

体验消费兴起

人们更愿为“感觉”买单吗

12天游三省，“慢游”烂漫春

日！不久前，2025年京津冀地区首趟银发旅游列车，满载400多名京津冀游客开启美好旅程。今年以来，铁路系统大力增开“银发专列”，一些热门线路甚至一座难求。

眼下，脱口秀、演唱会、舞台剧持续升温，急救培训、AI课程、厨艺缝纫等“夜校”成上班族新宠……人们更愿意为身心体验花钱、向悦己健康付费、给兴趣爱好买单，正是体验消费兴起的生动写照。

政府工作报告提出，释放多层次、多样化消费潜力，推动消费提质升级。其中，“扩大健康、养老、助残、托幼、家政等多元化服务供给”“创新和丰富消费场景，加快数字、绿色、智能等新型消费发展”等多项举措，为体验消费拓宽了路径。

一段时间以来，我国内需不足，特别是消费不振。与此同时，以体验消费为代表的消费潮流，正在成为消费新增长点。

体验消费，相比传统的商品消费，更加注重消费过程中的感受和体验，更加注重情感满足。这一消费潮流的兴起，顺应消费新趋势，激活消费新动力，有望成为提振内需新的发力点。

“体验”打头，是否意味着人

们更愿为“感觉”买单？

消费不是无源之水、无本之木，体验消费也并非虚无缥缈的感觉。在体验消费中，消费是一个过程，基础和载体仍然是服务与商品。不同的是，这些商品与服务除了实用价值，还凝聚了文化品质、审美内涵、情绪满足等体验价值。

体验消费背后，是一场深刻的消费转型。

记者发现，身边的年轻人热衷于囤优惠券点外卖、网购淘“平替”，中年人消费更趋理性、精打细算过日子，实则将省下的钱更多投向个人成长、子女教育。

人们看似分化的消费行为，更加印证了这一趋势：随着我国人均GDP不断攀升，人们的消费需求已从“有没有”转向“好不好”，从商品消费为主转向商品和服务消费并重，更加注重精神和文化需求，进而对消费供给提出更高要求。

打造独特的消费者体验，关键是以人为本。

定制旅行、私厨上门、个性化健身，针对多元需求开展私人定制服务；以旧换新，顺应更绿色、更智能、更健康的生活方式；商超百货进行适老、育婴遛娃、宠物托管等场景化改造……

虽然不同群体消费形式不

一，但对于被尊重、被关爱、被理解的消费诉求是一致的。越来越多品牌和商家选择沉下去挖掘细分目标市场的消费需求，立起来引领更具人文内涵的价值导向，致力于提供更有温度的商品与服务。

体验是“加分项”，品质和创新则是“必选题”，优质的内容和过硬的产品仍是基石。

体验感固然重要，但消费者不会因为“感觉”而忽视产品的实际用途。比如，购买智能手机，设计和用户体验很重要，但过硬的性能和功能同样关键。《哪吒2》爆火的背后，是4000余人主创、制作成本超5亿元的精心打磨。

当前，各地因地制宜发展新质生产力，做大做强先进制造业，积极发展现代服务业；更多企业加大技术创新投入，优化关键生产设备、工艺水平；更多行业通过数实融合，撬动质量变革，创新消费场景……千行百业正加快转型升级，以高水平供给提升商品质量、改善客户体验。

也要看到，当前消费环境仍有短板，人们花钱尚有顾虑。

卡里钱没用完，店家跑路了；买了视频网站会员，想看的节目必须再花钱升级权限；套路老年人消费，虚假、夸大宣传保

健品疗效……凡此种种，都会为消费者的体验蒙上阴影。

体验消费的场景种类繁多，也面临涉及领域宽泛、标准难以量化、维权更为复杂等挑战，需加快脚步打造与之相匹配的监管模式，为体验消费健康发展保驾护航，让消费者远离“情绪陷阱”“低价诱惑”与“品质焦虑”。

破除堵点难点痛点，才能更大范围提升消费者的获得感。

中办、国办近日印发《提振消费专项行动方案》，市场监管总局等5部门联合印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》；加快统一大市场建设，促进商品服务、要素资源自由流动；扩大高水平对外开放，持续营造市场化、法治化、国际化一流营商环境……一系列举措为优化市场环境按下“加速键”。

体验消费的兴起，印证中国消费市场提质扩容的广阔天地。

新的市场空间还在不断拓展，好的消费体验需要市场和政府“两只手”共同创造、共同呵护。只有不断提供高质量的产品、高品质的服务、高标准的环境，才能让消费者敢消费、愿消费、乐消费，创造可持续的体验价值，激活消费一池春水。

新华社北京3月20日电



山西·太原



讲文明树新风

争创文明城市 建设美丽太原

太原市文明办
太原日报社