

# 美美地买买买 年轻人愿意为颜值埋单



郭月清和她的可爱厨电。

中青报 中青网记者 孟佩佩

如果你有一个多彩的厨房,不会期待每天为自己做一顿元气满满的早餐,再准备一份营养均衡的午餐,认真摆放在可可爱爱的餐盒里,等待惊艳同事们或者在周末,亲自做一顿精致大餐招待三五好友?

大学毕业到上海工作了3年,90后女孩郭月清收集了不少高颜值的厨房小电器,更喜欢通过它们秀厨艺,用她讲话就是好喜欢我的锅们,好想天天用它们做饭。

今年的新冠肺炎疫情让很多年轻消费者告别外卖,重回厨房,在网上掀起了全民秀厨艺的热潮,也使得作为家庭必备品的锅碗瓢盆被赋予了新职责:三明治机要能印出卡通图案,煎炒煮炖全能选手的多功能锅要有马卡龙配色,榨汁杯和豆

浆机也得有多种可爱造型,这些趋向艺术品的各类高颜值厨房电器,俘获了一批批年轻人爱吃爱玩的心。

## 颜值经济正当时

每天早晨,郭月清会花十几分钟的时间给自己做一顿早餐。因为时间紧张,她买了不同的厨具,左右开弓。单单是早餐机就有不同款的好几种,烤面包的、压三明治的、煎蛋煮蛋的等等,烤箱、电饼铛、韩式火锅锅、电饭煲更是应有尽有。

郭月清告诉记者,以前她购买这类厨具电器时,都会选择大家熟知的品牌、中规中矩的产品,自从朋友送给她一件小众品牌却很好看、很好用的产品后,便开启了她的为颜值埋单之旅。

小品牌产品和大品牌产品在功能上没有很大差别,所以对于品牌的需求没有那么高,反而会首先选择产品的颜值,也会被社交软件中美食博主分享的高颜值厨具吸引去买。在她看来,这些好看的厨具用品不仅让她心情好,还令她更加愿意走进厨房享受烹饪的乐趣,我很愿意为颜值埋单,我也愿意送朋友们一些高颜值的用品。

她还喜欢收集饭盒,只要觉得好看就想带它回家。疫情期间,本就喜欢下厨的她再次回归厨房,开启了带饭上班的日子。

这段时间,她还入手了一款高颜值的插电加热饭盒,养眼的同时满足自己的味蕾,是她最近的新宠,每次把食物放进饭盒,还要美美地拍照留念。

在社交软件上,不少年轻人分享了自己家中那些被称作“神仙颜值”的产品。抱着没有什么事是一顿火锅解决不了的想法,北京姑娘王宇决定入手一款料理机。在对比多款功能相似的产品后,她还是被其中一款纯白色的料理机击中内心。收到料理机的第一时间,她录制了开箱视频分享喜悦,高颜值的小电器不仅增加了生活情趣,也代表了有仪式感的生活态度。

记者在走访北京宜家家居、下厨房线下店、诺米家居等门店时发现,色彩斑斓、图案多样、功能新奇的厨具产品更能吸引年轻人驻足打量和购买。

下厨房北京蓝色港湾店美食担当孙琳告诉记者,店里的顾客大多是热爱美食、喜欢自己动手的年轻人,她们第一眼看到的都是颜值高的产品,也会询问是不是新款,像在小红书、微博等平台分享出来的网红产品都会有很多人关注。然后才会去比较产品的功能、价格等其他方面。

据孙琳介绍,这个夏天小店卖得特别火的是日本动画片《樱桃小丸子》同款刨冰机,外形、颜色和动画片里一模一样,好看

的同时还勾起了很多人的儿时回忆,甚至没看过动画片的小朋友也会喜欢。

## 好看背后的社交新方式

厨电是所有品类里最能承载我们想表达的东西,适盒是为都市新中产量身打造的颜值家电品牌。一周前,适盒A4BOX的微信公众号发出文章,记录了他们成立至今的3年。

适盒创始人尤绍锋在创业之初便观察到了年轻人生活方式的新变化:爱独居,小众文化的崛起让他们更加珍惜自己的个性和品位。于是,他和团队把产品外观设计定位为轻奢复古风格。

凭借高颜值,第一款产品多功能料理锅在2018年8月上线销售后的5个月里,淘宝站内成交额达1200万元。作为第二款产品的适盒加热便当盒刚上线,轻雾绿和淡月蓝两款颜色直接售罄。尤绍锋介绍说:便当盒至今已卖了18万台,销售渠道包括京东、淘宝、小红书、一条等平台,全国各地的约503家精品超市均有产品销售。

在尤绍锋看来,高颜值厨具和美食也是一种新型社交工具。在售卖产品的同时,适盒也会不定期组织线上的颜值料理分享会,用直播的方式和全国各地热爱美食烹饪的人聊一聊,诸如一道便当带给生活

的改变,日常高效准备每周食材等主题。

很多人在做了一道色香味俱全的菜后,都会发朋友圈,一方面想获得别人的认可,一方面展示自己的技能。展示菜的同时,也展示了盛菜的产品。与此同时,尤绍锋希望他们能够通过社群聚集更多热爱生活的年轻人,在分享中提升生活幸福、享受生活乐趣,让我们的品牌给年轻人带去收获。

作为国内知名的美食生活方式平台,下厨房在搭建线下门店售卖和美食有关的事物,地道特色小吃零食和好用好看的厨房器物的同时,也在着力打造自己的社群。据相关负责人介绍,会员在分享美食食谱和生活时刻的同时,也可以跟随各地大厨线上学习做菜,挑选精品好物。

最近,郭月清在一个美食博主的微信群内种草了一口价格千元的西厨锅,不仅拥有高颜值,还多才多艺,拥有20种功能。但看到有些使用过的网友说到西厨锅掉漆的问题,她又有些担心:颜值在线,价格很贵,质量却没有保障怎么办?

好看之余,如何保障品质,是追求高颜值的生产商必须注意的重要问题。



扫一扫看视频

周伟亮 中青报 中青网记者 陈强

我是从武汉来的台湾青年。今年以前,这是一句非常普通的自我介绍。但此时此刻讲出来,我觉得非常有价值感。9月19日上午在厦门召开的第十八届海峡青年论坛上,来自武汉的台湾籍青年薛颖颖这个简单的开场白赢得了热烈的掌声。

今年年初,正在武汉筹拍电影的薛颖颖遇上了突如其来的新冠肺炎疫情。如果回去,不知道什么时候才能回到武汉。不回去,远在台湾的家人每天都疯狂地给我打电话,觉得武汉太危险了。想想黄鹤楼的美、热干面的好吃以及当地人的热情,在武汉工作生活了两年多的薛颖颖,最终选择放弃搭乘包机回台湾。

在武汉封城的最初几天,从住处到办公室的步行途中,薛颖颖拍下所见、写下所感,并及时转发给台湾的亲朋好友。在他看来,只要展示真实的状况,谣言就会不攻自破,家人的担心也会逐渐消除。隔离的60多天里,焦虑总是难免的,但是当看到我到那些支援武汉的医护人员和志愿者忙碌的身影时,心就安了下来,我看到整个国家的凝聚力。当钟南山院士眼含热泪说出武汉是一个英雄的城市时,薛颖颖也哭了,这大概就是大家所说的共情吧,因为亲身经历,因为共同融入,我能理解这座城市的不容易和伟大。

武汉解封之日,薛颖颖用自己封城期间拍摄的素材,制作了一部名为《76天台湾导演在武汉》的纪录片。很多在大陆的台湾朋友主动在片中出镜,异口同声:我是台湾同胞,我挺武汉。那个瞬间,我感觉到我们真真切切地连结在一起,血脉沸腾,心潮澎湃。薛颖颖说。

随着疫情渐渐好转,薛颖颖筹拍的电影也于6月6日重新开机。有梦想必然会有挑战。应对挑战最好的方法,就是迎难而上。只有经历过挑战的梦想,才更有现实意义。这是他经历疫情之后的感悟。

13年前来广州的台湾青年郑明嘉也经历了很多挑战:银行卡怎么办?手机卡怎么办?房子要租在哪里?住后8年,郑明嘉走了许多弯路。台湾青年到大陆,有些孤单,郑明嘉想到了抱团取暖。

2016年,郑明嘉成立广州台湾青年之家,他希望以台助台、以台引台。4年来,郑明嘉往返台湾数百次,引导上千名台湾大学生到广州大湾区实习、就业、创业。看到他们在祖国大陆抓住机遇,就像看到当年的自己。郑明嘉因此被称为台湾大家长。大湾区拥有众多的人口与广阔的市场,在这9+2的市场上,台湾青年会有很多机遇。

就在郑明嘉到广州的前一年,20岁出头的台湾姑娘朱慧宁只身来到上海。不过,在上海的几个月,她花光了所有的积蓄,却没有找到合适的发展机遇。于是她返回台湾,等待机会。

这一等,就是10年。

2016年,伴随互联网的发展,朱慧宁成为台湾第一代网络直播的主播,她清楚地记得直播的第一个月,就有约8万元人民币的收入。网络直播是大陆当下的时代风潮,我应该到大陆去融入这个风潮,这才是真正的创业。她说。

朱慧宁再次奔向海峡对岸。这一次,她留在了厦门。

厦门以及整个福建,对台湾年轻人的包容度都非常高,人亲土亲。朱慧宁感觉自己就像一滴水,迅速融入这片土地。虽然是第一次来,但好像天然就很熟悉。

直播的工作是辛苦的。才艺展示、户外直播、美食介绍、宠物才艺、电竞电竞,都是朱慧宁直播的内容,她的直播平台如今积累了20多万粉丝。越了解大陆,就越觉得,这是一片愿意给年轻人机会的土地。在单打独斗了一阵子之后,朱慧宁成立了“宁家军”传媒MCN机构。宁家军现有2500多名主播,除了来自中国台湾的主播,还来自祖国大陆各个省份。每每降落在厦门高崎机场,我就会觉得自己回家了,我已经深度融入其中。朱慧宁说。

在当天上午举行的海峡青年论坛主旨论坛上,多名台湾青年呼吁,两岸青年交流不能断、不能停、不能少,两岸青年之间不怕有问题、有矛盾,就怕不交流。团福建省委副书记、福建省青联名誉主席卢鑫表示,两岸青年一定要克服阻隔,加强交流交往,在促进两岸融合发展中实现青春梦想。

# 草莓硕士 林亚萍:从种植能手到产业园领头人

返乡创业助力乡村振兴

中青报 中青网记者 李超

苏州相城区望亭镇的北太湖畔,金色稻浪翻滚,又到了了一年丰收时节。9月19日一大早,37岁的林亚萍和其他98名党员来到稻田边,共同挥镰,收获了象征大丰收的第一捧稻穗。

从蔬菜基地技术员到草莓种植能手,再到现代农业产业园领头人,林亚萍将新农人事业做得有声有色,还带动一批大学生投身农田,用智慧和汗水推动着苏州相城农业智能化进程。



林亚萍

我想让真正热爱农业、投身田地的人少走一点弯路。

2017年开始,她开展《大学生创业培训》《现代农业发展经验分享和思考》两门课程,截至目前,已为来自贵州、广西、云南、山东等地大学生、村官、第一书记开展技术培训5000余人次。林亚萍还为孩子们科普农学知识,定期开展大自然小课堂等活动。

在林亚萍的带动下,14名毕业于北大、南京农业大学的高材生或是带着项目落户,或是作为技术员在御亭农产业园工作。手持iPad或者手机,就能浇水施肥,开关风机、天窗,这些有知识的年轻人把新技术应用得淋漓尽致。林亚萍介绍,现在御亭农产业园正在推广智慧农业,实行农产品从生产到加工、销售全过程的智能化。

御亭农产业园也积极为职业农民提供实习见习机会。2014年12月,御亭农产业园被命名为“苏州市青年职业农民见习实训基地”。作为产业园副总经理的林亚萍参与整体规划和建设,她带领着团队,负责

集工人进行新一轮草莓种植,并融入水旱轮作的生态新技术。

水旱轮作即在9月中下旬早熟水稻成熟收割后立即种草莓,第二年6月采摘结束后插秧种水稻。

林亚萍介绍,传统的设施草莓种植周期为每年的9月上中旬至第二年的4月底、5月初采摘结束,其余时间土地是荒着的。草莓地很挑剔,撂荒期用来种蔬菜产出效益不高。草莓与水稻轮作有助于提高土地产出,还能保持土壤肥力,减少病虫害。这次技术提升,林亚萍赚到人生第一桶金。2011年年底,凭借水旱轮作技术,她还获得了江苏省农村青年创业大赛第一名。

## 用自身经验鼓励新农人创业

2012年,林亚萍创办苏州市小生态农业科技发展有限公司,将草莓种植面积扩大至如今的70亩,年产草莓六七万斤,年销售额70多万元。林亚萍给她种植的草莓注册了商标“林莓莓”,获得了绿色食品证书。

创业渐入佳境,林亚萍开始摸索适合本地地区的种植途径。她联系了研究生时期的导师,获得草莓品种选择、种植、病虫害防治和销售等方面的第一手资料。经过不断尝试,她总结出一套适合当地草莓的生态种植技术,先后有十几家农户在产业园的带领下开始种植草莓,合计面积100多亩。

有人问她担心被别人抢了饭碗吗?林亚萍说:我自己是一步一个脚印走过来的,吃了不少苦,也得到过很多帮助。



9月20日,在新疆阿克陶县丝路佳苑手工艺合作社内,艾拉努尔·吾普尔(右)和丈夫乃再尔·依迪西(左)展示绣品。艾拉努尔·吾普尔和丈夫开了一家手工艺合作社,带动了周边20户搬迁居民就业。新华社记者 高晗/摄

# 葡萄架下的直播

中青报 中青网记者 王海涵 王磊 通讯员 刘环环

宝宝们,今晚要给大家隆重介绍咱家葡萄园的最新活动,长野、甬优、醉金香等17个品种,全部打八折哦,现在就可以下单啦!

28岁的杨志永是合肥市包河区大圩镇慈云村建涛葡萄园种植户,连日来,每天晚上8点到10点,她准时依托抖音号大圩葡萄真是甜直播带货。跟网友唠嗑的同时,订单量也蹭蹭地上涨。

大圩镇是长三角地区著名的葡萄产地。2020年,大圩葡萄种植面积已达1.1万亩。面对网络直播等新销售方式的兴起,以及疫情、汛情对葡萄销售带来的影响,越来越多的大圩葡萄种植户试水电商销售。

以往站马路揽客如今在家接订单

8月30日早上7点,建涛葡萄园迎来

了两拨顾客。杨志永扎着利落的马尾辫,穿着T恤和牛仔褲在葡萄架下穿梭,不一会儿,就麻利地整理好了50多公斤葡萄。

这些都是关注我直播的顾客的订单。杨志永介绍,每天,她都要发不少于1000元的订单。

杨志永是两个孩子的妈妈,也是一位葡萄二代。2010年,她从外地嫁到大圩镇,跟着有20多年种植经验的公公婆婆学种葡萄。去年6月注册抖音账号以来,她已拍摄上传近500个视频,粉丝从一开始的个位数,增长到如今的5400多人,她成了大圩镇远近闻名的草根网红。

打开她的视频主页,内容基本都是在葡萄园里进行采摘、介绍。从7月初葡萄上市至今,她已卖出10多万元的葡萄。几年前,她已卖不掉是这棵光景。从树上掉落,或是烂掉。为了尽快卖完葡萄,不少种植户会站在马路边摆摊,吸引过路车辆、游客驻足购买。这不仅存在安全隐患,也影响景区的秩序和形象。

现在网上粉丝多了,我坐在家,

订单就从四面八方飞来,葡萄卖得快,我还能在家顺便照顾孩子。她还会向客户推荐周边种植,帮乡亲们一起打开销路。

## 400平方米直播基地助葡萄飘香四方

在大圩镇直播已经不是一个新鲜事。大家看我手里的这款阳光玫瑰葡萄,它果实紧致、色泽均一鲜艳,今天直播两小时内,全场限时秒杀!8月20日,大圩镇400平方米直播基地内,进行了一场主题为“味味华东,葡萄之旅”的专场直播。

直播由合肥金葡萄旅游文化开发公司联合京东物流共同开展,当天共有143万人次观看直播,卖出将近1万公斤葡萄。大圩镇还与京东物流达成战略合作伙伴关系,直播结束,这些葡萄被打包、装箱、配送,跟随着一辆辆物流车走向千家万户。

今年8月16日,中国合肥第十八届绿色大圩葡萄文化旅游节暨首届长三角葡萄文化交流活动举行,活动以大圩镇

为主会场,联合上海市马陆镇、江苏省句容市茅山镇、浙江省湖州市长兴县画溪街道等地开展云签约,成立长三角葡萄主产区联盟,探讨乡村振兴及葡萄产业新的发展方向。

结合此次葡萄节,大圩镇专门搭建400平方米的农产品直播基地,配备摄像机、导播台、专业直播灯光、提词器、无线话筒等专业设备,基地将不定期举办直播活动,为小葡萄搭建大舞台。

400平方米的直播基地为大圩农产品在线销售开辟了一个专业平台,促进大圩葡萄销售方式的转变和品牌打造。大圩镇党委委员、武装部长钱江介绍。

## 潮农即将出道 为产业发展注入活力

直播看似简单,实则不易,一个好的带货主播需要专业培训。为此,当地开设电商培训班,初选100名葡萄二代接受培训,促进葡萄种植户销售方式转变。

7月21日,该镇首届农村电商培训班

开班,仅前来旁听的村民就超过百人,都是当地的种植户。IP、村播、流量,讲台上,讲师们说出的一个个新颖的词,让听众兴趣十足。

培训采取理论教学和后期跟踪实训相结合的方式,授课内容包括短视频内容策划、制作剪辑技术及直播视频文案设计等。

杨志永也参加了培训班。上课时,老师教会我们网络直播术语、营销活动策划、视频拍摄技巧。她感慨,之前自己拍视频没什么章法,现在学了专业知识,粉丝量和订单量都有所上涨。

大圩镇是安徽最早发展乡村旅游的乡镇之一,已连续举办十七届葡萄文化旅游节,每年接待游客100多万人次。近年来,该镇注重将旅游与体育、休闲、文化、创意等要素有机融合,电商直播无疑为该镇发展注入新活力。

尝试电商销售的种植户越来越多,他们或是借助微信、抖音等平台销售,或是供货给在线销售农产品的商家。目前大圩镇农村电商培训班第二期开班在即,很多村民提前报了名,其中不乏四五十岁的中年人。

钱江表示,未来,大圩镇将培养一批村播和电商人才,打造云上购直播购视频购等葡萄产品消费场景,助推全镇品牌及产业升级,助力打造包括种植标准、质检、分包配送等环节的长三角葡萄电商体系。