

在这里读懂中国消费



开启消费市场新图景

1 文旅融合

2024年，中国文旅IP商业化市场规模达**4314亿元**，同比增长**15.5%**，预计2027年将增至**6972亿元**，年均复合增速**18.9%**，数字文旅与IP衍生消费贡献**超七成**。

影响文旅IP产品或服务消费的因素TOP5



从银发族引领智能产品消费热潮到文旅IP衍生消费撑起旅游市场增长，再到IP联名产品风靡全网，消费市场的活力密码藏在“品质”二字里。当下，消费升级早已不是简单的“买贵的”，而是追求“更好的”。政策保驾护航、产品迭代升级、场景创新增效，政府、生产企业、销售平台等各方协同发力，共同勾勒出品质驱动消费升级的新图景。

政策托底，为品质消费筑牢根基。优化消费环境是提振消费信心、激发经济活力的重要举措，对推动经济高质量发展、保障高品质生活具有重要意义。目前，各级政府出台多项优化消费环境的相关政策，“铁拳”“昆仑”等专项行动持续整治市场乱象，线下无理由退换货承诺单位扩围至150万家以上。从东部沿海到内陆腹地，从一线城市到县城乡镇，优化消费环境的探索正呈现多点开花、协同共进的态势。政策与市场形成合力，为品质消费注入了稳定预期。

产品迭代，让品质消费精准落地。消费者的需求升级，倒逼企业把品质做深、把细节做透。在银发经济领域，匹克球成交额同比增长达到9.4倍、智能床成交额同比增长超10倍……一项项消费数据印证了适老产品“健康+”“智能+”的升级方向。IP消费领域更是如此，从清洁纸品到个人护理品，IP联名从低频使用的奢侈品转向高频使用的日用品，既满足了消费者的实用需求，又提供了情感价值，实现了品质与实用的双重升级。

场景创新，为品质消费拓展边界。消费场景的革新，让消费品质升级渗透到生活的方方面面。在文旅领域，台儿庄古城用VR技术重现明清盛景，“只有河南”靠沉浸式演出快速出圈，数字技术让文旅IP从“看得见”变成“玩得爽”，推动文旅消费从观光型向体验型升级。在

社区消费端，“一刻钟便民生活圈”融合健康服务等元素，消费者在家门口就能享受品质服务；线上线下融合的适老化消费专区，配套24小时医护咨询，让品质消费更具便捷性。

品质引领消费升级，本质上是满足人民对美好生活的向往。从政策层面的制度保障到企业层面的产品革新，再到场景层面的体验升级，三者环环相扣，构建起“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环。当每一位消费者都能在日常消费中感受到品质的提升、服务的温度，消费市场的活力自然会充分涌动。这正是品质消费的应有之义，也是消费升级的核心密码。

品质引领消费升级，本质上是满足人民对美好生活的向往。从政策层面的制度保障到企业层面的产品革新，再到场景层面的体验升级，三者环环相扣，构建起“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环。当每一位消费者都能在日常消费中感受到品质的提升、服务的温度，消费市场的活力自然会充分涌动。这正是品质消费的应有之义，也是消费升级的核心密码。

品质引领消费升级，本质上是满足人民对美好生活的向往。从政策层面的制度保障到企业层面的产品革新，再到场景层面的体验升级，三者环环相扣，构建起“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环。当每一位消费者都能在日常消费中感受到品质的提升、服务的温度，消费市场的活力自然会充分涌动。这正是品质消费的应有之义，也是消费升级的核心密码。

2 机器人

2025年上半年，中国机器人产业营业收入同比增长**27.8%**，工业机器人和服务机器人产量同比分别增长**35.6%**和**25.5%**，中国连续**12年**成为全球最大工业机器人市场。

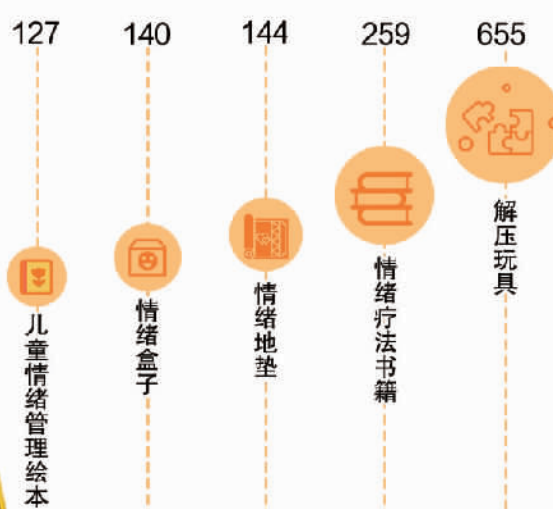
机器人相关搜索量超**8000万次**，其中“人形机器人”“AI机器人”“机器狗”“智能机器人”“陪伴机器人”等搜索量同比增长均**超百倍**。

3 情绪价值

情绪疗愈类专利数量（个）



情绪类产品消费热度指数TOP5



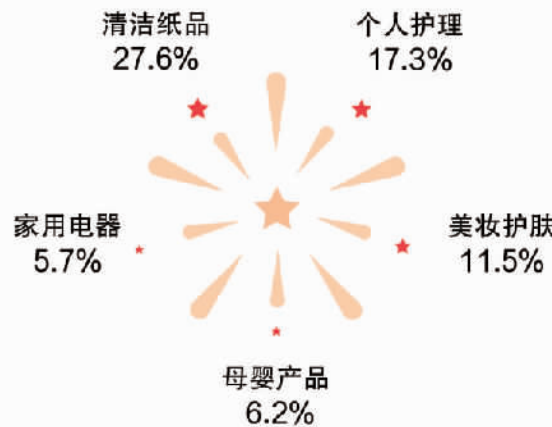
情绪疗愈话题讨论度指数增幅TOP5



4 IP消费

《2025中国数字娱乐产业IP发展报告》显示，2025年我国数字娱乐产业IP主要类型衍生品市场规模预计达**753亿元**，同比增长**62.8%**，连续两年实现大幅增长。

IP联名品类覆盖TOP5

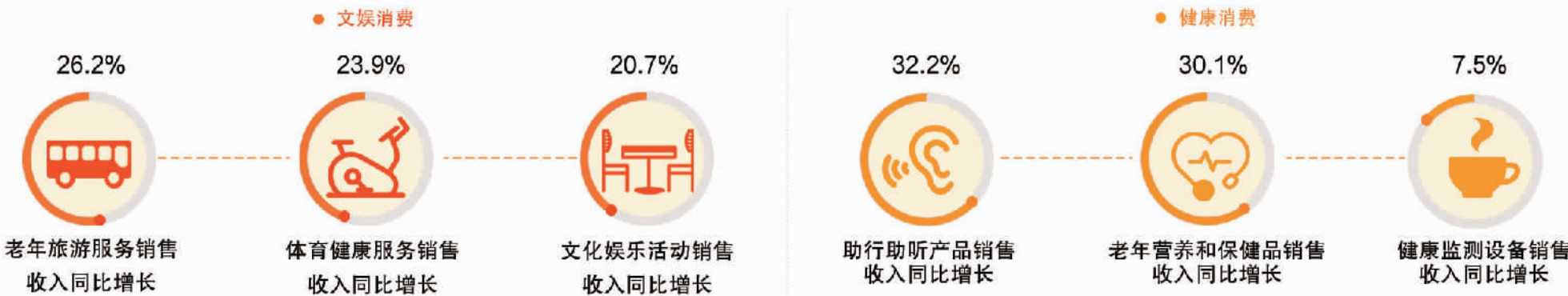


我国数字娱乐产业IP主要类型衍生品市场规模变动状况

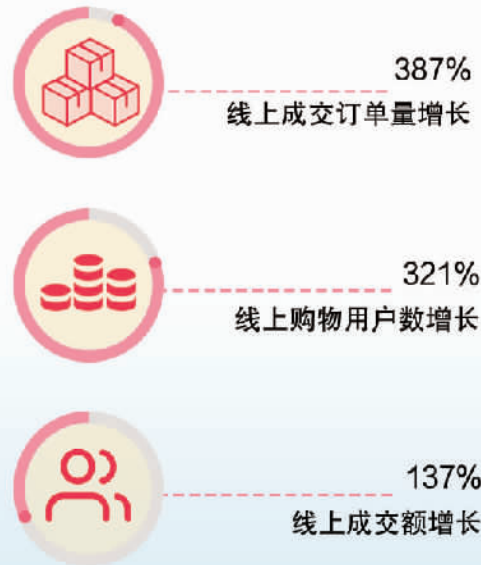


5 银发经济

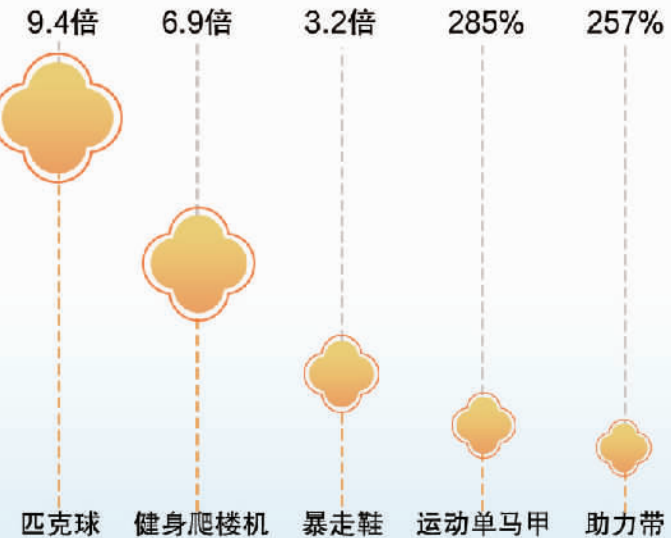
2025年上半年银发消费同比增长情况



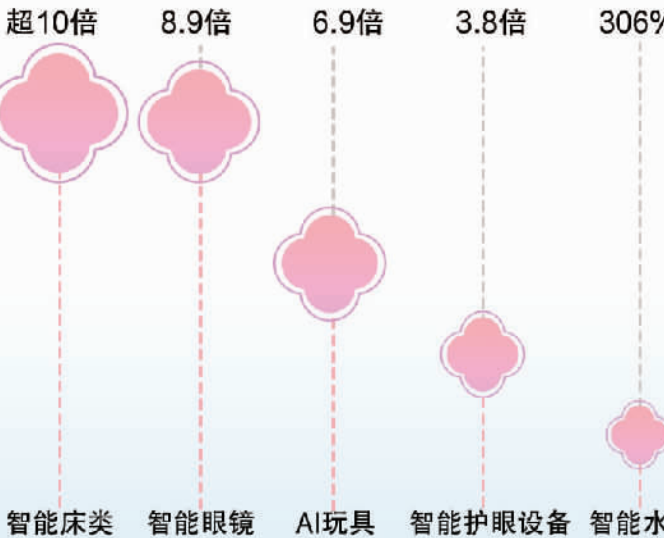
2025年1月至11月，较2019年同期，银发族消费者



2025年1月至11月，银发族运动产品成交额同比增速TOP5



2025年1月至11月，银发族智能产品成交额同比增速TOP5



数据周期：2025年 更多内容 扫码观看

