

大夏天买羊毛短袖,为妈妈选购轻便舒适的“一脚蹬” 年轻人的购物车,藏着一场“温柔变革”

2026年的电商6·18大促硝烟正浓,当我们将目光从跳动的销售数字移开,投向那一辆辆满载的购物车时,看到年轻一代生活哲学的深刻变迁:不满足于表象的华丽,而是深入肌理去探寻价值;不仅为自己买单,也将对家人的体察融入每一次点击。

扬子晚报/紫牛新闻记者 徐晓风

理性回归:从“人云亦云”到“硬核研究”

今年的消费市场,最显著的变化莫过于年轻人决策逻辑的“硬核化”。他们化身为严谨的“成分分析师”与“参数研究员”,审视每一分钱的去向。

运动户外领域的“羊毛之争”便是这一趋势的最佳注脚。在气温高达35℃的夏天购买羊毛短袖,这听起来像是一个消费陷阱或者反季销售话术,却在天猫6·18首日迎来了超过100%的成交增长。

究其原因,是“美丽诺羊毛”这一专业术语破圈成为了大众热词。在社交平台上,可以看到年轻人热烈辩论其透气性、抑菌功能与温度调节能力,求证它是否真如传说中那般“跑了20公里依然无味”。他们研究成分、对比参数、查阅测评,每一分钱都花在了对生活品质的精准提升上。

这种“硬核研究”的精神,同样体现在对健康的精准管理上。不管是天猫、淘宝这样的电商平台,还是盒马这样的新零售超市,食品生鲜区的数据呈现出一种有趣的“分裂感”:一边是羽衣甘蓝粉、奇亚籽等“超级食物”销量破亿,年轻人执着于“低GI”与“抗炎”的成分表;另一边,迪拜软曲奇、千层蛋糕等“快乐炸弹”也卖得火热。这并非自相矛盾,而是这届年轻人对身体与情绪的双重负责——既要通过精准的营养补充来“主动养生”,呵护“脆皮”,也要通过即时的味蕾满足来“情绪疗愈”。

情感升维:从“仪式过场”到“实在照顾”

如果说对功能的追求展现了年轻人的理性,那么在情感消费领域的变化,则显露了他们柔软而成熟的内心。

从“搜索框”移至“对话框” AI开启“6·18”新模式

“帮我挑选一款黄色马克杯,有小猫图案,容量约300毫升。”输入指令后,千问推荐了电商平台上3款各具特色的产品,仅用时几秒。今年6·18,一个新趋势正在浮现:AI工具正将消费者的决策起点从“搜索框”移至“对话框”,搭建起全新的购物入口。

“6·18”前夕,千问与淘宝全面打通,用户既可在千问APP上完成淘宝商品的挑选、对比及下单购买,也可在淘宝APP中使用千问AI功能进行优惠计算等;豆包已接入抖音商城,用户可寻求购物建议并直接下单。

AI正为消费者带来更高效、更省心的决策方式。“当我想买一件平时很少穿的颜色和款式的衣服时,我会使用电商平台的AI试穿功能,参考一下效果。”北京消费者王女士说,这类技术能有效“避雷”,提高购物“成功率”。

今年的6·18,实用主义的“孝心作业本”正在取代形式主义的“节日仪式感”。

在李佳琦直播间,一场“黄金长辈专场”揭示了年轻人送礼逻辑的蜕变。当看到妈妈留言“退休后再也不想穿带跟的皮鞋”时,年轻人送上轻便舒适的“一脚蹬”;当意识到妈妈需要更舒适的贴身衣物时,前开扣、全棉透气的妈妈内衣成为了热销款。这些看似朴素的单品,却在直播间里卖断了货。这届年轻人,开始真正“看见”父母身体的感受,用“实在照顾”代替了“表面功夫”,让每一次送礼都变成了一次心照不宣的拥抱。

这种“情绪价值”与“实用主义”的结合,也体现在年轻人对自己的“情绪呵护”上。今年6·18前夕的直播间“小样节”异常火爆,有数据显示,157个品牌、271款小样在开播10分钟内就被抢购一空。年轻人热衷于用“一杯奶茶的钱”去试遍全网大牌,降低试错成本,换取选择自由,这本质上是年轻人在繁杂的商业世界里,为自己争取到的一份从容与掌控感。

价值重塑:从“追逐大牌”到“认同原创”

在经历了市场的喧嚣与产品的更迭后,年轻人在品牌选择上也表现出了惊人的笃定。他们不再盲目迷信国际大牌,但也不再将“大牌平替”视为唯一出路,而是将目光投向了那些具备原创能力、能提供独特价值的“小而美”品牌。

根据天猫6·18公布的数据,127个开店5年内的新品牌,凭借在细分赛道的深耕,一举冲进行业前十。而这种价值重塑,也在倒逼品牌经营转型,促成厂家和商家们从“卖货”到“做品牌”的集体觉醒。

面向商家,AI能带来效率提升与更多获客可能。京东免费开放十余款AI工具,覆盖选品、客服、直播、运营等环节,京东数字人“JoyStreamer”累计服务超7万商家;阿里妈妈“AI万相”超级经营智能体引擎首次全面落地“6·18”大促,帮助商家在内容生产、精准触达上实现提效……

AI还能帮助商家更精确地锁定增量消费者。过去,卖电子锁的商家往往只盯着装修人群投放广告,但AI却发现,做美甲的女生拿钥匙不便,也需要电子锁;在AI的建议下,成人纸尿裤的推广对象从老年人、患病群体延伸至户外运动爱好者、音乐节观众等……

华泰证券研究报告指出,AI工具在今年“6·18”中加速普惠化,从营销、客服到直播、投放全面渗透,逐步从辅助工具升级为商家的经营基础设施。 新华社

江苏省消保委、省私个协发出联合倡议

抵制先涨后降、不搞“霸王条款”

扬子晚报讯(通讯员 苏消萱 记者 马燕)时值6·18年中促销活动高峰期,为保障广大消费者的合法权益,优化消费环境,提振消费信心,6月17日,江苏省消费者权益保护委员会、江苏省私营个体经济协会向全省经营者联合倡议,以诚立信、以质取胜,用实实在在的好商品、好服务回馈消费者的信任,共同营造公平、诚信、安全、放心的6·18购物环境。

倡议强化合规意识。规范直播带货等营销行为,促销规则清晰明了、简单易懂,坚决抵制先涨后降、虚构原价等价格欺诈行为,不做虚假商业宣传。

严控产品质量。落实进货查验制度,不生产、不销售假冒伪劣、“三无”及侵权商品。对食品、药品、儿童用品等重点商品严把安全关,确保每一件产品经得起检验。

充分尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。不搞“霸王条款”,不设

隐形门槛,不滥用“最终解释权”。

妥善处理消费咨询。增设售前、售后客服人员,提高响应速度与问题解决效率,避免出现AI客服答非所问、无法转人工客服的现象。

健全售后服务。对消费者的合理诉求不推诿、不拖延,落实无理由退货等承诺。

坚决抵制不正当竞争行为。不参与刷单炒信、虚构交易、编造评价,不恶意诋毁同行,不参与低于成本价的恶性“内卷式”价格战。

严格落实安全生产主体责任,加强消费者个人信息保护。

倡导理性绿色消费。在生产经营活动中,自觉抵制过度包装等不理性消费行为。

主动接受社会监督。做好生产溯源、证照、消费投诉信息等公示,对暴露出的问题即知即改。

从“买买买”到“用完就还” 相机无人机成为租赁市场抢手货

不少人发现,租赁消费的普及,催生了全新的旅游消费形态,改变着传统旅游“买买买”的消费逻辑。

大疆Pocket系列云台相机是眼下出游租赁市场的“顶流”。在社交平台上,“租相机出片”已成为高频出行攻略话题。今年4月初便有媒体报道,部分平台上Pocket 3相机3日期租日均租价约19.67元,尽管价格高于传统微单等机型,却被抢租一空。对于游客来说,买一台Pocket 3动辄3000多元,一年用不了几次,日租十几元、拍完就还的“按需取用”,性价比高出一大截。

数据显示,2025年“五一”、国庆等假期期间,便携相机、运动相机、无人机等设备租赁订单量同比激增348%。一些线下门店在长假前备货两三百台Pocket 3,预售阶段便被清空。有经营者算过账,一台相机每月若能稳定出租三次、服务九天以上,年化收益率可达30%左右。

富士、佳能G7X3、理光GR3等“扫街神器”也跻身热门行列。芝麻租赁平台2025年交易GMV同比增长71.6%,30岁以下用户占比超过六成,“00后”订单一年内暴涨2倍。

如果说相机租赁解决的是“拍得好不

好看”,那么景区代步租赁解决的,则是“走不走得动”。以南京钟山风景区为例,从苜蓿园地铁站步行至美龄宫约1.3公里,至中山陵约2.7公里,核心景点连片游览时体力消耗不小,代步需求近乎刚性。

景区官方的观光车提供了基础解法,单次10元/人,“单日不限次”票价50元/人/日,一票在手可在多条线路间无限乘坐。而在苜蓿园地铁口,主打“随停随用”的私营日租电瓶车常年走俏,常见行情为“50元两人、押金100元、一天随便骑”。

租赁的触角还在向更广的出行场景延伸。智能两轮车品牌依托线下门店推出电动车日租、周租服务,日租约数十元起、租期越长日均越低,瞄准的正是旅行和短途通勤的灵活需求。

据央媒社会调查中心一项面向1334名青年的调查显示,近八成(77.3%)受访青年有过“以租代买”的消费经历,其中“00后”的比例高达82.2%。支付宝数字开放平台数据显示,2023年年轻用户租赁消费总额同比增长50%,25至35岁用户贡献了七成订单;截至2025年4月,芝麻租赁月交易用户中“90后”占比超过八成,“00后”月均订单数同比激增约200%。扬子晚报/紫牛新闻记者 朱君贤

用爱诠释孝悌家风! 苏州七旬老人守护至亲半世纪

近日,苏州市姑苏区金阊街道彩香一村南区社区举办了一场百姓故事汇活动。2025年当选“江苏好人”的75岁居民徐伟君,分享了他半个多世纪守护家人的感人故事。

1973年,23岁的徐伟君父亲因病去世,留下体弱多病的母亲和自幼因高烧导致智力残疾、生活无法自理的姐姐。年轻的他没有退缩,毅然扛起生活重担。1997年,一场车祸又夺走了妻子的生命,接二连三的打击并未击垮这位坚强的汉子。他收拾起悲伤,反而更加珍惜身边的每一位亲人。

每天清晨,他帮母亲用温水洗漱、按摩双手,三餐餐餐花样准备。餐桌玻璃下压着30余张手写“健康备忘录”,密密麻麻记满

药品名称和注意事项。母亲重病住院,他始终亲自陪护。在他的悉心照料下,母亲85岁时战胜乳腺癌,99岁时挺过脑梗病危。2025年8月8日,102岁高龄的母亲在儿子温暖的陪伴中安详离世。

母亲生前常说“姐姐拜托给你了”,这句嘱托被徐伟君牢牢记在心里。如今,姐姐已年过八旬,与弟弟形成了旁人无法理解的默契。近20年来,徐伟君几乎没出过远门,姐姐的生活起居被照料得安稳妥帖。

在徐伟君的言传身教下,儿子徐俊一家每周末都雷打不动来看望老人,抢着干活、查看食材。面对邻居称赞,徐伟君朴实地说:“家家都有本难念的经,遇上了,就把它念好。” 周晓青