

深耕体验经济释放消费潜力

当前,我国消费结构不断升级,体验经济已覆盖文化旅游、商业零售、教育培训、健康娱乐等多个领域,成为扩大内需、促进消费的新引擎。“十五五”规划纲要围绕大力提振消费作出部署,提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动,实现供需更高水平动态平衡”。4月28日召开的中共中央政治局会议提出,扩大优质商品和服务供给,推动消费升级。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

支持将具备条件的情绪式、体验式服务相关职业纳入国家职业分类体系。依托消费新业态新模式新场景试点等平台载体,支持建设若干消费带动作用强的情绪式、体验式服务消费新场景。

——《加快培育服务消费新增长点工作方案》



如何理解体验经济的含义,对释放消费潜力有何促进作用?

陈丽芬(国务院发展研究中心市场经济研究所市场流通研究室主任、研究员):作为近年来兴起的一种经济新形态,体验经济的界定尚无统一标准,主要是指企业以服务为舞台,以商品为道具,以消费者为中心,创造能够使消费者参与其中并产生美好回忆的经济活动。体验经济的底层逻辑是从“功能价值”转向“情绪价值”,从“性价比”转向“心价比”,消费者买单的不仅是商品或服务的实用属性,更是消费过程中获得的独特感受、社交联结与精神满足。

与体验消费相比,体验经济不仅拓展了消费的内涵与边界,还具有强大的产业带动能力,促进文旅、体育、商业、科技等多领域深度融合。体验经济有多种类型。一是娱乐体验,以感官愉悦、情绪放松为导向,覆盖演艺娱乐、主题乐园等,契合大众休闲需求。二是教育体验,以知识技能获取为目标,突出学习成长,涵盖研学旅行、技能培训等。三是审美体验,以环境感知为核心,重在沉浸式欣赏与氛围共鸣,如艺术观展、自然游览等。四是角色体验,以脱离现实、角色代入为追求,实现虚拟与现实融合,包括VR/AR互动、虚拟社交等。

随着生活水平提升,我国居民消费结构从商品消费为主向商品消费和服务消



体验经济已覆盖多个领域,从销售驱动向体验驱动转变的关键是什么?

魏琪嘉(国家发展改革委国家信息中心经济预测部产业经济研究室主任、研究员):体验经济涉及面广,已广泛覆盖多个领域。从业态共生性看,更加注重支持提振消费,满足居民消费升级需求。从不同业态看,新需求新场景催生新业态新模式是基本规律。

体验经济是新技术、新场景、新模式在服务领域深度融合的产物,反映了新质生产力在服务消费中的生动实践。今年1月,国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》围绕培育潜力领域发展动能作出部署,提出“支持建设若干消费带动作用强的情绪式、体验式服务消费新场景”。当前,我国体验经济快速发展,其中文化旅游和商业零售两类业态不断壮大,成为引领体验经济市场增长的生力军,实现了从“卖商品”到“卖体验”的成功转变。

比如,甘肃敦煌莫高窟是中华优秀传统文化的杰出代表,也是文化旅游的热门打卡地。近些年,景区在讲好文化遗产故事、弘扬优秀传统文化特色的实践中,持续探索数字技术赋能,稳妥有序做好“数字敦煌”建设,催生出沉浸式文旅体验新形态,“寻境敦煌”等深受游客喜爱,



随着以体验为核心的商业模式向不同消费领域渗透,如何进一步挖掘消费潜力?

王琛伟(国家发展改革委经济体制与管理研究所研究室主任、研究员):国务院办公厅印发的《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》提出,“拓展沉浸式互动式场景,打造一批带动面广、显示度高的消费新场景”。消费新场景是新业态、新模式、新产品的系统集成,对扩大优质商品和服务供给具有重要意义,这也是发展体验经济的重要抓手,推动以新需求引领新供给,以新供给创造新需求。

当前,居民消费结构快速升级,以体验为核心,以技术为支撑的新型消费模式不断涌现。

从需求端看,居民消费结构从商品消费为主向商品消费和服务消费并重转变,为体验经济发展带来巨大市场空间。我国拥有14亿人口的超大规模市场,中等收入群体规模突破4亿人,为消费扩容升级提供了重要支撑。美团数据显示,2025年该平台与“快乐生活”相关的服务消费订单量同比增长36%。“什么值得买”消费平台数据显示,近一年来与体验消费相关内容热度持续上升,其中演出、手作相关内容热度分别同比提高232%和38%。从追求“性价比”到“心价比”,既折

满足居民消费升级需求

费并重转变,消费需求从“有没有”向“好不好”转变。体验经济有力激活消费潜力,优化供给体系,为畅通国内大循环、推动高质量发展注入强劲动力。

一方面,体验经济成为提振消费的重要引擎。一是拓展消费新场景,释放潜在需求。体验经济突破传统商品和服务消费边界,创造沉浸式演艺、主题文旅、潮玩体验等新型消费场景,有效将居民潜在精神需求、个性化需求转化为现实消费。二是拉长消费链条,放大乘数效应。体验经济具有强关联性、高带动性的特征,能够带动交通、餐饮、住宿、零售等全链条消费提升。消费者因体验而来、为体验停留,推动“流量”向“留量”转化,促进短期消费向持续消费延伸,有效提升消费时长、频次与客单价。三是提升消费层级,扩大品质消费。体验经济更好顺应了消费者为情感价值、独特记忆等付费的新趋势,推动消费从功能型向体验型升级,提升了消费规模与质量。

另一方面,体验经济成为优化供给的重要牵引。其一,引领供给创新,丰富优质供给。体验经济以消费者体验为中心,倒逼企业加强产品创新、场景创新和服务创新,大量定制化、沉浸式、互动式新业态涌现,有效解决了高品质供给不足、同质化严重、供需错配等问题。其二,提升供

给品质,增强供给适配性。体验经济推动企业更加注重文化内涵、品牌塑造、服务细节和场景营造,加快运用数字化、智能化技术提升体验品质,促进柔性生产、智慧服务、精准运营,显著提高供给体系对个性化、多样化、品质化的适配性。其三,盘活存量资源,提高供给效率。体验经济为传统商圈、老旧景区、老工业区等提供转型路径,推动商业空间向体验空间、社交空间升级,观光景区向文旅综合体转型。

目前,我国体验经济已广泛覆盖文化旅游、商业零售、教育培训、健康娱乐等多个领域。中国信息通信研究院发布的《中国体验经济发展报告(2025)》显示,截至2025年11月末,我国体验经济市场规模达18.4万亿元,同比增长22.6%,较全球平均增速高7.4个百分点,预计“十五五”时期保持20%以上的年均增速。

体验经济作为服务经济的重要延伸,是建立在服务经济基础之上、顺应消费升级趋势的经济形态。从国际上看,经济价值遵循“初级产品—产品—服务—体验”的阶梯式递进规律,体验经济的兴起有着深刻的经济社会基础和需求变迁逻辑。从国内看,我国服务业规模稳步扩大,为体验经济发展筑牢产业基础、拓展市场空

间,在以下方面实现了质态提升。

从标准化供给到个性化共创,实现消费关系重构。传统服务以标准化、流程化为特征,消费者是价值接受者。体验经济则以互动参与、价值共创为特征,消费者从被动接受转为主动参与、深度共创,推动供给从同质化向定制化、场景化转变,形成需求引领供给、体验驱动生产的新模式。

从功能效用到情感溢价,实现价值量级提升。传统服务的重心是功能性满足,体验经济则通过场景营造、情感联结、文化赋能、精神共鸣,为服务注入高附加值,完成从实用属性到美好感受、精神满足的跨越。

从单一业态到融合生态,实现产业边界拓展。传统服务业产业边界较为清晰,业态单一。体验经济则以体验为纽带,推动服务业与农业、制造业、科技、文化等深度融合,催生“体验+农业”“体验+制造”等跨界新业态,向融合化、场景化、品质化演进。

当前,我国体验经济正处于“量增”与“质升”并进的关键发展期。未来,要坚持惠民生和促消费,投资于物和投资于人紧密结合,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动,实现供需更高水平动态平衡。

实现“卖商品”到“卖体验”跃升

线上数字漫游和线下沉浸式展馆成为热门体验模式,大大提升了中华文明的影响力和传播力,产生了积极的社会效应。同时,文化供给与消费需求精准匹配,先进技术赋能体验提升,给游客带来更好的视觉和精神体验,进一步激活当地文化旅游资源潜力。实践证明,服务供给一定要与体验需求相适应,顺应人们对情感价值、自我表达的合理追求,从“性价比”转向“心价比”,从而为消费增长注入活力,为扩大内需开辟出一条接地气、有温度的新路径。

又如,商业零售的体验升级已成为很多地方活跃消费市场的新趋势。商务部等部门印发的《零售业创新提升工程实施方案》提出,鼓励百货店适当增购餐饮、娱乐、亲子等业态比例,探索深度联营、自采自营,从卖商品转向卖服务体验、解决方案、生活方式。从一些零售商业综合体运营实践中,其跳出零售逻辑,重视消费氛围感、实现销售驱动向体验驱动转变,是推动体验经济发展的重要途径。不少地方将商业综合体及其附近设施整体改造升级,把购物、休闲融为一体,通过举办各类文化节、打造城市文化IP等方式,极大拓展了购物的内涵,丰富了消费者体验。这些

做法也让商业综合体成为一座城市的重要名片和地标,激发了文旅商融合发展的创新活力。在乡村,特色农产品的推广不再只盯着城市商超这一条路,不少县域通过“农产品+旅游”方式,大力发展产品品鉴、采摘、休闲旅游一条龙的销售模式,不仅打开了农产品销售空间,也促进了农村地区三产融合发展。

类似这样业态创新、模式创新的案例还有不少,梳理总结其中的共性经验,即把销售产品或服务与提升消费者体验紧密结合起来,并转化为推动产品和服务附加值提升的重要动力。

其一,积极创新运营模式。体验经济的兴起是个性的消费供给、消费观念与消费需求共同作用的结果,也是培育消费新增长点、扩大消费市场覆盖面和影响力的重要驱动力。创新是体验经济的生命线。从体验一份独有的文化创意,到感受一场科技赋能的文化旅游,再到沉浸式体验网红打卡地,体验经济的外延不断拓展,内涵持续深化。不同业态的体验升级需与个性化、多样化的消费需求相契合。如商业零售要有实物产品和基础设施,脱离了这些去搞体验创新就相当于空中楼阁。体验经济的发展既要遵循经济运行

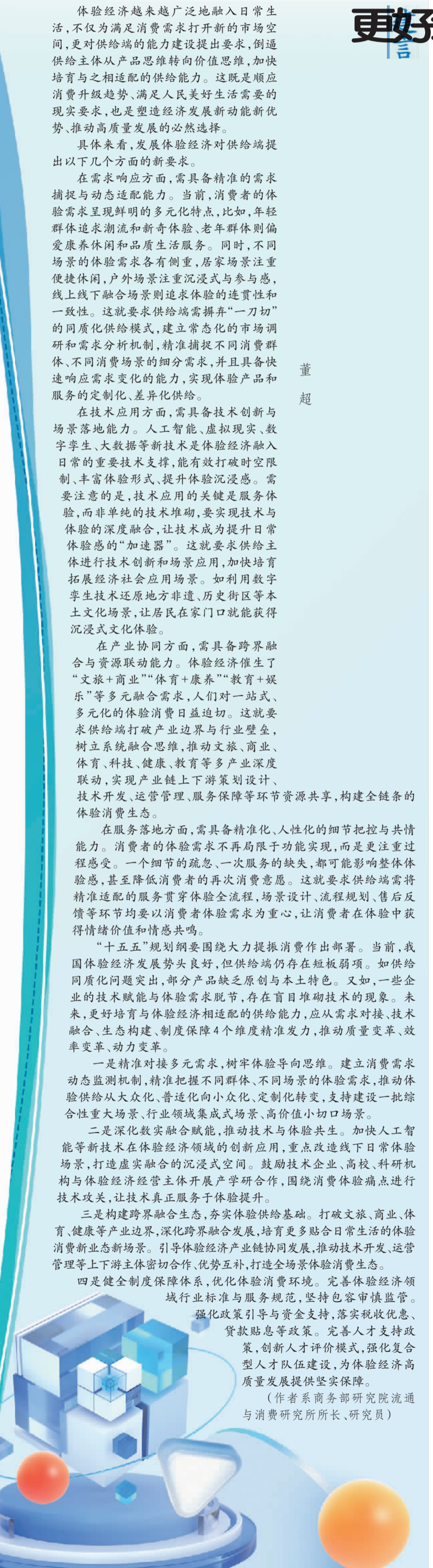
的内在逻辑和规律,还要积极创新运营模式,持续提升产业附加值。

其二,有效拓宽体验空间。科技对体验经济的赋能是基础,技术的交叉融合与业态创新协同并进,对消费需求的捕捉力大大提高,可有效满足消费者不断更新、持续升级的消费需求。推动技术向产业赋能,促进技术与场景适配,让新技术更好满足场景应用需求,实现从“设想”到“现实”的精准转化。数字技术的应用不仅能打破时空限制,还能对经营主体推广品牌、扩大产品和服务的影响力起到促进作用。比如,科技咨询行业通过人工智能技术应用,大幅提升了科研工作者的文献阅读效率。

其三,确保业态有序运转。体验经济正驶入发展快车道,要保持良好的发展态势,需顺应消费结构和产业结构转型趋势,在体验产品和服务的广度和深度上下功夫。比如,景区如何做好文物保护与客流动态调整有机结合、商业零售如何实现从销售到售后服务的闭环管理等,这些都是体验经济持续健康发展的关键课题。需持续优化管理,提高效能,构建更为完善的监管制度,确保业态有序运转,避免出现同质化竞争。充分发挥咨询、设计等生产性服务业的作用,为经营主体在培育品牌价值、实现品牌溢价、提高品牌影响力等方面提供助力。

三是消费的线上化趋势。直播带货已成为零售终端引流聚客、破局增收的热门渠道。越来越多的零售商搭上直播快车,不仅盘活线下门店固有客流,更顺势推介本土特产、特色食品,实现“一店多营、多元创收”的经营新跨越。实践证明,线上带货能够直接刺激人们的消费体验、激发消费欲望。平台借助数字技术提高供需对接效率,线上购物比例不断提升。商务部数据显示,我国网络消费延续向好向新的良好态势,2025年网上零售额15.97万亿元,同比增长8.6%,增速比上年全年加快1.4个百分点。

四是消费的可预测化趋势。“需求预测”的广泛应用,让人们的消费体验呈现出可把握的规律性,特别是大数据和人工智能等新技术,极大方便了商家捕捉消费者的需求和偏好。企业通过构建数据库,抓取热点数据、海量舆情进行需求预测,并根据需求变化,优化产品结构、改善用户体验,以提高复购率、推出新产品。这个闭环的起点是需求预测,既精准接住了消费者对情感联结的渴求,又为品牌开辟了低耗高黏的运营路径,让供给端与需求端高效对接,最终实现多方共赢的良性运转。



更好信

董超