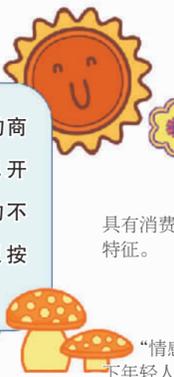


# 情绪消费有望成为新热点

本报记者 李思雨

从“买一个让自己开心的商品”到“买一个商品让自己开心”，年轻一代消费者追求的不只是商品，更是一场“心灵按摩”、一剂“情绪解药”。



的出现，满足了年轻人的好奇心和释放情感的需求。中国社会科学院经济研究所副研究员楠玉表示，情绪消费主要是为了满足消费者精神层面需求的消费形式，实现消费者的情绪释放、情感体验以及精神享受等，具有消费虚拟化、行为符号化、心理补偿性等特点。

## 催生新场景新业态

“情感树洞”“叫醒睡”“失恋安慰”等当下年轻人的情绪消费方式可谓花样繁多。他们热衷为情绪价值买单的消费新理念，不断创造出新的消费场景，同时催生了一系列以疗愈、冥想、手工DIY为代表的线下新业态。《2024中国青年消费趋势报告》显示，近三成受访年轻人会因为情绪价值疗愈身心而进行消费。

在北京海淀一家互联网公司工作的白领张婉告诉记者，“工作压力大的时候，我会选择去做一些手工艺品，比如编织、陶艺、插花等。这些手工活动不仅让我心情放松，还能让我感受到创作的乐趣和成就感”。张婉的话道出了许多消费者的心声，他们在忙碌的生活中找到情绪出口，做手工正是这样一种有效途径。

“90后”消费者李浩宇则对疗愈服务情有独钟。“我经常去体验正念冥想和芳疗SPA，这些服务让我从繁忙的工作中抽离出来，专注于当下，感受身心的放松和宁静。”李浩宇表示，精油的芳香萦绕整个屋子，环境私密又舒适，他愿意为这种能够带来心灵慰藉的服务买单。

美团平台数据显示，2023年以来，“疗愈”一词搜索量增长256%。同时，疗愈类服务供给快速上升，当前平均每月上线1000多个服务新供给，“疗愈+SPA”占七成以上。

楠玉表示，年轻人更愿意为情绪价值买单，一方面是因为随着居民收入和消费水平的提升，其精神层面的需求日益凸显，人们更加注重情绪满足和感受体验。对幸福、满足等积极情绪的向往和追求，不仅影响着消费选择和消费行为，也逐渐演变成一种消费模式。对产品和服务“情绪价值”的追求折射出消费者对高品质生活和幸福感的追求，反映出社会文化和消费观念的变化。另一方面工作和生活压力也催生出更多的情绪消费需求，需寻求情绪发泄的出口。不少青年群体体会面临更多工作、家庭、收入和健康方面的压力，其消费需求呈现出从功能性向情绪性的转变。

## 正确引导规范发展

从“买一个让自己开心的商品”到“买一个商品让自己开心”，正如不少专家所观察的那样，年轻一代消费者追求的不只是商品，更是一场“心灵按摩”、一剂“情绪解药”。

天眼查专利数据显示，截至目前，市场上与“情绪”相关的专利超过3700项，表明企业



上图 周五晚上下班后，深圳不少年轻人到攀岩馆里享受攀岩乐趣。

新华社记者 梁旭摄



左图 在济南市图书馆中心馆，夜校学员在学习团扇制作。

新华社记者 朱峰摄

越发重视对情绪价值的挖掘。“青年群体热衷为情绪价值买单的消费新理念，将不断诱发商家创造出新的消费场景，形成独特的情绪经济。企业在提供商品和服务时，应更多地考虑消费者的情感和消费体验，才能更好地抓住消费机遇，激发消费潜能。”楠玉说。

情绪消费在激发市场活力的同时，也面临“情绪消费品”市场监管的缺失，对服务提供者的专业能力和伦理规范没有明确的规定和要求，从而出现一些不容忽视的问题和漏洞，如泄露消费者隐私、提供不正当服务、不合理收费等。

对此，楠玉建议，情绪经济是一种新兴的消费现象，需要正确引导和规范发展，要加强对情绪消费品市场的监管，确定合法边界，规范行业标准，建立有效的投诉和预警机制，避免可能存在的市场风险和消费纠纷。同时，消费者应增加辨别能力，理性消费虚拟商品，注意在消费过程中保护个人信息和隐私安全。作为社交替代品，部分情绪消费往往是虚拟的温情服务，可以在现实生活中加强社交活动和人际交往，从而更好地满足自身的情感需求。



自驾游车友合影留念。彭浩南摄(中经视觉)

# 自驾去拉萨

本报记者 贺建明

9月15日，巅峰越野俱乐部负责人杜少峰带领着自驾车队经过6天时间，跨越2500多公里，抵达了美丽的拉萨。

这不是杜少峰第一次进藏，每年他都会多次策划组织车队自驾去西藏。“但这次是最方便，也是最省心的。”在应邀参加2024年中国(拉萨)数字化自驾游集结大会之后，杜少峰召集了80多辆车，由中国·雅安318自驾游大本营出发，途经甘孜、昌都、林芝等地，最后在拉萨集结。

“一路走来，国道318沿线美丽的秋景使人陶醉，沿途越来越完善的服务保障和阿哈路书为我们提供的个性化自驾服务也让大家很满意。”杜少峰说。

拉萨是文化旅游名城、世界旅游目的地，具有丰富的文化旅游资源。自驾西藏，驶向拉萨，一直以来都是众多游客神往的方式。

自驾游最花费时间的部分无疑是做攻略。作为中国(拉萨)数字化自驾游集结大会的合作伙伴，阿哈路书为繁琐的出行准备赋能数字化，为自驾游主提供沉浸式自驾游体验。

“车队在雅安集结后，我们发布了‘雅安—拉萨6日入藏’数字化自驾游路书，为车主提供沿途城市播报、

景点服务、酒店民宿一键预订及轨迹记录等智能化服务，让大家体验到数字化为自驾出行带来的便捷。”阿哈路书CEO刘显德说。

拉萨市文化和旅游局党组书记、副局长拉珍介绍，中国(拉萨)数字化自驾游集结大会是推动拉萨文旅产业融合发展的创新实践，目前已经成功举办两届，旨在积极探索“+旅游”模式，融合文化、汽车、科技等多个产业，加快旅游产业数字化转型，激发文旅消费新活力。

为促进数字经济和旅游业深度融合，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游创新发展，今年5月，文化和旅游局办公厅等5部门联合印发《智慧旅游创新发展行动计划》，提出了智慧旅游基础设施提升、智慧旅游服务效能提升、智慧旅游产品业态培育等8项重点任务。

刘显德表示，未来，阿哈路书将以数据为依托，以自驾用户为核心，以智能算法为驱动力，整合自驾游生态旅游资源，借助AI算法赋能路书，为自驾游爱好者提供数字化、智能化、多样化的自驾游服务。

“此生必驾318。”这句越野车上随处可见的口号在自驾界广为流

应对消费增长挑战、充分释放内需潜力，在高质量发展中不断实现人民对美好生活的向往，需要继续完善扩大消费长效机制。

优化消费政策是完善消费长效机制的基础。当前的消费刺激政策多为短期性措施，如发放消费券、税收优惠等，需通过制度化保障增强持续性。特别是在住房、教育、医疗等高成本领域，可加大对中低收入群体的支持力度，减轻其负担，从而增加他们的可支配收入。如加大租房或购房补贴力度，为中低收入家庭子女提供学费减免或助学金等。良好的消费环境有助于增强消费者信心，推动消费决策，因此市场监管应更严密，打击假冒伪劣商品、保障消费者权益。同时，推进线上线下融合的“新零售”发展，通过智能化、便捷化服务提升消费体验，为消费者提供多样化、个性化的消费场景。

刘忠秀

谢爱良

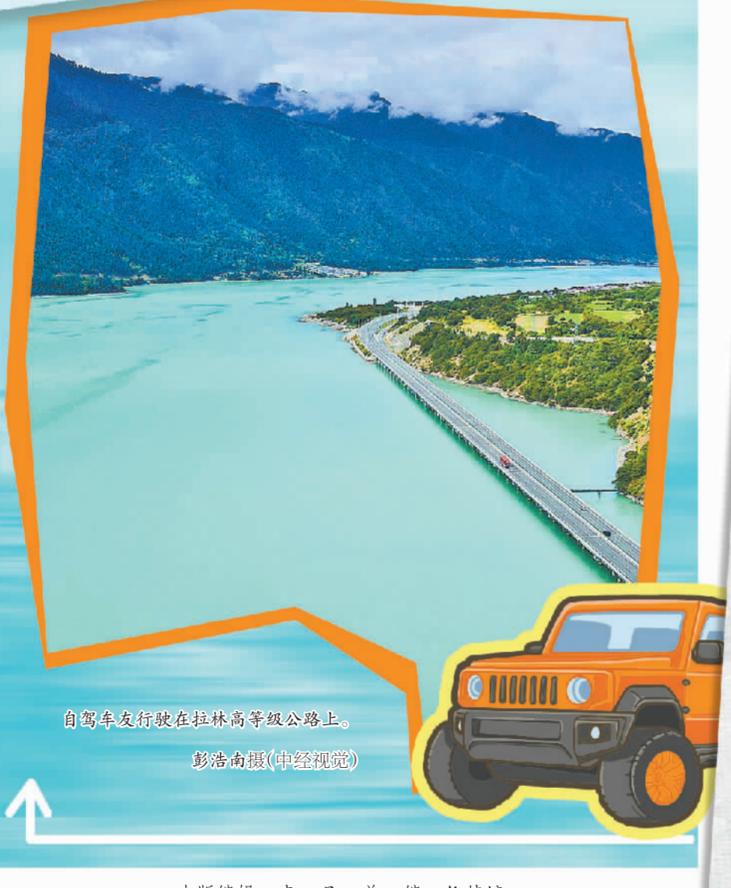
消费结构升级是拓展消费潜力的关键。当前，居民需求向高质量产品和服务转变，绿色、智能、健康、养老等消费需求日益增长。要通过政策引导和产业政策支持，培育更多符合市场需求的新产品。如推进汽车、家电、家具等以旧换新，针对新能源汽车、智能家居等发放消费补贴。电商直播、社交电商等新兴消费模式为消费者提供了更直观、便捷的购物体验，带动个性化、即时性消费增长。要继续支持这些模式规范发展，完善法律法规，确保市场秩序有序竞争。

简化行政审批程序和减少不合理的市场限制是释放消费潜力的保障。在跨区域消费和跨境电商领域，消除政策壁垒尤为重要。推动通用消费券发行、简化跨境电商通关手续等，可方便消费者跨区域消费，提升购买体验和流通效率。

农村市场是扩大消费的重要增长点。农村消费环境和基础设施相对落后，制约消费潜力释放。要加大对农村物流、信息技术等基础设施的投资，推动农村电商发展，打通农村物流最后的堵点，让更多优质商品和服务流向农村市场。

金融服务是促进消费的重要支撑。消费金融的发展不仅能带动居民消费，还能有效扩大市场规模。要加强金融监管，防范过度借贷和金融风险累积。通过规范消费信贷市场，能够在保障消费者权益的同时，推动消费金融的健康发展，提升金融服务对消费的支持力度。

公共消费是推动消费增长的关键基石。通过加大对教育、医疗、文化、体育等公共服务领域的投入，为居民提供更多优质服务，满足多元化需求，从而促进消费增长。如改善基层医疗设施，提升医疗服务的可及性，降低居民医疗支出压力。优化教育资源配置有助于缩小城乡差距，推动更多区域共享优质资源，提高社会消费能力和活力。



自驾游车友行驶在拉林高等级公路上。

彭浩南摄(中经视觉)