

游客为“懂我”买单 消费新场景

全国两会
重庆实践
提振消费

重庆天地
新春市集

享美食

防空洞变身打卡点

时间:3月7日晚上8:30

地点:“地下之城”防空洞火锅

相关

情绪消费背后 为“懂我”下单

从盲盒压岁钱的惊喜拆封,到马年限定玩偶的火爆出圈;从“现代光影+千年壁画”的灯会沉浸式体验,到AI陪伴机器人的温情互动……今年春节假期,“情绪年货”走俏春节档,“精神快充”式的情绪消费已深度融入大众生活。

艾媒咨询近日发布的中国情绪经济消费趋势洞察报告显示,2025年中国情绪经济市场规模达2.7万亿元,预计2029年将突破4.5万亿元。情绪经济正在成为驱动中国消费市场升级的新引擎。

今年是李瑞的本命年。春节期间,她专程来到甘肃省博物馆艺术生活馆挑选文创产品。马年限定毛绒玩偶、西部马仔毛绒玩偶……李瑞将各色“马”主题文创放入购物篮,准备送给大学同学。

“农历马年,我们推出了20多款‘马力全开’系列文创产品,部分款式早在假期前就已售罄。”甘肃省博物馆文创中心负责人崔又心说,今年春节期间,甘肃省博物馆文创产品共计销售近3万件,累计销售额达120万元。

从“拉布布”到“马彪彪”,潮玩文创的火爆出圈是情绪经济兴起的一个显性注脚。淘宝平台公布的“2025年度十大商品”中,超过半数与情绪价值需求相关。

AI赋能正在不断拓展情绪消费的新场景。今年春节,62岁的兰州市民成建宏结交了一位新“朋友”——AI陪伴机器人。“会拜年、能陪聊,有问必答,随叫随到。”成建宏说。

魔镜洞察发布的《2025年度消费新潜力白皮书》显示,AI玩具线上市场爆发增长,2025年累计实现销售额7.4亿元,同比增长427.4%;销量160.4万件,同比增长864.2%。“AI心理陪伴师”“AI情感咨询师”等AI产品逐渐走红,满足消费者多元化的情感需求。

“年轻人是情绪消费的主力军,功能和价格不再是他们消费行为的决定性因素。”崔又心说。《2025 Z世代情绪消费报告》显示,56.3%的年轻消费者将“兴趣与情绪满足”视为重要消费动因,较上一年提升16.2%。

当消费从“性价比”走向“情价比”,当“懂我”成为动人的购买理由,情绪经济正悄然重塑中国消费市场逻辑。

业内人士认为,情绪经济具有打破传统产业边界的潜能,不仅能精准匹配消费者个性化、多样化的情感需求,又能以“情绪+”的发展方式,催生新业态、新产业,激活市场消费潜能。

上游财经综合新华每日电讯等

赏花灯

水上灯会成文旅IP

时间:3月7日晚上8:30

地点:园博园“禧欢霓”大型水上灯会

3月7日晚上8:30,重庆新晋网红打卡地——园博园“禧欢霓”大型水上灯会入口处,人气爆棚。

在挂满红灯笼的“纳祥启福”区,市民张先生紧紧挽着年过七旬的母亲,试图找一个最好的角度拍照。“我在广州工作,今年春节因加班没能回家,周末我特地赶回来陪老人过节。”在大大的“福”字面前,张先生让游客帮他和母亲拍摄一张合影。母子深情偎依,成为灯火阑珊处最动人的剪影。

在《凤求凰》灯组前,年轻的小史借司马相如与卓文君的故事,向爱慕已久的女同事表白,女孩娇羞的脸被暖色灯光映红,满湖的灯火成了他们爱情的背景板。

《童梦奇言》和上百组卡通造型的灯组前,在8岁女儿和妻子欢快的笑声里,尚兴元积极上前参与互动。“平时孩子都是外婆带,我们陪孩子的时间少。”尚兴元说,今晚和妻子陪女儿逛灯会,“看到她玩得开心,我们也很开心。”

重庆园博园“禧欢霓”水上灯会,今年1月31日正式亮灯开园,灯会以“灯海映山城”为主题,打造6大主题区,依托光影艺术与非遗深度融合,实现从传统灯会向文旅IP的跨越式升级。

水上灯会开启后,带动园博园成为烟火气与时尚感兼具的消费聚集地。景区在北门、东门广场布局特色美食区与国潮文创市集,引入200多家小微商家与特色餐饮,本土小吃与网红美食齐聚。在灯会效应带动下,30多家流动商户有了长期驻扎的意愿。

声音

园博园相关负责人表示,作为重庆夜间经济新载体,园博园水上灯会通过文旅IP赋能,打通“吃、住、游、购、娱”全产业链,推动公园夜间消费场景迭代升级,带动周边业态提质增效。未来,园博园将持续挖掘园区文化内涵,创新文化活动形式,提升景观品质与服务水平,打造多元消费新场景,建设极具活力的超大型城市公园。

数据

截至3月3日,灯会及美食文创集市累计接待游客68万人次,夜间观灯游客达30万人次,跻身重庆热门景区TOP10,与洪崖洞、武隆喀斯特等老牌景区一起上榜。从单一节庆活动升级为城市文旅名片,园博园水上灯会成为重庆新晋的“流量担当”。

华灯初上,龙头寺公园附近的“地下之城”防空洞火锅店已人声鼎沸。3月7日晚上8:30,记者走进这座长达520米的地下空间,仿佛踏入山城深处的“不夜城”。防空洞内,200多张餐桌错落排布,可同时容纳1300多人就餐。粗犷的岩壁保留着洞穴的原始肌理,洞顶数千盏灯光如繁星般散落,艺术涂鸦与有年代感标语点缀其间,传统工业遗迹与现代烟火气息完美相融。

这片由18个防空洞组成的地下空间,曾是长安兵工厂旧址。如今,在重庆创新消费场景行动推动下,老防空洞重焕生机。

记者看到,洞内百锅同煮,烟火气十足。明档厨房里,师傅现场翻炒牛油底料,辣椒、花椒与牛油碰撞出醇厚香气,是吸引食客的核心招牌。鲜切吊龙、水牛毛肚、现打虾滑等特色菜品新鲜上桌,智能送餐机器人在通道平稳穿梭,成为游客打卡亮点。

除了国内游客,不少外国友人也慕名而来。极星汽车派驻重庆的瑞典专家克里斯朵夫、托马斯和安娜,每次来渝出差都会前来打卡。

英国游客吉米·斯塔克说,他从海外短视频平台上刷到了这家火锅店的视频,特意将重庆作为他首次中国之行的目的地。他对洞穴的工业风设计、智能机器人送餐的科技感碰撞印象深刻。

声音

防空洞火锅负责人梁焕介绍,2025年全年营收突破3500万元,尽显山城夜间消费活力。火锅城配套的休闲茶馆、背篓菜市,丰富了夜间消费业态,既便利周边市民日常消费,也为游客提供体验重庆生活的新场景。市国防动员办公室相关负责人介绍,下一步,重庆将继续打造“洞见历史”“洞感科技”“洞享生活”新场景,释放防空洞消费潜能。

数据

市国防动员办公室数据显示,2025年,30个纳入统计的防空洞项目接待游客突破千万人次,系列项目营收持续增长。目前,“江崖街洞天”特色消费场景,重庆已建成286处。2026年,重庆将继续推进100个“江崖街洞天”消费场景建设。

上游财经记者 廖平 杨圣泉 杨新宇 刘波 董亿

