



霾单、大黄鸭、黄金大妈

# 这些消费热点，你“中枪”了吗

本报记者 孙婷婷 整理



秋冬的雾霾，再也不只是北方人担心的事了；《爸爸去哪儿》的火爆，引发了“父婴时代”的思考，也带动了亲子游的升温；鲸吞黄金的中国大妈，释放出屌丝理财的信号；和土豪做朋友，你知道网上的土豪有多少吗？近日，2013中国消费年度关键词公布，大家的经济生活和心情都在这里找到注脚。霾单、土豪、父婴时代、黄金大妈、大黄鸭、江浙沪供暖、防碰瓷、手机购物……成功入围2013年中国消费年度关键词，看这些热词里，你有没有中标？

## “霾单”——网民为霾买单8.7亿

2013年，“霾”这个字并没有因为其复杂的笔画而被遗忘。在这一年里，网上购买口罩的人比前一年多了181%，购买空气净化器的人同比多了131%。这一年，全国的淘友们花了8.7亿元在口

罩、空气净化器、室内跑步机等对抗雾霾的用品上，共买了450万次，其中购买口罩的人比前一年多了181%，购买空气净化器的人也多了131%。改变的不仅是数量，还有地域。江浙沪和北京，今

年冬天因雾霾问题走到了一起——去年在购买口罩等防护用品上遥遥领先的北京网购人群，今年悄然被江苏人民超越了。“这一年，是全民开始为雾霾买单的一年。”有网友表示。

## “父婴时代”——3000万男性买了181亿母婴用品

婴童经济的火热是近年来的突出现象，今年有个突出现象是父系购物群体的崛起。今年走红的《爸爸去哪儿》，被看成一部育儿的流动教科书：男人不应仅仅是孩子的严父、老师，也要成为孩子的朋友和玩

伴。善于学习的消费者在网上寻找着属于自己的Style，热销的物品包括《爸爸去哪儿》的同款服装、牙刷、玩具、家具、鞋子、发夹；亲子游市场也随之不断升温。一旦给身边的男人一个展示父爱的机会，你会发现他们可

能非常细腻而“肉麻”。父亲对孩子成长、家庭生活越来越多的参与，标志着“父婴时代”的来临。“这一年，新好奶爸的标准已经发展成‘会开赛车，也会玩购物车’了。”有网友总结。

## “土豪/壕”——这一年，是“土豪”们狂掷的一年

土豪/壕，我们做朋友吧！2013年，“土豪”卷土重来。这一次，他换了身新装，不再是被打击对象，而是众人纷纷抱大腿与之交朋友。当然，你也可以称其为“壕”。这一年，“壕”之众让人吃惊：网上消费金额在100万元

以上的消费者高达5758人。以广东最多，有1053个消费者是百万“壕”；其次是浙江，有638个百万“壕”；上海紧随其后，有627个百万“壕”；湖南的百万“壕”也有105人。百万“壕”体现在哪里？就在那些在网上买房

子、买车子、买飞机的“壕”们按鼠标的滴答声里。他们可以眼不眨花上1.855亿元买一块国有土地的使用权，也能花上17万元坐豪华游艇到南极看企鹅……这一年，是“土豪”们狂掷的一年。

## “大黄鸭”——10万人为“萌”消费853万元

没有炫酷外形，没有正式的称呼，这个黄色大鸭子2013年在中国的不少城市掀起了一股不小的热潮。是赶时尚，还是期望重温大黄鸭相伴的童年时光？尽管很多人对“大黄鸭”的走红不太理解，但与其相关的商品的走红却已是不争的事实。

数据显示，2013年有10余万用户在网购买了“大黄鸭”相关的用品，包括公仔、书包、拖鞋、车饰……与“大黄鸭”相关的总体成交金额为853万元。从地域看，广东人在“大黄鸭”上花费最高，约为121.5万元。这个没有正式称呼的小家伙，却游历了诸多大城市，成为全球最有知名度的形象。很多人对“大黄鸭”现象不解，人头攒动就为看这样一只充气鸭？有说法称，

这是后现代无聊的集体无意识；在另一些人眼中，“大黄鸭”代表着“我们终将失去的童年”。数据显示，2013年有10余万消费者在网上购买了“大黄鸭”相关的用品，包括公仔娃娃、书包、拖鞋、车饰……其中包括2784个湖南人；与“大黄鸭”相关的总体成交金额为853万元人民币。

## “黄金大妈”——10余天时间内“鲸吞”300吨黄金

“黄金大妈”——全年在网上购买黄金、基金，以及各色理财产品9.1亿元，每单平均成交额998元。《华尔街日报》专门为她创造了汉语拼音词“Dama”，她们就是中国的“黄金大妈”。今年5月，中国大

妈在十余天时间内“鲸吞”300吨黄金；在很多业界人士对比特币没有概念的时候，比特币又成了大妈们的新宠，“黄金大妈”是屌丝理财意识觉醒的信号。数据显示，2013年在网购买黄金、基金

及各色理财产品的成交金额为9.1亿元人民币，其中湖南“大妈”也达到18622人。其实，所有人都在寻找投资通道，而作为“广场舞”界领军人物的大妈，无疑在2013年独领风骚。

## 防碰瓷——80万车主购买行车记录仪

“碰瓷”不是一个2013年出现的新词，但防碰瓷的消费却在这一年爆发式增长：有80万车主在网上购买了行车记录仪（可以记录车辆行驶途中的影像及声音等相关资讯的仪器），其中包括22339个湖南人。用户数环比增长205%；成交金额环比涨197%，达4.8亿元人民币；网上共销售了334万台行车记录仪。这一年，我们到底应该带什么上路？比“瓷”更易碎的是真相，比“瓷”更怕碰的是人们越来越敏感的神经。

2013年，有80万车主在网上购买了334万台行车记录仪，与前12个月相比，用户数环比增长205%，成交金额环比涨197%，达4.8亿元。

## 手机购物——4亿人习惯指尖购物

坐上火车才用手机预订房间，外出就餐先用手机客户端进行点菜，逛商场时先登陆手机网领优惠券……目前，手机已成为人们生活中不可缺少的个人服务中心。

电商使出浑身解数造势，数据显示，目前已有4亿用户在手机网上进行购物。仅2013年“双11”当天，就有1.27亿用户用手机上网，手机网成交总金额高达53.5亿元，是去年“双11”当天的5.6倍；手机网单日成交笔数达3590万笔，交易笔数占整体的21%，去年这个数字仅有5%。

在所有通过手机网购的区域用户排行中，“双11”当天，西藏地区的用户通过手机网完成的订单交易笔数占整体的29.1%，排名国内最爱手机购物区域的榜首。

## 屌丝经济——

## “高富帅”走下神坛

2013年，茅台五粮液价格相继跳水仍然门前冷落，奶粉的价格却水涨船高；奢侈品市场出现数年来罕见的下滑；高端餐饮业遭遇寒冬，快时尚餐厅却遍地开花门前大排长龙；高高在上的洋酒洋货放低身价走进寻常百姓家……种种迹象无不表明，“高富帅”走下神坛，务实、理性的屌丝消费重获追捧。与之相应的是绿色经济观念的深入人心。随着人们对低碳、安全、环保、绿色消费等概念愈加看重，有机蔬菜食品、保健功能饮料、新能源汽车消费等正大行其道。

## 最炫民族风——

## 青春和记忆埋单

从《那些年我们一起追过的女孩》到《致我们终将逝去的青春》，怀旧电影的热映使得怀旧主题正在市场上空肆意蔓延。经了解，目前市场上贴上“怀旧”标签的除了电影以外，还有音乐、电视、老物件，甚至一些国产老品牌和一些怀旧主题的餐饮店等。而这些消费主体正是充满了怀旧情结的70后、80后，对于他们来说，这些都见证了他们的青春成长。这些能够和记忆中的美好相关联的事物，消费主体都愿意为之埋单。而2013年由国家领导人掀起的民族风，也使得国货焕发新生机，例如服装、珍珠、蜀绣、国产护肤品等。