扣“获得电力”各项指标要求，致力于让客户“用上电”“用好电”。

国网微山县供电公司全面推行“双经理”（即客户经理+项目经理）办电服务模式。客户经理通过政企信息融合共享，超前对接客户用电需求，推广线上智能服务。客户经理根据投资项目建设批复信息，及时联系客户，为客户提供前期用电咨询服务，指导客户“一证办”提报申请，主动跟踪客户电力工程进度，建立客户工程进度台账，提前为客户提报带电作业和送电计划，变“等客户上门”为“主动办电”服务新模式。

山东省微山湖电子科技有限公司褚经理对此深有感触，公司因锂电池产业线的改造升级，急需增容变压器，褚经理认为时间不够，十分着急。客户经理得知客户办电需求后，立即联系客户，应用“一证办”提报申请，“双经理”立即到现场勘查并答复供电方案，多次带公司专业人员赴客户现场指导施工，指导客户应用“办电e助手”开展线上“云验收”，合格后立即为客户制订送电方案，解决了客户的难题。

下一步，国网微山县供电公司将开拓思维，持续创新，简化客户办电流程，不断提高办电效率，持续提升“获得电力”服务水平。（数据来源：国网微山县供电公司）

·广告

邮储银行株洲市分行 金融服务不掉线

近日，邮储银行湖南省株洲市分行坚决贯彻落实株洲市及上级行关于疫情防控的决策部署和各项工作要求，强化组织领导，积极做好金融服务保障工作，精准对接为市场主体提供有力的金融服务保障。

2022年11月9日，湖南株洲醴陵市一家建设投资集团到邮储银行醴陵市支行办理票据贴现业务，当日成功放款1亿元，解了企业燃眉之急。企业负责人说：“近期工程项目拓展需要票据贴现支付项目资金款，疫情原因非常担心无法顺利办理业务。”邮储银行得知企业困难和需求后，紧急调度各部门协同联动，安排专人在做好防护的前提下为企业开辟绿色通道，不足2小时，完成全流程，及时为客户办理票据贴现，高效服务获得企业好评。

株洲市分行积极配合当地防疫要求，在做好服务与宣传的同时，组织网点人员进行线上技能提升培训，充电赋能提高服务质效。通过电话、微信、短信等方式，引导客户使用手机银行、电话银行、微信银行，为客户提供转账、查询、缴费、线下贷款、投资理财等“一揽子”金融服务，实现金融服务不停歇。（数据来源：邮储银行株洲市分行）

·广告

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司关于深圳天峰电子有限公司债权资产的处置公告

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司（以下简称“我分公司”）拟处置以下资产，特发布此公告。

表一：债权资产（包括债权项下的担保权益，单位：人民币万元）：

借款人名称	所在地	币种	本金	利息(暂计至2022年11月20日)	担保情况	当前资产状况
深圳天峰电子有限公司	深圳	人民币	500	1,253.59	本债权含抵押担保,抵押物为位于深圳市福永镇怀德村房产四套	吊销

注：上述债权金额暂计至2022年11月20日，债权实际金额及债权的基本情况最终以债权文件及生效法律文书确认为准。该债权资产的交易对象须为中国境内注册并合法存续的法人或者其他组织或具有完全民事行为能力的自然人，并应具备财务状况良好等条件；交易对象不得为：国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司工作人员、债务人管理层、参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构或上述关联人或者非金融债权机构法人；以及与不良债权转让的金融资产管理公司工作人员、债务人或者受托资产评估机构负责人员等有直系亲属关系的人员。为严格防范交易各方及其关联人士的道德风险，防止不正当交易，防范项目操作风险，非经合作对方同意，任何一方不得擅自通过任何中介（包括任何自然人、法人及其他组织）安排、实施本项目合作事宜。交易双方不得以任何理由向对方及其工作人员、相关组织机构及其工作人员及前述组织和个人的关联方进行商业贿赂、馈赠财物（现金、有价证券、信用卡、礼金、奖金、补贴、物品等）或进行任何形式的利益输送；任何一方在项目运作过程中发现对方存在上述行为，有权随时向对方发出书面通知，经制止拒不纠正的，应当告知对方及时采取相应的法律行动。有受让意向者请速与我分公司联系商洽。任何对本公告项目有疑问或异议者均可提出查询或异议，查询或异议的有效期为自发布之日起20个工作日。

联系人：陈先生、周先生 联系电话：0755-82215575、0755-82215573

邮件地址：858502939@qq.com、zhouwen@coamc.com.cn

通信地址：深圳市罗湖区建设路2016号南方证券大厦A、B栋18楼

对排斥、阻挠投诉或异议的行为可向有关部门举报。

举报电话：010-66507226（中国东方资产管理股份有限公司纪委办公室）0755-82215576（我分公司纪检监察部门）

监督管理部门：财政部深圳监管局 电话：0755-88318989

中国银行保险监督管理委员会深圳监管局 电话：0755-88285111

特别声明：本公告不构成一项要约。本公告的有效期限为自发布之日起20个工作日。

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司 2022年11月26日



年轻人在社交媒体上分享滑板运动照片。

(资料图片)