青年消费行为呈现新趋势——

“为喜爱”买单 支持品牌国货

“该省省、该花花”这句口头禅一定程度上反映了当下年轻人的消费习惯。近期，记者观察发现，年轻人购物呈现回归理性的趋势，消费更注重性价比。与此同时，品牌国货越来越受到年轻人的欢迎，他们更愿意“为喜爱”买单。

来自商务部的信息显示，2023年前三季度，社会消费品零售总额34.2万亿元，同比增长6.8%。三季度最终消费支出对经济增长的贡献率达94.8%。数据表明，我国消费市场恢复态势更趋明显，未来消费的可持续恢复和增长有赖于消费能力、消费意愿和消费环境等多重因素的共同推动。

货比三家 购物更注重性价比

每年的“双十一”是消费者下单囤货的好时机。今年的“双十一”大促销期间，热爱“买买买”的95后闫丽珊逛遍各大网站购物平台，经过不停地比价，几番选择后才下决心付款。

“现在我花钱理性了，更愿意把钱花在需要的地方，不会再买一些没用的东西囤在家里。”闫丽珊说。在企业工作的冯小姐也有同感。她在北京生活多年，工作繁忙，大部分购物都是在网上进行，在网上购物时她都会货比三家，“如果是有品牌的商品就会在几大电商平台比价，如果是没有品牌的东西，也会在同一网站上的不同店铺进行比较。我也会比较不同商家的买家秀、评价等，多方比较才会付款购买。”

现在，冯小姐购物把品质优选放在第一位。以前她会花低廉的价钱买一副耳机，但用几天就坏了，现在她更愿意花较高的价钱买好品牌的耳机，“这样能用更长时间，体验感也好，觉得值。”

90后宝妈张馨也是“品质消费”一族。买东西时她考虑更多的是实用性和性价比，今年“双十一”期间，张馨把要买的东西一一罗列，并记录了不同电商平台的价格，最终选择合适的性价比下单。

张馨说：“现在更愿意为品质付费，而不是一味地追求好看和品牌，如果是质量非常好的商品，哪怕再高的价格也能接受，但如果质量和价格不成正比，又不是刚需，我就不愿意花钱买了。”

批发网站圈粉年轻人 批发价“真香”

赵博宇自称“资深批发网站购物者”。近年来，伴随电商发展，以批发为主的购物网站圈粉年轻人，零售买家涌入批发网站。

赵博宇从2018年起就关注到批发网站1688，“那时，微博上经常有博主分享优惠信息，以及如何找到适合的店铺、如何下单等攻略。”她说。比零售网站价格更低是吸引赵博宇的主要原因。她能在批发网站上找到品牌网店的同款产品，尤其一些小首饰、生活用品等东西能找到同源，价格基本是零售网站的7-8折。

这几年，赵博宇发现身边越来越多的朋友开始“入坑”批发网站，在社交平台上分享批发网站购物攻略、宝藏店铺的博主多了。伴随着用户的增长，批发网站的购物机制进行了优化，零售消费者购物体验感变好了。

据悉，2023年，1688覆盖用户超过1.3亿。超常规的增长动力来自“Z世代”和“新中产”，这两大群体贡献了超九成的用户增长。

今年9月，1688总裁余涌在清华大学的一次演讲中表示，1688吸引“Z世代”和“新中产”一定程度上代表着年轻人的消费习惯，他们追求潮流，但不再盲目追求品牌符号，品质、成分是他们选择产品的关键因素，在不降低生活品质的基础上，追求更具性价比的商品。

为此，电商企业对业务进行了调整，优化网站页面以更加符合零售消费者需求，推出“大牌平替”“代工源头”等商品类目方便消费者选择，也推出“商人节”等满减促销活动，形成平台与消费者的良性互动。

品牌国货越来越“吃香”了

在各大网站购物的同时，赵博宇观察到一个现象：现如今，国货更吃香了。她看到在购物网站上，越来越多国货护肤品牌出现，在社交网站上，相关的种草帖子也越来越多。

中国国际电子商务中心研究院的数据显示，今年的“双十一”，在全品类网络零售额排名中，位列前20的品牌中有11个是国产品牌。以天猫数据为例，截至11月11日零点，402个品牌成交破亿元，243个国货品牌进入“亿元俱乐部”。

品牌国货对年轻消费者吸引力增强成为消费新趋势。张馨说，“双十一”期间，她下单了一些小的家用电器都是国内生产，“不仅价格合适，质量也很好，尤其是智能化方面，国货走在了前列。”

高品质的国货也吸引来海外市场商机。95后女生石浩然曾做过海外电商客服，她所在的公司主要在亚马逊等海外电商平台售卖中国生产的智能插座等小家电。

“智能小家电非常受欢迎，一些品类能够冲到电商平台销售榜单前列。”石浩然介绍，公司的产品主要销往北美、欧洲等地，“产品单价在20美元左右，订单数量很可观，一个月差不多有几千单。”

国务院发展研究中心世界发展研究所研究员丁一凡认为，伴随着经济逐步回升发展，消费者消费行为趋于理性成为普遍趋势，“年轻人更加注重性价比，更注重品质消费，他们喜欢新技术产品、新型电子产品，这不仅给了企业新的启示，更对企业提出转型升级新要求，把高质量发展摆在首要位置。” **据《中国青年报》**

创新引领 为青岛都市圈注入新动能

浦发银行青岛分行落地多项“首笔” 助力区域经济高质量发展

区域协调发展是时代所向，大势所趋。近日，山东省人民政府印发《青岛都市圈发展规划》（以下简称《规划》），青岛都市圈成为国内为数不多的以非省会城市为核心的国家级都市圈。《规划》的出台也为青岛都市圈的发展带来新机遇。

浦发银行青岛分行自2003年成立以来，深耕以青岛都市圈为核心的胶东半岛经济圈，以创新为引领，牢牢抓住高质量发展这根主线，在助力城市更新、实体经济、科技创新、企业“走出去”等方面，不断探索产品、业务、服务新模式，创造了细分领域的多个“第一”，为青岛都市圈腾飞发展引入“源头活水”，为青岛都市圈的高质量发展注入“浦发力量”。

创新服务
打造金融服务城市更新“浦发样本”

城市更新牵动民生幸福、关乎城市未来。当前，青岛正大力实施城市更新和城市建设三年攻坚行动，以中山路历史城区改造为代表的城市更新项目取得了积极成效。秉承着全国性股份制商业银行的使命与担当，浦发银行青岛分行积极投入到城市更新项目中来，发挥金融力量，解决城市更新发展中最重要的资金难题，为城市更新项目的提速提效贡献力量。

作为五家参与“中山路区域提升工程项目”城市更新银团贷款的银行之一，浦发银行青岛分行举全行之力，开辟业务办理的绿色通道，在放款环节对该项目予以前置，克服项目审批投放时间节点紧张、银团成员较多、沟通成本较高等困难，实现了业务的快速落地。

今年以来，浦发银行青岛分行先后审批落地张村河城市更新五期项目和中山路区域提升城市更新项目，既满足了青岛老城区历史文化街区保护修缮的资金需要，又为张村河两岸旧村改造注入金融力量，为后续服务胶东半岛更新项目积累了丰富经验。

创新业务
为科技企业引入源头活水

科技的发展离不开资金活水的注入，浦发银行青岛分行将科技金融作为发展的重要着力点，不断完善内部机制建设、创新金融产品、加大政策优惠力度、搭建金融服务平台，助力科技企业发展。

浦发银行青岛分行行长张湧在青岛市新经济新动能高质量发展推介会上签署技术创新战略合作协议。

今年8月，浦发银行青岛分行又迎来了业务落地“第一笔”——落地烟台业达经济发展集团有限公司2023年度第一期中期票据，这也是该行在烟台地区落地的首笔用途类科创票据。该项创新举措成功实现了金融机构对科技创新企业的赋能，为科创企业解决了最迫切的资金问题。浦发银行青岛分行未来将进一步把该模式推广到其他科技企业中，实现对半岛地区战略性新兴产业的全面赋能。

浦发银行围绕科技企业的发展难点，通过专业性、差异化的产品设计，量身打造“快速贷、孵化贷、万户贷、人才贷、投保贷、专精特新贷、上市贷”等线下产品和“科创快贷”等线上融资类产品，满足企业创立、技术研发、成果转化等不同阶段的融资需求，形成覆盖企业全成长周期的融资链条，大力支持企业创新。

创新模式
驱动实体经济高质量发展

实体经济是国民经济的基石、创造财富的源泉，也是提升城市竞争力的关键。金融作为高质量发展的“引擎”，是实体经济高质量发展的关键力量。浦发银行青岛分行不断创新信贷品种，优化服务功能，完善服务体系，在金融赋能实体经济发展的接力赛中跑出了加速度。

今年6月，浦发银行青岛分行落地“外贸”再贴现业务，成为山东省内首批落地该业务的银行之一。为发挥好结构性货币政策工具作用，6月8日，人民银行济南分行发布《山东省再贴现外贸引导管理办法》，提供再贴现资金，支持金融机构为省内贸易外汇优质企业办理票据贴现，助力企业高质量发展。浦发银行青岛分行高效响应通知要求，第一时间安排专人严格挑选票据，建立绿色通道，在人民银行的精准指导和大力支持下，成功办理首笔“外贸”再贴现业务，实现了山东省该类业务的“零突破”。

为积极响应国家“稳外贸”工作要求，今年7月，浦发银行青岛分行还成功落地行内首笔“单一窗口”跨境闪贷业务。该业务满足了企业短期资金支付需求，有效缓解小微企业融资难问题，实现了对外贸小企业客户的精准扶持。至此，浦发银行青岛分行已完成“全球汇”“自由兑”项下线上汇款、线上结售汇、线上单证结算以及“跨境闪贷”融资服务全产品线布局。

下一步，浦发银行青岛分行将继续紧紧围绕青岛都市圈战略，持续深耕胶东经济圈，进一步创新优化业务模式，丰富融资产品体系，拓宽融资渠道，为青岛都市圈发展贡献“浦发力量”。