

解压、治愈、陪伴……“情绪经济”为啥这么火？



平台热销的“放青松”盆栽。



平台热销的“捏捏乐”解压玩具。新华社发

随身携带的解压“捏捏乐”、虚拟世界的AI温情陪伴、释放负面情绪的“放青松”……当前，一些释放焦虑情绪、提供情感陪伴的创新产品受到年轻消费者青睐。

根据多家市场研究报告，情绪消费市场正呈现稳步增长的趋势。爱企查数据显示，近5年来，“解压”相关企业年注册量超过1.1万家，其中近1年内注册的超过3100家。

新业态让“买种心情”更加“走心”

不久前，在广西桂林市举办的一个动漫展上，不少年轻人专程前来“吃谷”。初中生小吴就是其中一员，“买到心仪的‘谷子’，幸福感堪比考试拿满分。”小吴说。“谷子”是英文单词“goods（商品）”的谐音，泛指由漫画、游戏等领域版权作品衍生出来的周边产品。“吃谷”就是一种情绪消费。

业内人士介绍，相较于传统的商品买卖，不断更新的情绪消费新场景、新业态、新模式，更加注重消费者的体验与感受。

一些实体产品被赋予了更多“情绪价值”。“压力大时捏两下，感觉很治愈。”广西学生苏庆告诉记者，“捏捏乐”虽然没什么实际用途，但捏起来软糯的手感和滑稽的造型让他觉得“很解压”。

记者在多个电商平台看到，今年以来，以“禁止蕉绿”水培香蕉、“放青松”盆栽香松等为代表的“谐音梗”桌面绿植销售火爆。长沙一家超市里，一米多长的薯片、大片辣条和超大桶方便面受到追捧；南宁不少“猫咖”里，猫咪慵懒地晒着太阳，顾客们和猫咪互动享受着放松时光。

一些情绪消费产品呈现出虚拟化特征。大学生小蒋不久前下载了一款AI陪伴产品，“无论我说什么，‘她’都会给出回应。很多事情没法对家人和朋友说，但可以告诉‘她’。”小蒋说。

重庆大学新闻学院副院长曾润喜介绍，年轻人追求的“情绪”不仅包含解压、松弛、疗愈，还包括真诚、陪伴，这些虚拟服务增加了消费者的选择，丰富了体验感。

消费者为何愿意买单？

“情绪消费是人们追求消费需求日益多样化和层次化的结果。他们对产品和服务的实用性诉求不强，更看重所能提供的情绪价值和情感共鸣。”曾润喜说，如今的情绪消费产品和服务更加多元化、个性化，让消费者更愿意“为情绪买单”。

南开大学社会学院教授管健说，情绪消费的本质是消费者通过购买行为填补情感缺口。随着社会发展，物质产品达到前所未有的丰富，人们的生理需要、安全需要得到满足，便开始寻求更高的发展性需要。

业内人士认为，生活方式的改变不断孕育出新的消费形态。一些情绪消费产品借助数字化、人工智能、大数据等技术，赋予消费品更加个性化的情感联结和符号意义。

广西天能人工智能应用技术有限公司联合创始人张裕强介绍，AI陪伴产品等产品的发展，契合了一些人试图在虚拟世界里寻找“情绪价值”的需求，就像他们的“树洞”。“有时候年轻人感觉到孤独，情感无处安放。这种产品的出现，恰好填补了这一空缺。”

构建更有温度的情感服务生态

受访人士认为，情绪消费将情感与产品联系起来，但在拓展消费新空间的同时，也应思考如何实现可持续健康良性发展。

“可不断丰富消费新场景、新业态、新模式，促进消费结构优化，营造清朗的消费空间。”管健表示，以优质内容推动高品质情绪消费，打造健康积极的精神文化产品。

一些专家提醒，任何技术的发展都伴随着潜在的风险。曾润喜认为，用户在使用AI陪伴产品的同时，应保持自己在认知和情感方面的主观能动性。

广西消费者权益保护委员会秘书长唐楚尧认为，要让“情绪经济”实现健康有序的发展，不仅需要高质量的产品资源作为支撑，还必须严格把控消费安全，注重用户隐私保护，同时防范和化解潜在风险，加强监管力度。

来源：新华网

追着花期去旅行：“赏花经济”绽放文旅消费新活力

桃花灼灼、玉兰飘香、梨花胜雪，进入四月，次第绽放的各色花卉将沈阳装点成“花漾之城”。这个春天，“追着花期去旅行”成为沈阳文旅新潮流。

走进沈阳市园林植物标本园，杜鹃标本区内已是一片花的海洋。枝头盛放的杜鹃花明艳热烈，远远看去如霞似锦，吸引大量游客前来感受春日花海的别样魅力。

“在这里给我拍一张。”来自河南的游客郑秋清特意来沈阳赏花踏青，她告诉记者，“最近沈阳天气不冷不热，阳光也特别好，走进花海之中觉得特别放松。”一朵朵玉兰竞相开放，与红墙古建和白塔交相辉映，勾勒出一幅诗意盎然的画卷……每到春季，沈阳东塔园的玉兰花都会率先绽放，成为沈阳春天的一道风景。今年沈阳东塔园推出的“百花齐放”冰淇淋和绽放的白玉兰一起“火”了。

“冰淇淋的设计灵感源于园内花卉，添加了白玉兰等花朵元素。”沈阳东塔园工作人员说。记者留意到，冰淇淋甜筒上，绣球花、海棠花、玉兰花等花朵团锦簇。现场购买冰淇淋的游客已排起长队，不少游客拿着冰淇淋与盛开的白玉兰合影。

“赏花经济”带火的不止冰淇淋。在沈阳故宫，不少游客身着旗袍、手持扇子，留下旅拍“打卡”照片。沈阳故宫的春日花事始于4月初，延续至5月中下旬，不同花卉依时序绽放，构成层次分明的赏花图谱。

结合花期，沈阳故宫推出的“金玉满堂打卡相框冰箱贴”“沈阳故宫迎春赏戏冰箱贴”等春季主题文创产品，灵感源自九间殿前的玉兰，融合大政殿、戏台等沈阳故宫古建筑元素，融入春季迁徙归来的雨燕，将沈阳故宫的春景转化为可触摸、可互动的文化符号，让文创产品花意更浓。

日前，携程发布的《“五一”旅游出行预测报告》显示，沈阳“五一”旅游市场火爆，机票订单量同比增长32%。在即将迎来的“五一”假期，沈阳组织策划4大主题200多项文体旅活动，除了赏花本身，也不断为餐饮住宿、户外运动、休闲露营、文创设计等多个领域带来活力。

“赏花经济”还为乡村振兴带来新动能。一场名为“春田花事”的花卉展

示活动在沈北新区财落街道尹家花卉小镇启幕。通过花卉艺术展、乡土市集等多元场景，促成12笔订单签约，吸引游客超3000人次，带动花卉销售额同比增长40%。

当前沈阳正尝试跳出“就花论花”的局限，让赏花成为地方特色文化的载体。近日，一群“簪花仕女”穿梭在沈阳植物园的花丛中，并在舞台上翩翩起舞，让《簪花仕女图》“跨越时空”与游客见面，赋予了赏花“文化味”。

业内人士认为，“赏花经济”虽火热，仍需持续培育文化厚度、服务温度和产业深度，这场“与春天的约会”才能不断绽放新彩。

来源：新华网



沈阳故宫内玉兰花盛开