

# 情绪消费 为“感觉”买单

□本报记者 徐曼

“禁止蕉绿”字样水培香蕉、带幽默文案的“打工人工立牌”、《小马宝莉》等IP的卡片、Jellycat的毛绒玩具、文创产品冰箱贴、虚拟世界的AI陪伴……近几年，不少样式奇特的创新产品成为网络爆款。而这些产品有一个共同点——满足了消费者的“情绪价值”。

情绪价值已成为当下市场消费的核心风向。“情绪消费”逐步重塑年轻人的消费习惯，也带来更多新场景、新业态。

如今，从“买一个让自己开心的商品”到“买一个商品让自己开心”，年轻一代消费者追求的不仅是商品，更是一场“心灵按摩”、一剂“情绪解药”。

## 情绪价值成新的消费力

日前，在保定西大街瞻岳文创店内，工作人员把毛绒版“板肠”和“焖子”夹进造型可爱的“火烧”，一份毛绒版全家福火烧新鲜出炉。这一套流程把游客的情绪价值拉满，受到不少好评。

据报道，这家文创店的货架上堆满了300余件趣味文创产品，保定美食正成为新的文化符号，为消费者带来多样消费体验与乐趣。

据中建文旅西大街运营负责人介绍，顺应消费升级趋势，他们把情绪价值嵌入消费体验中，无论是外形可爱的毛绒文创，咖啡与驴肉火烧跨界搭配的饮品，还是沉浸式传统文化手工体验课程，都能让游客在消费过程中不断获得新奇的情绪体验。

近年来，人们对于文旅消费需求不断升级，不仅追求性价比，更加注重“心价比”，情绪价值不断解锁新场景。情绪价值已经是一种新的消费力，“为情绪买单”成为文旅消费新的增长点。

《2024 中国青年消费趋势报告》显示，情绪成为年轻人的消费需求，近三成受访年轻人会为情绪价值买单。

在这个快节奏的时代，年轻消费者们所追求的已超越商品本身，他们越来越倾



廊坊游客专门开车来保定打卡驴火拿铁。

长城网·冀云客户端记者 刘梦妍 李全 摄

向于在生活的各个角落，寻找那份独特的慰藉。从“买一个让自己开心的商品”到“买一个商品让自己开心”。于是，这些能够满足他们情绪需求的服务和商品应运而生。

## “情绪商品”种类花样多

如今，市场上早已出现各式各样的、为消费者提供情绪价值的“情绪商品”。有实体商品如“禁止蕉绿”水培香蕉、“放青松”盆栽香松为代表的“谐音梗”桌面绿植，萌萌的“无边抱枕”和带幽默文案的“打工人工立牌”，各种玩偶、手办、盲盒等IP产品。还有虚拟服务如“考试加油包”“情感树洞”等，可谓是花样繁多。另外，具有广泛需求的文化旅游消费，也是情绪价值引领的重要领域。

不难发现，这些看似无实际功用的商品，对消费者来说是生活的“调剂品”，对商家来说是新机遇。

小红书搜索数据显示，近三年，香蕉、助眠、潮玩、棉花娃娃、绿植等和情绪相关的笔记发布量同比增长超过400倍。淘宝数据显示，2024年，为情绪价值和兴趣买单成为年轻人消费的首要理由，定制类热销商品中，手绘头像、无边抱枕、打工人工立牌等产品成交增幅超过50%。

据《情绪消费崛起：2025年市场格局与未来走向》显示，中国情绪消费市场规模将突破2万亿元，情绪经济正从边缘走向主流。可以说，当代人的代偿需求，正催生出万亿级市场。

情绪消费需求增长，推动了“谷子经济”（是指围绕二次元文化IP衍生出的周边商品经济。谷子经济主要涉及漫画、动画、游戏等IP的周边商品，如徽章、卡片、挂件等）走热。艾媒咨询数据显示，2024年，中国“谷子经济”市场规模达1689亿元，预计2029年整体市场规模有望达3089亿元。

此外，情绪消费升温，也开启文创新蓝海。如天宫藻井冰箱贴，助推北京古代建筑博物馆游人如潮；“蒜鸟”玩偶，带火武汉方言；凤冠冰箱贴，以超高“颜值”火爆出圈……展现出文创产品的魅力与市场潜力。

## 情绪经济“悦己”应有度

在社交平台上，有人这样总结“Z世代”（是一个网络流行语，也指新时代人群。Z世代，也称为“网生代”“互联网世代”“二次元世代”，通常是指1995年至2009年出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、智能手机产品等影响比较大）年轻人的消费心态：“千金难买我乐意”。

重庆大学新闻学院副院长曾润喜介绍，年轻人追求的“情绪”不仅包含解压、松弛、疗愈，还包括真诚、陪伴，这些服务和商品增加了消费者的选择，丰富了体验感。



瞻岳文创店的特色文创。

# 唐山：新就业群体与城市治理“双向奔赴”

本报讯(长城网·冀云客户端记者金宗明)“有了‘小哥码’，我们送餐更便捷，效率高多了。”在唐山开平区，外卖骑手李泽强对当地的新政策赞不绝口。近年来，唐山市聚焦快递员、外卖员等新就业群体“进门难”问题，创新推出“六个一”工作机制，通过部门联动、企业协作、社区服务等多措并举，打造了一条便捷高效的“无忧行”绿色通道。

部门联动，构建“一体化”服务体系。唐山市建立由市委社会工作部、总工会、公安局等10部门参与的会商机制，定期研讨新就业群体服务管理问题。同时，成立快递、网约配送等新业态党建联盟，推动资源共享、活动共办。目前，全市已建成920个新就业群体友好场所，为他们提供歇脚、充电、饮水等暖心服务。

社区+企业+物业，共管共治保畅通。针对不同社区类型，唐山实施“一区一策”，组织全市747个社区引导新就业群体登记备案，建立信息台账。平台企业与物业签订“文明出行公约”，规范骑手行为；物业人员经培训后，可快速核验身份、提供指引。部分小区还设置“专属停车区”“代跑入户”等服务，让



唐山市路南区暖心驿站，外卖骑手在休息。

配送更顺畅。

创新机制，让骑手更有“话语权”。唐山定期开展“骑手体验日”，邀请企业、居民代表换位体验，增进理解。平台企业建立恳谈协商制度，让骑手参与公司决策，优化配送流程。各地还涌现出不少特色做法：遵化市设立“小哥食堂”“深夜驿站”、开平区发放“小哥码”、玉田县开展交通安全宣讲、路北区推广智能外卖柜……点滴举措，让新就业群体感受

到城市的温度。

宣传引导，凝聚社会共识。依托“唐益新”服务品牌，唐山通过新媒体、社区活动等渠道，讲述骑手故事，增进公众理解。同时，鼓励新就业群体参与基层治理，如“三包三联”“社区365服务”等，进一步拉近他们与城市的距离。

从“进门难”到“无忧行”，唐山市正以精细化服务，推动新就业群体与城市治理“双向奔赴”。

# 衡水：村里建起“中医阁”

本报讯(长城网·冀云客户端记者张梅胜)村民在家门口就能把脉、问诊，并且针灸、拔罐、理疗样样行……近日，在衡水市武强县吴寺村，刚开业的“中医阁”十分热闹。

记者刚推开门，一股浓郁的中药香味就扑鼻而来。别看面积不算大，但中医服务都有，还能贴心代煎中药呢。侯振彬是吴寺村“中医阁”的负责人，在村里行医已有30多年。今年最让他欣喜的是，衡水在全市推进“中医阁”建设，让他积攒了大半辈子的中医技术有了更大

的用武之地。

侯振彬介绍，以前村卫生室条件有限，村民生病了，大多都得往县城里跑。现在村卫生室升级成了设施齐全的“中医阁”，还配备了低中频电子脉冲治疗仪、电磁波治疗器这些现代化的诊疗设备，新添了诊断室、理疗室、中药房和仓库。

自打村里的“中医阁”建成后，患者就没断过。侯振彬每天忙得不可开交，对每位患者都认真望、闻、问、切，仔细开具中医处方。

“中医阁”实力圈粉，不仅惠及了周

边群众，有的还吸引来北京、天津、石家庄等外地患者。

“去年以来，我们县根据各村卫生室中医药服务能力水平，选取8个村庄改建了‘中医阁’。”武强县卫生健康局医政医管(中医)股股长刘仁斐表示，今年计划再改建16个村级“中医阁”，扩大中医药服务的覆盖面，让更多群众享受到“简、便、廉、验”的中医药服务。

据了解，目前衡水已在全市100个社区卫生服务站、村卫生室建设了“中医阁”，为基层群众的健康保驾护航。

在专家看来，情绪经济可归为“悦己经济”，但和买漂亮衣服不一样的地方在于，这类消费本质上是在给自己加油打气或寻求沟通，最终获得心理上的满足感。

中国社会科学院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任任绍华表示，随着生活水平提高，居民消费能力快速提升，从“有没有”向“好不好”转变，消费者购买商品和服务由使用价值向精神价值拓展，由购买商品带来的愉悦心情、舒缓情绪等附加价值成为影响人们购买行为的主要因素，通过购买商品满足自身情感需求愈加重要。消费者购买的不仅仅是商品本身的功能，而是其所附带的情感共鸣、情绪反应及精神满足等。

生活方式的改变，不断孕育出新的消费形态。一些情绪消费产品借助数字化、人工智能、大数据等技术，赋予消费品更加个性化的情感联结和符号意义。

在石家庄市裕华区祥泰路的尔尔音声疗愈空间内，30余名市民闭目盘坐在星空投影下，跟随音乐治疗师的引导轻敲颂钵，低频声波在空气中共振，白领王薇眼眶微红地说：“工作焦虑时，这种声波按摩像给大脑做了SPA。”除此之外，场馆还推出了一系列诸如手碟鼓点疗愈、古风疗愈等课程，让客户在音乐中找回心灵的宁静。场馆相关负责人表示，一年以来，这类结合音乐疗愈的课程预约量大幅增长，九成参与者为25至35岁职场人群。

此外，一些情绪商品还体现出明显的数字性。近年来，“AI心理陪伴师”“AI情感咨询师”等虚拟服务在网络上走红。这些产品服务更便捷、私密，被网友称为“电子闺蜜”“电子伴侣”。

情绪消费在激发市场活力的同时，也有着一些不容忽视的问题和漏洞。比如不合理收费、缺少品质把控等。专家指出，“情绪商品”也是商品的一种，在包容新生事物的同时也需要相关部门加强对虚拟情绪产品市场的监管，建立有效的投诉和预警机制，让情绪消费有法可依、有章可循。

相关专家提醒，作为消费者，在享受情绪消费带来的愉悦和满足的同时，应增强辨别能力，理性对待情绪消费品，比如，在购买线上的虚拟产品时，要注重个人信息安全和隐私保护。积极参与现实生活中的社交活动，比如户外运动等，以更加健康、积极的方式满足自身的情感需求。

作为商家，要坚守底线，注重自身能力建设，适应消费变化趋势，既要有短平快的项目，也要坚持长期主义，在技术创新、商业模式创新上建立核心竞争力。持续激发情绪消费，需要商家不断提供情感互动、文化体验，同时也要重视产品质量，只有这样，才能真正将“情绪经济”的“流量”转化为“留量”。

本报讯(长城网·冀云客户端记者张艺萌 武新杰 实习生解博涵)5月22日，在石家庄市高新技术产业开发区，记者看到一辆无人驾驶投递车正行驶在珠峰大街海河道附近，沿着规划好的路线稳稳前行。遇到障碍物时，会自动停下并发出提示音，随后精准地调整方向绕开。这是石家庄邮政在试运行的无人投递车。

上午10点，博信科技创新产业园快递驿站工作人员的手机APP收到了快递送达的通知，他站在无人投递车旁，按照手机提示操作，输入取件码，随着“滴”的一声，车厢电子锁打开，顺利地取出了驿站包裹。

中国邮政石家庄分公司黄河揽投部经理李亚冰告诉记者，“目前无人车能完成石家庄高开区区域站点与各驿站的快递接驳任务，节省部分人力。随着应用场景增加和路线设置不断丰富，争取增加无人驾驶车辆的投入数量，能让无人车把快递送到居民手里，让快递配送变得更加高效、便捷。”

“你看，车身四周都有软包，最大程度能保障包裹的安全。”李亚冰边介绍，边向记者展示车辆细节，“目前，无人投递车装载空间达5立方米，单次能平均装运300个邮件，最高时速40公里/小时，满电续航120公里，能当一辆正常快递车日常投递使用。”

这批无人投递车搭载L4级自动驾驶技术，融合多源传感器，配备了先进的导航系统和避障技术，就像有了“智慧的眼睛”和“聪明的大脑”，实现360度无死角路况感知。不管是在宽敞的街道，还是在狭窄的小巷，都能灵活自如地穿梭。

除了石家庄市高新技术产业开发区，平山县和无极县也在试运行无人投递车。想象一下，以后当你在家门口看到一辆萌萌的无人投递车缓缓驶来，就像快递员自己找上门来，感觉新奇又有趣吧。

# 我省开通“12356”心理援助热线

本报讯(长城网·冀云客户端记者宋燕燕)近日，“12356”心理援助热线在河北省正式开通。

“12356”是全国统一心理援助热线电话，由国家卫生健康委协调工业和信息化部设置，旨在为公众提供心理咨询、心理疏导、心理危机干预等服务。其主要服务对象包括有一般心理问题的个体，例如因学业压力、职业压力、人际关系紧张等引起情绪困扰；处在心理危机状态的个体，例如因失业、婚姻家庭出现变故等导致心理压力过大；产生自残、自杀冲动无法通过自我调节缓解的个体；寻求精神卫生相关知识的个体，例如想要了解心理健康知识、缓解日常压力等。

目前，省市两级“12356”心理援助热线全部按期开通，共设置36个专业坐席，组建起一支由200余名专兼职咨询员构成的服务团队，面向全社会提供全天候响应、多领域覆盖、专业团队护航以及隐私安全有保障的心理支持服务。

河北省卫生健康委协调移动、联通、电信等运营商，免除了省内热线通讯费用。拨打省级“12356”热线，需加拨区号0312；拨打市级热线，直接拨打12356电话即可。

# 极危物种低斑蜻再现白洋淀

本报讯(长城网·冀云客户端记者边展旭)近期，雄安新区生态环境监控中心在开展春季白洋淀水生态监测过程中，观测到低斑蜻的成虫种群活动，经上海海洋大学专家鉴定，确定为《世界自然保护联盟濒危物种红色名录》(IUCN 2006年 ver 3.1)中极度濒危物种——低斑蜻。这一发现标志着白洋淀经过系统性生态治理，已成功重建符合清洁指示种生存的优质水生生态系统。

低斑蜻属于昆虫纲蜻蜓目蜻科蜻属，是典型的清洁指示种，其稚虫对水体溶解氧、重金属含量及底栖环境具有严苛要求。世界自然保护联盟(IUCN)红色名录显示，低斑蜻的濒危等级达“极危”(CR)；同时，低斑蜻被纳入2023年国家林草局修订的《有重要生态、科学、社会价值的陆生野生动物名录》，是该名录中唯一收录的蜻蜓目昆虫。这种曾广泛分布于东亚湿地的古老物种，因全球气候变化、栖息地萎缩等因素，其种群数量急剧下降。

近年来，低斑蜻在白洋淀区域的陆续重现具有重大生态指示价值，揭示着水生生态系统持续向好。



5月22日，工人在遵化市兴旺寨镇的一家食品厂包装车间工作。

端午节临近，粽子厂家和老字号酒店纷纷赶制粽子，满足市场需求。

新华社发(刘满仓摄)