

国潮非遗受捧 萌宠年货走俏

桂林年轻群体让年味更鲜活

□本报记者周子琪 实习生唐恬馨 文/摄

近日，红彤彤的灯笼、精致的中国结挂满街头巷尾，商场市集张灯结彩，在桂林的烟火气中升腾，每一处场景都洋溢着浓浓的新春氛围。曾经，长辈们是采购年货的“主力”，年轻人只是“小跟班”。而今，这一格局有了新变化，年轻群体已然成为年货消费的主力军。他们有的用手机辗转在各大直播间，又或在实体店推着购物车精心挑选，从消费理念到购买方式，从选购品类到情绪消费，让国潮文创、非遗商品、萌宠用品成为新春年货的关键词，为传统春节注入新鲜的时代活力。

从“精美”到“精选”
选购年货更重心意

传统的年货采购场景里，总少不了各式各样的精美礼盒、跟风抢购的爆款商品，随着“80后”“90后”“00后”相继成为消费主力，“精选、实用、走心”成为桂林年轻人采购年货的核心准则。

32岁的市民伍先生对记者说，今年他的采购清单来了个“大换血”。他选择在网上购买非遗商品以及在实体店选购手作年糕、马年挂件作为年货，他还为长辈准备了便携的按摩仪等礼物。“以前选年货总想着挑贵的礼盒，觉得这样走亲访友才够体面，现在觉得年货不是用来攀比的，而是用来传递心意的，这才是置办年货的意义。”伍先生的话，道出了众多桂林年轻人的心声。

“90后”教师梁女士购买的年货大多来自小红书和抖音直播间，例如非遗手艺人手写春联、独立设计师的创意窗花等。虽然比一些传统年货价格稍高，但“每一件都是精挑细选的，送出去既有新意，又能传递新年的美好祝福。”

宠物经济持续升温
“毛孩子”年货成新选择

“春节不仅要给家人置办年货，家里的‘毛孩子’也不能少。”随着社会观念转变，宠物早已成为许多家庭的“重要成员”，宠物经济在桂林新春消费市场持续升温，让传统年味里多了一份温馨与治愈。

记者近日来到施家园路的一家猫咖内，看到门口挂起红彤彤的灯笼，马年生肖窗花贴满墙角，装饰着中国结的猫爬架上，数只猫咪嬉戏打闹。20多岁的市民小詹一边抚摸着怀中的猫咪，一边对记者说：“平时工作忙，难得有假期，来这里撸猫特别治愈，给小伙伴们买份新年零食，看着它们吃得开心，自己也觉得年味更甜了。”

据猫咖的店主小林介绍，近段时间顾客较平日明显增多，且以年轻人为主，他们趁着假期前来撸猫放松、拍照打卡。为迎接春节，店内特意布置了各种装饰，还推出马年限定宠物零食、萌宠周边，深受年轻人喜爱。“很多客人会买新年猫条，一边撸猫一边投喂，还有不少人会给自家宠物拍新春写真，这已经成为他们在春节期间的一种休闲方式。”

在环城北二路的一家宠物用品店内，印有“喵

然自得”“狗生幸福”等吉祥话的宠物春联、红彤彤的马年专属宠物衣服、造型可爱的新年限定零食罐头，还有寓意吉祥的宠物新年挂件，各式萌宠新春好物琳琅满目，年味十足。

店主表示，从腊月月中旬开始，宠物新春用品销量便持续上涨，不少年轻养宠人士都会为宠物挑选一两件新年好物，让宠物也融入新年氛围。

国潮非遗成“香饽饽”
文化年味润心田

在桂林年轻人的年货清单里，国潮与非遗产品凭借深厚的文化底蕴和独特的设计创新，成为名副其实的“香饽饽”。对于年轻人而言，年货不再只是简单的节日礼品，更成为彰显文化自信、传递本土情怀的“社交货币”。

近日，东西巷人头攒动、年味浓厚，融入马元素的壮锦挂饰、桂林剪纸工艺打造的生肖摆件、竹编福字礼盒、桂花纹样手工包等特色非遗文创，吸引了大批年轻人驻足挑选、拍照留念。“00后”大学生小刘精心挑选了一对马形壮锦挂件，爱不释手。“以前觉得非遗离我们生活很远，现在发现，这些物件不仅颜值高，还藏着满满的传统文化内涵，买回去自己留着或者送朋友都很有意义。”小刘说道。

非遗文创的走红，既源于其深厚的文化底蕴，更在于创新的设计理念——将传统工艺与现代审美相结合，让老手艺焕发新活力。

东西巷一家非遗文创店铺的店主张女士告诉记者，店内的手工包具将杜邦纸现代材质与桂林竹编、壮锦传统工艺相融合，传统纹样与当代审美碰撞出别样火花，既实用又有格调，收获了众多年轻消费者的喜爱。“现在的年轻人对传统文化的接受度越来越高，他们不再盲目追求国外品牌，更愿意为有文化价值、有本土特色的产品买单，这也是年轻人文化自信的直观体现。”

专家：并非背离传统年味
而是创新表达

广西师范大学经济管理学院教授贾成毅表示，当下桂林年轻人的年货消费观念正发生深刻转变：从以往注重“面子”的形式消费，转向看重品质与感受的“里子”体验消费，从单纯的物质追求，升级为情感慰藉与文化认同的双重寄托。

对比老一辈置办年货，多以满足物质保障、实用刚需为核心；当代年轻人则更聚焦精神层面的愉悦与归属，这一变化契合马斯洛需求层次理论（指心理学中的激励理论，将人类需求分为五个等级），也折射出人们生活水平持续提升与消费理念的日益成熟。

贾成毅认为，这种转变既彰显了年轻群体的消费理性与人文情怀，也为桂林春节消费市场注入了全新活力。桂林年轻群体选购年货的新变化，并非对传统年味的背离，而是对年味的创新表达。无论消费形式如何新潮，年货里承载的团圆期盼、美好祝愿，始终是中国人心中不变的年味底色。这种新变化让传统春节氛围以更鲜活、更年轻的方式延续，也让桂林的本土文化在市井烟火中得以传承与发展。

在施家园路的一家猫咖内，各种装饰将节日的氛围拉满。

市民购买的宠物春联。

印有新潮马元素的礼品。

永福罗锦镇：
举办粑粑节 热闹迎新年

本报讯（记者刘菁 通讯员刘玉婷）近日，“骏马踏春至 糯香庆丰年”第三届粑粑节在永福县罗锦镇彩调剧院广场火热上演，邻里乡亲在欢声笑语中感受传统年味，共迎新春佳节。

活动现场人头攒动，喜庆氛围扑面而来。开场舞龙表演气势如虹，金龙穿楼腾跃，引得观众阵阵喝彩；《炫彩新调》婉转唱鸣，草原歌曲获奖选手登台献艺，原创歌曲《秀美罗锦》深情悠扬，将罗锦的山光水色与人文底蕴娓娓道来，精彩的表演引得掌声与欢呼声此起彼伏。

此次粑粑节的重头戏当属粑粑比赛。10支参赛队伍整齐列队，队员们身着围裙，精神抖擞、士气高昂，在主持人引导下依次喊出响亮队名与口号，现场气氛瞬间点燃。每组6人分工协作，木槌轮番落下，糯米在石臼中被捶打得软糯筋道，热气裹挟着米香弥漫全场。选手们动作

娴熟、配合默契，围观群众加油鼓劲、笑声不断，传统民俗在热闹互动中焕发生机，得到传承。

经过激烈比拼，罗锦社区龙舞队凭借默契配合与创意造型斩获一等奖。队长毛玲难掩喜悦：“去年我们拿了第二名，今年齐心协力拿下第一，特别开心！我们把粑粑做成‘2026’的形状，寓意新的一年团团圆圆、越来越好。”

除了热闹的比赛与展演，活动现场还设置了新春送福专区。8位书法老师挥毫泼墨，笔走龙蛇间，一副副寓意吉祥的春联、一个个饱满大气的“福”字新鲜出炉。工作人员将600份春联、600份福字免费赠予周边群众，乡亲们脸上洋溢着幸福笑容，墨香与糯香交织，年味更浓、温情更暖。

燕京啤酒(桂林漓泉)股份有限公司：

守正创新铸标杆 绿色智造启新程

(上接第一版)充分发挥企业的品牌优势和规模优势，吸引上下游供应商到桂林投资建设厂。目前，除麦芽供应以外，公司已经把包括纸箱印刷、易拉罐、玻璃包装、啤酒拉环盖、塑膜、物流运输和米加工等在内的所有上游供应商全部吸引到桂林建厂，形成了一个紧密的啤酒产业链条，每年直接或间接拉动地方工业增长近百亿元，解决各类就业岗位上千个。公司还带动了周边县份上万户农户种植稻谷，年产值上亿元，为促进农民的增收增收及农村基层的脱贫攻坚、乡村振兴工作作出了应有的贡献。

在绿色低碳发展方面，公司累计投入循环经济专项资金超1.5亿元，建立了涵盖啤酒生产、废弃物处理、污水处理、环境保护等啤酒酿造全过程的循环经济产业

链，实现了污水、烟尘全部达标排放，固废及副产品全部循环利用的目标。2025年，公司实现二氧化碳减排4万多吨，各类固废及副产品综合利用收益达3000多万元，同时获得“标准级零碳工厂”称号，铂金小度8度棕瓶500啤酒产品碳足迹得到认证。

为积极响应国家“双碳”目标，进一步提升工厂能源管控与回收利用能力、有效推进节能减排，2025年公司同步开展高耗能电机更换改造、光伏发电建设、能源回收中心建设等项目。目前已完成上百台高耗电电机的更换改造，年节约用电20余万度；光伏项目实现并网发电达200余万度；完成糖化、污水工段余热回收并向包装工段供热，年节约蒸汽3万

吨。累计每年可节约成本近千万元，切实达成能源循环利用的建设初衷，有效增强了企业的绿色竞争力。

公司党委副书记、董事、副总经理何忠顺表示，下一步，公司将严格落实扩大对内对外开放要求，在巩固本地市场优势的同时，全力开拓国内外市场，推动“内外循环”相互促进。与此同时，公司将聚焦三大方向持续发力：打造碳中和生态标杆与花园式美好工厂，持续提升绿色发展水平；深化智能化制造，塑造行业领先的数字化运营模式；构建以人为本的活力社区，实现企业与员工共同成长。公司将逐步向着“世界制造”目标稳步迈进，为地方经济高质量发展与中国啤酒行业转型升级注入更强动力。