

“极俭+极简”： 酷抠族不是穷攒钱，而是不花冤枉钱

曾几何时，消费主义当道，一些年轻人崇尚及时行乐，“今朝有酒今朝醉”，花钱大手大脚，过度消费、超前消费、透支消费比比皆是，成为“月光族”“网贷奴”。而如今，“人间清醒”、理性消费的年轻人越来越多，他们跨越“买买买，扔扔扔”的消费陷阱和恶性循环，不冲动消费，不花冤枉钱，追求“月月有余钱”的“极俭”境界，成为拒绝被消费主义割韭菜的酷抠族。



■廖木兴/图

“月光族”变“存钱罐”

去年贺岁档最大黑马电影《爱情神话》中，徐峥饰演的主角老白请女朋友到家吃饭前，跑到临期商店购买打折商品，此时镜头扫过，商店里还有不少年轻的面孔在选购。

在很多人还想当然地认为年轻人是不会过日子的“月光族”时，这届年轻人已经活得明明白白了——他们拒绝当消费主义的韭菜，不为触不可及的精致生活所诱惑，在自己的能力范围内开始过起了“极俭”生活。

半月谈记者某网络平台的“丧心病狂攒钱小组”里发现，有五六十万人参与其中。他们亲切地互称“存钱罐”，在网上分享省钱妙招，例如买

二手，各个平台比价，互相激励、监督，分享攒钱的经历，致力于一起变成有存款、有安全感的人。

随之悄然兴起的酷抠族将这一趋势发扬光大。酷抠族一词来源于英文Coolcarl，他们以着装从简为荣，以盲目攀比为耻；以物尽其用为荣，以铺张浪费为耻。这是一个崇尚节约、追求简单自然的生活方式的族群。传统的节俭和现代时尚思维的结合，使他们生活得如鱼得水。

悄然崛起、低调出场的酷抠族，玩转了各种省钱手段。比如，他们买东西一般都是网购，最爱攒积分消费，用财务软件记账，上班自带便当，

买节能电器，出行尽可能选择公共交通，充分利用图书馆和旧书市场，崇尚不花钱就能享受。

但是，酷抠族并不认为自己是守财奴，他们诠释的“抠”是另一种含义，即精明的理性消费。他们精打细算地生活，是为了追求更简单、健康的生活，通过消费重点的转移达到了配置金钱的最佳效果。

这些酷抠族和他们推崇的极俭生活理念、省钱生活方式，正在改变人们对年轻人的刻板印象。蚂蚁财富发布的一组数据甚至令中年一辈咋舌，其研究称，95后的攒钱增速是其他群体的8倍。

攒钱为什么变“香”了

事实上，过度消费背后，是消费者累积起来的焦虑和恐慌。越来越多人发现，工资虽然比刚出社会时涨了不少，可薪资水平提高的速度赶不上品牌溢价的速度。与此同时，房租、房贷等生活压力越来越大，种种因素促成年轻一代提早攒钱。

“手心朝上找父母要钱的感觉，远没有手心朝下自己挣钱来得舒服”“不攀比，量力而行，这样过也挺好的。我不想做资本的韭菜，只想做自

己的英雄”“一场疫情才知攒钱的意义，现在更坚定了攒钱才是王道”“攒钱好有成就感，有钱使我不那么迷茫和浮躁了”……

新一代年轻人的心声就是这么简单直白。“月光族”的生活已经让许多年轻人明显感到力不从心了。尽管每次购物后会有短暂的快乐，但生活中的种种琐事和焦虑，会很快让这些快乐消失殆尽。在不确定性日渐增大的世界，银行卡里的余额才是唯一确定，且不会背叛自己的东西。相

比于之前消费带来的短暂快感，避免物欲捆绑折磨，反而可以让年轻人静下心来做自己喜欢的事。

极俭+极简主义理念风行，攒钱对这届年轻人来说变得更“香”了。一些年轻人是出于被动选择——经济增速放缓、疫情持续，钱难挣还面临裁员风险，危机意识普遍增强，存钱带来的安全感却是前所未有的稳定。更有一些年轻人是主动选择，他们褪去消费狂热，开始对未来规划进行理性抉择。

消费意识更加理性

酷抠族不是没有消费能力，而是不愿落入消费主义的陷阱，充当资本收割的韭菜；他们不是不舍得花钱，而是比以前更明白该怎样把钱用在该用的地方；不是穷攒钱，而是不想花冤枉钱。他们在追求精致生活的同时，绝不铺张浪费，要简约而不简单，时尚而不奢华，自控而不自闭。

从社会学的视野看，酷抠的生活方式反映出更为理性的消费意识。所谓的“抠”与一般意义上的“节省”并不完全相同，大部分酷抠

族并不是在所有生活细节上都“抠”，他们只是有意将生活中一些可有可无的消费省去。与这种理性消费观念同步的，是他们践行着健康环保的生活方式，以及趋于科学合理的理财观念。

越来越多的年轻人逐渐认识到，理性消费不是抑制消费，而是有目的、有计划的消费，量力而行。消费的初心是让自己生活质量提升，而不是去攀比和炫耀；消费是为了满足需要和必要，而不是满足脱缰的欲望与贪婪。“自己掏钱，丰俭由

我”，只买真正需要的物品，不买可有可无的物品。

新一代年轻人更强调消费自律，基本不参加双11、618等人造节日的购物狂欢，拒绝心血来潮买东西、囤东西，而是现用现买。他们养成记账习惯，遏制无用消费，学习理财，做好预算和消费清单，开拓兼职渠道，投资个人终身成长，用最酷炫的节俭模式，维持品质生活。

当下，支持酷抠生活方式的人越来越多，可望引领新一波消费新风尚。

行业

2022中国地标美食 早茶早餐类名录首发

北京炒肝、上海生煎包、扬州烫干丝、武汉热干面……第四届中国早茶文化节17日在“世界美食之都”江苏扬州开幕，中国饭店协会在会上首发2022中国地标美食早茶早餐类名录，21座城市的23道早茶早餐类美食上榜。

“人间烟火味、最抚凡人心，美食好比一种世界通用语言，是传递友好与情谊的天然媒介，是传承城市文化与精神的不朽纽带。”扬州市委常委、常务副市长陈锴竑在开幕式致辞中说。

据悉，为推动早茶(早餐)地标美食建设，助力地标美食品牌升级，中国饭店协会经过严格的评审程序，首次对外推出了2022中国地标美食早茶早餐类名录。

此次上榜的23道早茶(早餐)地标美食是：北京炒肝、天津耳朵眼炸糕、上海生煎包、重庆小面、呼和浩特羊肉大葱烧麦、南京鸭血粉丝汤、苏州三虾面、扬州三丁包、扬州盐商五丁包、扬州烫干丝、杭州小笼包、芜湖虾籽面、福州肉燕、南昌拌粉、老济南把子肉、武汉热干面、长沙肉丝面、广州干炒牛河、深圳虾饺皇、南宁老友粉、成都钟水饺、西安羊肉泡馍、兰州牛肉面。

中国饭店协会资深会长韩明在“云端”致辞中说，餐饮业是民生产业。近几年受新冠肺炎疫情的不断影响和新消费形势的持续变革，餐饮业进入了消费升级和供给调整的窗口期，特色化、品质化、体验式消费增长需求明显，为地标美食及美食文化的全国推广带来了更好的机会。江苏省餐饮行业协会会长于学荣认为，地标美食必须兼顾四个方面：地域特色、文化内涵、独特风味、风土民情。“通过打造地标美食，加强地方美食品牌建设，对于促进各地消费，带动旅游市场，弘扬美食文化以及推动餐饮产业链发展是具有一定效果的。”

周黑鸭跨界做盒饭

新快报讯 近期一款名叫“周黑鸭蜜汁鸭腿饭”的快餐产品，在深圳和广州走红。这是周黑鸭与快餐品牌“维小饭”联名合作推出的一款快餐，周黑鸭甜辣大鸭腿搭配秘制调味料捞拌莴笋丝、胡萝卜丝，同时辅以蒸制的娃娃菜。另外，盒饭还自带营养数据标签，分别标注了“492Kcal、447Kcal、443Kcal”几个卡路里数据，售价28元/份。

茶颜悦色江浙首店选址南京

新快报讯 6月15日，茶颜悦色在官方微信公众号宣布，将南京定为在江浙首开的城市，开业时间预计在8月中旬。茶颜悦色称，最早的两家店将位于南京新街口IFCX和江宁区南京枫帆两家商场。这也是继走出湖南，走入武汉、重庆后，茶颜悦色进入的第三个湖南省外市场。

(本版整理自《半月谈内部版》、中国新闻网、联商网)



更多快消资讯
扫一扫获取