

机票也可买来攒起
「双11」流行「囤票游」

常听说“囤年货”“囤大白菜”……那么,你听说过“囤票游”吗?“双11”临近,消费者“囤票游”的需求迎来一轮爆发。所谓“囤票游”,就是先购买,有出行需要时再兑换使用。这种“囤机票”的旅游消费模式,逐渐成为中青年消费者新宠。

11月7日,记者从某旅游平台了解到,截至11月5日24时,该平台“双11”已累计售出超30万件“随心飞”和其他机票次卡类商品,多款热销产品已经历了多轮补货。

“囤票游”逐渐流行:
有人孝敬父亲买飞机套票

购买了春秋航空发售的“想飞就飞6.0全域版”套票的成都市民胡先生表示,“只要3300多元一份,相对而言比较划算,尤其是这个6.0版本可以在国际航班中也能使用。我想带我爸出去多玩几个地方,也给他买了一份。”

记者从春秋航空了解到,该套票的单人版售价3399元。套票可兑换航班日期为即日起至2024年3月30日(不含春运40天),包含元旦假期,只需提前3天兑换即可。

除了购买套票,去直播平台上抢购单次票也成了很多年轻人的新“玩法”。记者从春秋航空获悉,该航司每周二、周五都在官方直播间特别发售99元和199元单次卡,可兑换多条热门境内外和地区航线,并且承诺未兑换使用可全额退款。

“我抢到了一张199元的单次卡,等到元旦准备和室友一起去杭州玩。”在成都就读法专业的王智表示,“以前都是在西部过冬,今年的冬天我想去东部江南水乡体验一把。”王智还向记者透露,像他这样“趁着优惠打折,囤一张甚至几张旅游机票兑换券,等到自己有兴趣或有更多小伙伴共同有时间后再用兑换券”的旅游方式,在周围的同龄人中并不鲜见。

该旅游平台相关负责人表示,受年轻消费者对更具灵活性、机动性的商品需求持续上涨因素的影响,先购买、需要时再使用的消费习惯已经成为当下旅游消费的主流形式之一。“具体到机票商品而言,即在传统的‘搜索-预订-出票’的模式之外,‘浏览-囤票-使用’的方式越来越受欢迎。”

业内人士:
对平台及航司本身均有扩大收益的效果

事实上,“先囤后约”的权益类商品,是商家通过让渡一部分确定性和便捷度,来获得性价比,这也符合年轻人“可以买贵的,绝不能买贵的”

消费心理。

另外,权益类的机票商品的组织和设计更为灵活,如同航司的多次卡、有特定中转地的中转飞、以机场为锚点的区域飞行卡、长距离飞行的公务舱次卡等等,反而激发了丰富旅行体验、打卡更多潜在目的地的“特种兵式”旅游消费需求。

记者查询该旅游平台数据显示发现,近三年的相关信息充分佐证以上结论:2021年“双11”,8家航空公司“随心飞”类产品累计销量超10万件;2022年“双11”,爆款机票次卡产品累计销售超30万件;今年“双11”,截至11月5日,机票次卡类产品已售出超30万件,即将诞生新的纪录。此外,每年的“双12”“618”等促销节点,“随心飞”、机票次卡类产品都是最受欢迎的囤货品类之一。

面对这种消费方式的变化,该旅游平台相关负责人表示,“对平台来说是好事。”他认为,第一,平台可以通过年轻人更喜欢的商品形式来扩大销售量,拓展并锁定大量的客户。第二,对已囤“随心飞”、机票次卡的客户,平台有了更大的运营空间来保持其黏性。第三,“囤票游”也是平台利用生态和创新优势,为平台上的商家创造商业价值的重要机会。

“同样,对航司而言也是好事。”该负责人表示,航司可通过特定航线、特定舱位的精准运营、权益类货品组织,搭配指定出行日期预订的机票运营,实现更优的收益管理。同时,消费者的“囤货”数据和趋势,可帮助航司做更精细化的辅营运营、运力决策。

来源:《成都商报》



资料片

大促期间 超七成受访青年直言是否需要是下单首要因素

“双11”大促活动正在进行。不少网友感慨,冲动下单的场景少了,更倾向买值得的。在需要的物品上,爽快下单不犹豫,但也会努力“凑满减”,精打细算。在消费上一边舍得花钱,一边执着于能省就省,看似矛盾的现象反映了年轻人怎样的消费观?

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对1000名青年进行的一项调查显示,90.1%的受访青年认同“该花花该省省”的消费理念。65.4%的受访青年觉得年轻人更加理性消费了,不再因大促冲动。

电子商务专家:因为便宜就购买不叫“省”

今年“双11”期间,北京宝妈朱虹“冷静又充实”。她给宝宝添置了许多“刚需”物品,纸巾、平衡车、绘本、书架、学习桌椅……每天都会收到快递,但每一单她都觉得值得买。“都是孩子用得上的东西。下单前也比过价格,比平时低了不少,不太划算的就没买。”

在辽宁从事媒体工作的张韵果表示,消费时自己首先会考虑东西是否需要,也会在折扣力度比较大时下单。

“双11”大促进行中,哪些因素会促使大家消费?调查显示,有需要、有用的(74.2%)位列第一,接下来是性价比高、物超所值(68.2%),保价、运费险等售后服务完备(44.2%),他人使用体验推荐(19.0%)。

朱虹去餐馆消费时,遇到过几次提供的是全新的盒装纸巾,她都会与服务员确认是否额外收费。“有一家收费两元,我认为不值,用了自带的。”朱虹表示,她愿意为饭店的优质服务支付小费,但不愿花钱买本该提供或超出预期价格的物品。

调查显示,90.1%的受访青年认同“该花花该省省”的消费理念。

杭州某高校经济学专业学生陈旻非常认同“该花花该省省”的理念。“有的人过度消费,可能其中有很多并不是‘该花’的,只是单纯因为自己‘想花’。”

北京师范大学经济与工商管理学院副教授、电子商务研究中心副主任李江予指出,因为便宜就购买不叫“省”,现在已经有越来越多的消费者不再因价格而冲动,消费需求更加清晰,“只愿意在自己需要、值得花钱的地方花,同时愿意为此投入更多花费和精力,这就是‘该花花该省省’的消费理念。”

“年轻人更懂得为自己的心理埋单,为喜好埋单了”

山西太原的90后摄影师张立觉得,现在的年轻人在消费上,既追求浪漫有品质,又很接地气。“比如‘骑自行车去酒吧’‘坐公交去看音乐会’,就特别有生活的烟火气。年轻人更懂得为心理埋单,为喜好埋单了。”

陈旻感觉,随着电商的发展和线上促销活动的日常化,人们的消费行为越来越理性,在面对直播间主播的力荐和秒杀活动时,能用平常心对待,而且在消费中更注重个人的满足感、体验感,“比如花几百元吃一顿火锅,并不差几元的餐巾费,但认为花得不值、没必要,就不乐意掏这几元钱。”

身为00后,陈旻觉得自己在生活中有节省的意识了,也会在合理规划的前提下进行一定的超前消费,“学习需要一台平板电脑,就买了关注的品牌中最好的系列,因为不是一时的使用,以后学习和生活中都会用到。”他说,“钱是花在自己身上的,要花在刀刃上。”

花大钱、省小钱,看似矛盾的行为反映了当下年轻人怎样的消费观?65.4%的受访青年指出理性消费,不再因大促冲动,62.6%的受访青年认为更加精明了,善于精打细算,49.8%的受访青年觉得更注重消费体验感了,36.9%的受访青年认为是需求导向,不必要的不开花。

李江予分析,现在的消费者与之前相比有很多不一样的地方。首先,更注重价值感。“比如希望包装尽量简单,不值当在一次性包装上太铺张,也不环保。”其次,更加追求个性化,不随大流。“我想怎么花

是我的事”是他们消费的代名词。“不会因为别人买什么就跟风,而是为自己的需求埋单,不将就。”

他总结,年轻人的消费观更多元,也更理性了。“‘为什么要花冤枉钱?’这种态度也反映出当下年轻人对自己的需求更加明确。”

年轻人理性消费的观念,有利于社会可持续发展

陈旻觉得,小时候父母的言传身教在很大程度上影响着一个人消费观的建立。成年后,自己应该在生活中多观察,主动借鉴他人良好的消费理念,改掉不好的行为,养成适合自己的消费习惯。

张韵果经常浏览一些社交平台,她感到关于“如何降低物欲”一类的帖子多了,也有很多网友积极回应。“现在的年轻人会通过各种途径找答案,获得帮助。”她认为在消费上要明白自己想要什么,减少攀比。

张立说,他现在严格践行“该花花该省省”这句话。买必要的,省下不必要的支出,来满足真正的需求,提升生活品质。“尤其逢优惠活动,一定不要盲目跟风,这样很不理智。”

建立正确消费观,71.9%的受访青年指出要养成记账习惯,合理分配收入,66.6%的受访青年重视培养理财规划能力,49.6%的受访青年认为逢大促前列好购物清单,36.2%的受访青年认为学校应开展财商教育。

李江予评价,当代年轻人消费更加理性,会考虑消费对自身的价值和意义。他认为,年轻人理性消费的观念越来越重要,有利于社会的可持续发展。

受访青年中,05后占2.7%,00后占23.1%,95后占27.6%,90后占28.5%,85后占18.1%。男性占39.0%,女性占61.0%。生活在一线城市的占38.2%,二线城市的占35.9%,三四线城市的占20.8%,县城或城镇的占4.3%,乡村的占0.8%。(应受访者要求,陈旻、张韵果为化名)

来源:《中国青年报》