

## 为“情绪”买单成新年消费新趋势

2026年01月06日 22:55 来源：中国经济网



元旦假期，全国文旅消费市场热度持续攀升。从“销假游”的错峰出行，到“跨年游”的沉浸式体验，再到“冰雪游”的季节特色，“悦己游”“仪式感跨年”“南北互换”等成为新年消费新趋势。

当物质生活丰裕之后，人们对情感归属、尊重和自我实现的需求愈发凸显。“情绪消费”的兴起，正是这一社会心态变迁的反映。尤其是在学业、就业等多重压力交织的当代社会，为情绪价值买单，俨然成为许多人舒缓压力、滋养心灵的“减压阀”。越来越多的消费人群选择“悦己”型消费，就是满足情绪价值的典型表现之一。这个元旦假期，众多游客沉浸式体验“跨年游”，背后则是国民消费从“物质满足”转向“情感体验”的结构升级。

无论是“悦己”，还是“悦人”，消费活力的释放，都离不开高质量、多样化的供给。北京中关村ART PARK大融城东区，众多潮流品牌首店入驻，元旦假期销售额突破2100万元；通过5G连接，南昌的滕王阁、武汉的黄鹤楼、岳阳的岳阳楼同步开展跨年活动，“天涯共此时”在科技赋能下有了当代注解……

政策红利的释放和基础设施的完善，让消费者“悦己”更便利。随着西延高铁开通运营，西安到延安的通行时间缩短至约1小时，黄河壶口瀑布景区日均接待游客量增长165%；2026年首批625亿元国补资金已下达，“以旧换新”的政策红利叠加节日效应，不断激发消费新活力；海南自贸港封关后首个元旦假期，“免税购物+海滨度假”模式成为吸引游客的亮点。

“情绪消费”的核心在于满足消费者的情绪价值。为此，品牌商家不妨通过个性化定制，为不同群体提供精准的情绪服务。比如，为职场人士提供“治愈系”产品和服务，为年轻人打造“社交型”消费体验，为中老年人营造“怀旧感”消费场景。当然，在这一过程中，也要防止过度营销和情感绑架。

要更好释放“情绪消费”市场活力，还依赖于更加成熟、完善的供给生态。“十五五”规划建议提出“扩大优质消费品和服务供给”，这对打造新场景提出了更高要求。未来，可以通过科技赋能，实现扩大优质供给。比如，加强智能消费基础设施建设，鼓励人工智能技术赋能健康管理、文化娱乐等领域。同

时，还可以通过建立健全适应消费新业态新模式新场景的管理办法，为场景创新提供制度政策保障。

新的一年，从满足“情绪价值”的消费开始，期待每个人能更好地关爱“老己”、享受生活。

单词:	持 续	攀 升	归 属	变 迁
	jíàozhī	yǎnrán	shūhuǎn	zīyǎng
	交 织	俨 然	舒 缓	滋 养

  

依 赖	打 造	赋 能	过 度
yīlài	dǎzào	fùnéng	guòdù

讨论:

1. 请分享一次让你印象最深、事后觉得“花得值”或“花得冤( yuān)”的消费故事，并说说当时情绪是怎样影响你下单的。
2. 新闻里提到“悦己型消费”“虚拟疗愈”等新词，你觉得这些现象在日本也存在吗？请举例说明。

源新闻: <https://www.chinanews.com/cj/2026/01-06/10547227.shtml>

音声 URL: <http://ttcn.co.jp/sound/text/files202601181768732738.mp3>