

■ 开栏语

春节的脚步越来越近,年的味道越来越浓,家家户户采办年货的热情也逐渐高涨。龙年的新春消费市场有哪些新特点、新变化?本报今起开设《“龙”重登场看年货》栏目,为您打探洛阳新春市场的新风向,敬请关注。

□ 洛报融媒首席记者 王若馨 文/图

新春将至,年味渐浓。近日,记者走访我市多个市场,发现各种包含生肖龙元素的商品琳琅满目,春联、年画、玩具、黄金饰品等纷纷“龙”重登场。多个电商平台数据显示,自年货节开启以来,“龙”已成为消费市场的关键词。

龙在中国传统文化中占据重要地位。有专家学者认为,“龙经济”火爆的背后映射出消费者对传统文化的传承与创新,以及国人骨子里的文化自信。



琳琅满目的龙元素商品

“龙”重登场看年货

龙经济 激活 新年消费市场

01 龙元素商品热销 “霸气、好看,图个吉利”

红火喜庆的龙年春联、龙凤呈祥的窗花剪纸、憨态可掬的龙形灯笼、形态各异的卡通龙仔……接连两日,记者走访了关林商贸城、涧西区小商品市场等地,各类含有龙元素的商品已悄然登场,吸引不少消费者驻足选购。

“龙元素商品是十二生肖中最好卖的,我们店在1月已经补了3次货。”近日,关林商贸城商户李先生说,每年春节前,他的店里都会上新一批生肖商品,但和龙元素商品相比,其他生肖商品销量“实属一般”,“现在店里生意我一个人忙不过来,这种情况估计得持续到腊月二十八”。

在涧西区小商品市场一家汽车饰品专卖店,各类含有龙元素的摆件、颈枕、坐垫等汽车用品正在热销。市民杨先生告诉记者,生肖龙年即将来临,他想买一个龙形挂件挂在车上,“霸气、好看,图个吉利”。

除了含“龙”量较高的小商品批发市场,南昌路王府井购物中心、泉舜购物广场等大型商场,也早早换上了新年“龙”装,年味十足。不少商家还结合生肖龙年创意制作了购物手提袋、商品海报等。

02 黄金饰品、贵金属产品 “龙”味十足

记者走访发现,在黄金消费市场上,今年各大黄金珠宝品牌推出的龙年生肖黄金饰品内容更丰富、品类更多样、设计更精巧,且这些“龙”味十足的金饰大多配有寓意丰富的名字,如招财龙吊坠、心动龙金珠、如意龙手链、平安龙摆件等。

一家黄金珠宝品牌的销售人员告诉记者,从去年12月开始,带有龙元素的黄金饰品销量便开始增加,即便黄金价格目前仍有上涨,这些带有龙元素的黄金饰品仍受到不少消费者追捧,相比往年同期,店铺销售量增长约三成。

值得注意的是,为了吸引年轻消费者,不少黄金珠宝品牌还在含龙元素的传统黄金饰品基础上,加入了年轻人喜欢的材质与工艺,龙图案的设计更显俏皮。

“金龙迎福”金条、“祥龙昂首”金章、“龙行好运”压岁金……除了黄金饰品,记者在我市多家银行看到,不少银行也推出了含龙元素的贵金属产品。一名银行工作人员告诉记者,近来,含龙元素的贵金属产品持续热销,她认为,这不但是因为春节临近,黄金消费整体进入旺季,更是由于此类产品切合消费者喜爱“龙文化”的口味。

03

“龙经济”火爆的背后 是传统文化的 传承和创新

线下,各类“龙”产品热销;线上,“龙”也是消费市场的关键词。

京东消费及产业发展研究院发布的《龙元素消费观察》显示,进入1月以来,京东上关于“龙”的搜索量超2300万次,其中,龙年茅台、龙年纪念币、龙年本命年衣服搜索量位居热度前三,获得超百万次的搜索。自年货节开启以来,京东上有超1700个细分品类上线了龙元素商品,与去年同期的兔元素商品相比,更是有超800个细分品类的龙元素商品,成交额同比增长超10倍。

淘宝热搜显示,自2024年开年以来,消费者对龙的热情一路高涨,龙元素商品搜索量同比暴增640倍。

“龙经济”为何火爆?洛阳师范学院社会学学者安锋认为,龙在中华民族传统观念中意义特殊,中国人被称为“龙的传人”,“龙”产品走红市场,显示出国人骨子里的民族自豪感和文化自信不断增强,也凸显了我国传统文化的魅力。市场上大量设计独特的生肖产品,主动求变迎合现代年轻人的审美,也是一种对传统文化的传承和创新。

在安锋看来,“龙经济”消费潜力的不断激发,显示出传统文化暗藏有巨大的经济潜力,这将给予更多产品设计者新的思考,如何将传统文化与现代生活有机相融,或将成为解密市场的“金钥匙”。

卡通龙仔