

春节是犒赏自我的黄金周，“爱你老己”马上买、马上游、马上玩

# 情绪经济 掀起消费新潮流

“马年新春，重庆大街小巷涌动着红火喜庆的节日氛围。与往年不同，今年的春节市场在传统年货热销之外，悄然兴起一股“爱你老己”的消费新潮流。

记者走访发现，从承载美好寓意的文创挂饰，到沉浸式的文化体验，再到热闹的社交欢聚与城市景观消费，“情绪价值”正成为驱动新春消费市场的新风尚。

## 一小玩意承载大心情 注重情感价值

春节期间，新春装饰品迎来一年中最红火的销售旺季。在新重庆国际小商品批发市场，红灯笼、春联、福字等传统元素随处可见。文创挂件层层叠叠铺满商铺，“马到功成”“马上来财”等贺岁春联被顾客反复翻看挑选，每家摊位前都围满选购的人群。

“我们从去年腊月初就开始备货，今年光是新春挂饰就备了40多款。”在朝天门经营了10多年节日装饰生意的陈广告诉记者，飞马造型的立体灯笼、挂满元宝的招财树盆栽成为今年的“尖货”。他观察到，不少做生意的老主顾专门来寻带马元素的装饰。近半个月来，他摊位的日销售额稳定在万元以上。

“买这些精巧的小挂饰，主要图个心头欢喜。”市民王女士精心挑选着串满福牌的中国结。像王女士一样，许多消费者在为好寓意和颜值买单的同时，也更看重这些“小玩意”所带来的即时情绪价值与氛围营造。

这股注重情感价值的消费风也席卷了黄金饰品市场。各大金饰品牌纷纷推出以骏马为灵感的主题系列，灵动造型叠加“马到功成”的吉祥寓意，成为市民新春贺岁、馈赠亲友的热门选择。

在南岸区某商场的金饰店内，彩釉工艺的马年生肖黄金吊坠被摆放在最醒目的位置。门店负责人介绍，马元素转运珠、手链、吊坠是近期销量最好的品类，“仅上周就售出200多件，部分热门小克重款式甚至一度断货。”

从几元的新春挂饰到上万元的黄金贺岁礼，这些承载着美好寓意的“小玩意”，正装点着山城的千家万户。

## 年轻人 为「心情」买单 沉浸式体验升温

今年春节市场还涌现出一批全新的情绪消费场景，年轻人用多元的方式为自己的“心情”买单。

在两江新区一家手工DIY体验馆，几位年轻人正沉浸于陶艺拉坯的专注中。市民李女士一边为泥坯塑形，一边分享感受：“平时工作节奏快，这种需要全神贯注的手工反而能让我彻底放空。花两三个小时看泥巴慢慢成型，特别有成就感。”店主介绍，春节假期门店预约量较平日翻番，除了情侣约会，闺蜜结伴而来的也明显增多。

与此同时，主打“沉浸式体验”的文化消费场景也在春节期间迎来客流高峰。

重庆中国三峡博物馆推出的“福·马上来”新春文化系列展览，以马为主题，通过书画、青铜器等珍贵文物多维度展现传统马文化及其精神内涵，吸引了众多市民排队观展。“带孩子来看展，不只是为了长知识，更想让他沉浸式感受传统文化的温暖与魅力。”广东游客罗佑华说。

重庆自然博物馆则从科学视角解读生肖文化。馆内常设展览“动物星球”“恐龙世界”等五大主题展厅之外，春节期间还特别推出“马的进化史”专题展，馆外广场同步举办“马舞新春——丙午马年生肖大联展”，将民俗文化与科普内容深度融合，吸引了大量亲子家庭和年轻观众驻足。

## 春节成犒赏自我的黄金周 双重消费叠加

春节不仅是团聚时刻，也成为许多人犒赏自我的“黄金周”，社交娱乐与城市景观消费随之升温。

春节期间，无人机灯光表演点亮重庆两江四岸，成为城市旅游新名片。美团旅行数据显示，上海游客对“重庆无人机灯光秀”搜索热度最高。与此同时，高空景观酒店备受青睐，重庆酒店“多人出行”订单较国庆增长30%。00后年轻游客预订量增长55%，60岁以上银发族增速更是达到79%，显示出不同代际对节日体验的共同追求。

社交娱乐需求同样旺盛。受返乡聚会、朋友叙旧等场景带动，KTV、桌游吧等休闲场所预订量大幅增长。

“我们店里下午场几乎天天爆满，需要提前两三天预约。”观音桥一家KTV经理告诉记者，春节期间预订量比平日增加三成以上，家庭包场和年轻人聚会各占一半。不少KTV还推出了“年夜饭套餐”，将传统年味与时尚娱乐结合，深受欢迎。

美团数据显示，受春节返乡聚会场景带动，中小城市KTV春节期间预订超三成。上海、北京、深圳、成都、杭州、武汉、广州、西安、长沙、重庆成全国休闲玩乐交易规模前十城市。

随着休闲玩乐消费的升温，折射出当代消费者对春节内涵的重新定义，在传统团聚之外，追求个人愉悦与情感满足的“情绪价值”，正成为越来越重要的年货。

上游财经综合重庆日报等