上图：性价比极高的社区食堂吸引了不少年轻人来“蹭饭”。

不再受到营销的蛊惑，而真正顺从内心、量力而行地消费。在理性消费的习惯下，反而是越懂省钱，越过得精致。

“多多妈妈”经常拍各种家庭美食的视频，生活品质不能下降是她的原则。这次双 11，她花一千多买了一台破壁机，因为觉得“贵也有贵的道理”，想到新机器不仅能做豆浆、冰激凌、奶昔，还有十五种模式，其实也相当于省一笔钱了。

冰蓝上个月刚买了一台戴森吹风机，花费 2800 元，这台吹风机正是她笔记里提到的 100 分物品。冰蓝定义 100 分物品有三个原则：好用、耐用、喜欢用。物尽其用，完全回本。“以前常常图便宜买 79 元或者 29.9 元的廉价吹风机，因为质量不好要频繁更换，反而是一种浪费。不乱买，有效购物很重要。”

一种全新的生活方式

法国学者鲍德里亚曾说，身处消费社会，回归到每个人身上的议题就是“警惕消费主义，回归真实自我”。

在崔丽丽看来，当下年轻人的“精致省”并非可以简单地解读为经济行为，因为他们省下钱不是为了来买车买房，而更多是一种身份的建构、生活方式的选择，他们不想、不愿也不能被消费裹挟。

而消费主义最大的弊端在于剥夺了人们对于生活品质的想象。这就是为何有人在听说了省钱方法后，会产生不适，因为他们不自觉地认为，省钱的生活是不幸福的。而这实际是一种隐形的压力，让人不自觉地去购买，以此获得身份认同。

除此之外，消费主义还构建了一套貌似很先进的价值观。在“会花钱才会赚钱”的话语体系下，节俭和省钱都被认为是落后的。事实上，“精致省”人群组成复杂。按照消费潜力划分，“精致省”人群既有 M 型两个顶角的一部分人，也有 Z 世代和都市夹心层。

差别在于，所处 M 型两个顶角的大多数人和部分 Z 世代把省钱作为乐趣，是因为省钱对于他们来说更像是一种益智游戏，省钱方式是他们的社交谈资。社交属性已经潜入到“精致省”人群从获取信息、做出决策、分享体验等购物全链条中。这种乐趣将省钱发展为社交货币。就像薅羊毛薅什么品种的羊不是重点，怎么薅、薅多少才让人津津乐道。

达人庄小周和朋友就设计了一款“低价挑战”的游戏。他们给家里的电子设备抽奖，再把抽中设备的原价数字相加，用最后的结果当成吃饭的金额。这个金额通常都不大。比如，3098 元的 AR 眼镜，数字相加是 20 元，买了份韩式炸酱鸡排面；99 元的小米充电宝，最后数字相加是 18 元，买了红柳烤肉和陕西米皮。他们在有限的低价范围选择食物，反而还体会到了平时吃饭以外的惊喜。

崔丽丽强调，更重要的是，精致省钱通过强化对生活的掌控感，还成为一种缓解焦虑的办法。

从今年上半年走红的“特种兵旅行”到现在大家热议的 City Walk，出行方式的变化也可看出“精致省”人群生活态度的转变。前者反映的是年轻人在精打细算过日子与“诗与远”之间找到的微妙平衡，后者则像是在快节奏生活中打开的一扇逃生门，门后边是当地人的真实生活痕迹。

陈知乐，2019 年时就是个“特种兵”，但近两年让她意识到这种把效率和性价比压缩到极致的玩法，并不能让她精神得到满足。相反不花钱、慢下来的 City Walk 旅行方式让她更亲近一座城市，感受当地文化。“就像我不会特别依赖网上攻略，在和当地出租车司机交流中就能知道当地哪家店便宜又好吃。”陈知乐如是说。