

# 消费活力，在“体验”中生发



在新疆吐鲁番市托克逊县南湖杏花村，游客和当地居民参与游园活动。



市民在海南海口“非遗”市集上体验制作东山草编。



游客在嘉兴市南湖区“翼时空·嘉兴1921”的木制手作空间内体验。

中国消费的模样，正在被“体验”二字悄然重塑。

从一人一席的沉浸式观影，到“高空赏花”的新奇乐趣；从亲子共赴的田园研学课堂，到线下“拼豆”的慢生活体验……今年以来，一批以“体验”为核心的新场景在各地蓬勃兴起，成为促进消费提质扩容、拉动内需增长的重要引擎。

正是春光如海、万物勃发之时，新华社记者奔赴大江南北、深入消费一线，多维度观察体验消费的发展态势，感受中国大市场涌动的澎湃活力。

## “体验”重塑中国消费图景

这个春天，行走在神州大地，一组跨越地域的镜头生动展现消费市场的崭新气象——

北京法海寺壁画艺术馆内，球幕影厅穿越时空，数字技术1:1还原明代壁画，游客亲身体验沥粉堆金工艺，用指尖触摸历史温度；

河南开封清明上河园里，“大宋簪花游园会”精彩上演，身着宋代服饰的游客化身“剧中人”，在春日烟火中沉浸式感受大宋风华；

重庆解放碑商圈的一家咖啡店，年轻人围在操作台前全神贯注地练习拉花，一杯咖啡的制作过程，被拆解为可体验、可理解的学习内容。

记者在调研中感受到：以体验为核心的新业态加速崛起，并深度渗透文旅、商业、科技等多元领域，成为撬动消费增长、挖掘内需潜能的活跃力量。

数据有力印证这一变化趋势：今年一季度，旅游游览和娱乐与服务、文化服务平台交易额同比分别增长12.8%和8.2%；机构研究报告显示，我国体验消费市场规模已超过18万亿元，情绪型、体验型消费发展迅猛，增速领跑全球。

美国《欧亚评论》网站刊文称，中国人的消费选择正在发生根本性转变，情感价值和文化仪式被置于单纯的物质拥有之上，体验经济正强势崛起。

“我国人均GDP接近1.4万美元，居民需求正从物质型消费，向服务型 and 体验型消费深刻转变。”清华大学中国发展规划研究院常务副院长董煜说，人们越来越看重商品和服务承载的文化内

涵、审美体验与情绪价值，“心价比”逐渐取代“性价比”，成为消费决策的重要标尺。

值得关注的是，“体验”的不可替代性，正在为实体经济注入增长动能。

记者日前走进南京印象汇 Suning Fun 年轻力中心，看到线下商业被打造成融合社交、购物、娱乐的体验综合体：“趣玩地带”集合电竞影音、AI 机器人互动等潮流体验，聚焦萌宠社交提供宠物日托、训练课程服务，“超级里奥运动超乐园”汇集70多个室内娱乐项目，可“一票制畅玩”。

“我们打造以生活方式、情绪价值为核心的多元场景，消费者来这里不只是‘看产品’，更是‘体验生活’。”南京印象汇 Suning Fun 年轻力中心店长杨勇斌说。

今年春节期间，我国线下实体消费增速反超线上消费，为近年来首次。分析人士指出，随着各地商超加速调改升级，线下体验空间所提供的“情绪价值”，为实体商业带来新的消费增量。

“体验消费通过‘吃住行游购娱’全链条联动和‘商文旅体展’多业态融合，已经成为激发内需深层活力、构筑强大国内市场不可或缺的力量。”董煜说。

## 从规模扩张到价值跃升

如果说体验消费的“上半场”，拼的是场景新鲜感、流量爆发力，那“下半场”的核心命题，则是如何提质增效，实现从“有体验”到“优体验”、从“赚流量”到“留价值”的转型升级。

科技焕新，让体验“触手可及”。

走进西影集团打造的“无界XR影院”，映入记者眼帘的不是大银幕，而是40多个独立观影座椅，一把座椅就是一个“私人定制”XR影院，戴上头显设备，观众与电影的“第四堵墙”被完全打破，可身临其境体验鲸鱼在头顶遨游、战机从身边呼啸而过的震撼场景。

头戴AR骑行智能眼镜，目光所及景观会自动触发语音讲解；跟着能对话、会思考的数字人，定制个性化旅游行程；各地文博场馆里，扩展现实技术让沉睡的文物“活”起来……调研中，记者看到以人工智能为代表的新一轮科技革命正不断重塑体验边界、迭代消费场景，

推动更多“创新变量”转化为“消费增量”。

文化赋能，为体验注入“灵魂”。

三星堆的铜面具，金沙的太阳神鸟金饰，古滇国的驯马场面铜贮贝器……连日来，广西壮族自治区博物馆的青铜文明展人流如织。观众在“青铜绿”与“古铜金”的主题色调中凝视文物瑰宝，与跨越千年的文明对话。

“当前‘观展热潮’的背后，是公众对高品质精神文化体验日益增长的需求。”国务院发展研究中心市场经济研究所市场流通研究室主任陈丽芬说，从文旅景区到文博场馆，各地持续探索以文化赋能提升体验价值，推动体验消费从“流量驱动”向“价值深耕”转型。

细分需求，“个性化体验”潜力无限。

记者在采访中愈发感受到，需求侧的多元化浪潮，正加速推动供给侧创新升级。从游戏陪练到旅游陪拍、户外陪爬，从私厨上门、个性化健身等定制服务，到采春茶、挖野菜等农事体验，不同群体的多样化消费需求，催生了一批“小而美”的个性化供给，为体验消费打开广阔空间。

艾媒咨询发布数据预测，到2029年我国情绪消费市场规模将突破4.5万亿元，人们越来越愿意为“个性化体验”支付溢价。

不止于此，体验消费的乘数效应，正在撬动更多产业融合发展，向着“微笑曲线”两端的更高价值攀升。

以快速兴起的“工业+旅游”为例，曾经“谢绝参观”的工厂车间、生产产区，如今摇身一变，成为年轻人争相打卡的“新景点”。制造业与服务业正在体验消费的浪潮中日益融合，打开增长新空间。据预测，未来5年我国工业旅游产业将保持约18%的年均增速，到2029年市场规模有望突破3000亿元。

## 政策激活增长引擎

春日里，浙江金华武义县迎来研学游高峰。50多名中小学生在制作压花相框、探秘昆虫标本等体验中，将春日美景与科学知识一同“打包”带回家。

“孩子放春假，专门带他们来这里体验大自然的乐趣，既放松身心，又能学到知识，一举两得。”江苏游客齐先生说。

今年，浙江、江苏、安徽等多地实

施春假，春假叠加清明假期形成长达6天的“春日黄金周”，带动文旅等体验相关消费迎来爆发。去哪儿数据显示，4月1—6日，出行半径在800公里以上的旅客增长超三成，沉浸式主题乐园、各类文博场馆预订大幅攀升。

“各地中小学春秋假等改革举措，不断破除制约体验消费的体制机制障碍，有效激发了户外、研学等领域消费活力。”国家发展改革委国家信息中心宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

需求端潜力释放，供给侧迎来金融“活水”。今年1月，财政部等4部门优化实施服务业经营主体贷款贴息政策，相关部门还出台多项举措，对文旅、健康、养老、托育等体验类业态强化金融支撑。

“今年3月，中国工商银行为我们提供了近6000万元项目贷款，助力万岁山武侠城扩大沉浸式场景范围、优化游客消费体验。”河南开封市万岁山游览区有限公司财务负责人朱静说。

开年以来，从中央到地方，一系列政策举措为发展体验消费注入动能——

国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，明确支持发展“情绪式、体验式服务”；商务部等九部门发文，提出围绕体育健康、演出服务等领域打造消费新场景；广西积极发展票根经济，推动单一消费向联动体验转变；江苏等多地打造一刻钟便民生活圈“升级版”，在社区引入非遗手作、艺术展览等体验元素……

“我们将加力推进消费新业态新模式新场景试点，聚焦首发经济、跨界融合等重点方向，打造一批体验性强、带动面广、显示度高的消费新场景，释放消费潜力。”商务部部长王文涛说。

从提供商品到打造场景，从满足功能到创造意义，体验消费的兴起不仅是消费转型升级的生动注脚，更以其自身蓬勃发展的生动诠释：中国超大规模市场的潜力，就藏在从“有没有”“够不够”到“精不精”“好不好”的悄然转变里，藏在14亿多人民对美好生活的追求之中。

（据新华社 记者/赵超、王雨萧、潘洁）