

# 体验消费兴起 人们更愿为“感觉”买单吗?

新华社北京3月20日电 12天游三省,“慢游”烂漫春日!不久前,2025年京津冀地区首趟银发旅游列车,满载400多名京津冀游客开启美好旅程。今年以来,铁路系统大力增开“银发专列”,一些热门线路甚至一座难求。

眼下,脱口秀、演唱会、舞台剧持续升温,急救培训、AI课程、厨艺缝纫等“夜校”成上班族新宠……人们更愿意为身心体验花钱、向悦己健康付费,给兴趣爱好买单,正是体验消费兴起的生动写照。

政府工作报告提出,释放多样化、差异化消费潜力,推动消费升级升级。其中,“扩大健康、养老、助残、托幼、家政等多元化服务供给”“创新和丰富消费场景,加快数字、绿色、智能等新型消费发展”等多项举措,为体验消费拓宽了路径。

一段时间以来,我国内需不足,特别是消费不振。与此同时,以体验消费为代表的消费潮流,正在成为消费新增长点。

体验消费,相比传统的商品消费,更加注重消费过程中的感受和体验,更加注重情感满足。这一消费潮流的兴起,顺应消费新趋势,激活消费新动力,有望成为提振内需新的发力点。

“体验”打头,是否意味着人们更愿为“感觉”买单?

消费不是无源之水、无本之木,体验消费也并非虚无缥缈的感觉。在体验消费中,消费是一个过程,基础和载体仍然是服务与商品。不同的是,这些商品与服务除了实用价值,还凝聚了文化品质、审美内涵、情绪满足等体验价值。

体验消费背后,是一场深刻的产品转型。

记者发现,身边的年轻人热衷于囤优惠券点外卖、网购淘“平替”,中年人消费更趋理性、精打细算过日子,实则将省下的钱更多投向个人成长、子女教育。

人们看似分化的消费行为,更加印证了这一趋势:随着我国人均GDP不断攀升,人们的消费需求已从“有没有”转向“好不好”,从商品消费为主转向商品和服务消费并重,更加注重精神和文化需求,进而对消费供给提出更高要求。

打造独特的消费者体验,关键是以人为本。

定制旅行、私厨上门、个性化健身,针对多元需求开展私人定制服务;以旧换新,顺应更绿色、更智能、更健康的生活方式;

商超百货进行适老、育婴遛娃、宠物托管等场景化改造……

虽然不同群体消费形式不一,但对于被尊重、被关爱、被理解的消费诉求是一致的。越来越多品牌和商家选择沉下去挖掘细分目标市场的消费需求,立起来引领更具人文内涵的价值导向,致力于提供更有温度的商品与服务。

体验是“加分项”,品质和创新则是“必选题”,优质的内容和过硬的产品仍是基石。

体验感固然重要,但消费者不会因为“感觉”而忽视产品的实际用途。比如,购买智能手机,设计和用户体验很重要,但过硬的性能和功能同样关键。

《哪吒》火爆的背后,是4000余人大创,制作成本超5亿元的精心打磨。

当前,各地因地制宜发展新质生产力,做大做强先进制造业,积极发展现代服务业;更多企业加大技术创新投入,优化关键生产设备、工艺水平;更多行业通过数实融合,撬动质量变革,创新消费场景……千行百业正加快转型升级,以高水平供给提升商品质量、改善客户体验。

也要看到,当前消费环境仍有短板,人们花钱尚有顾虑。

卡里钱没用完,店家跑路了;买了视频网站会员,想看的节目必须再花钱升级权限;套路

老年人消费,虚假、夸大宣传保健品疗效……凡此种种,都会为消费者的体验蒙上阴影。

体验消费的场景种类繁多,也面临涉及领域宽泛、标准难以量化、维权更为复杂等挑战,需加快脚步打造与之相匹配的监管模式,为体验消费健康发展保驾护航,让消费者远离“情绪陷阱”“低价诱惑”与“品质焦虑”。

破除堵点难点痛点,才能更大范围提升消费者的获得感。

中办、国办近日印发《提振消费专项行动方案》,市场监管总局等5部门联合印发《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》;加快统一市场建设,促进商品服务、要素资源自由流动;扩大高水平对外开放,持续营造市场化、法治化、国际化一流营商环境……一系列举措为优化市场环境按下“加速键”。

体验消费的兴起,印证中国消费市场提质扩容的广阔天地。

新的市场空间还在不断拓展,好的消费体验需要市场和政府“两只手”共同创造、共同呵护。只有不断提供高质量的产品、高品质的服务、高标准的环境,才能让消费者敢消费、愿消费、乐消费,创造可持续的体验价值,激活消费一池春水。

## 美媒:美经济前景正变得越发不确定

据新华社北京3月20日电 《参考消息》20日刊登彭博新闻社网站文章《美国经济前景正变得越发不确定》。报道摘要如下:

华尔街分析师和经济学家一致认为,美国经济的近期走势将更加动荡。前景将比预期更加崎岖;经济增速更慢,通胀压力更大,国际经济和金融方面的相互影响更加复杂。

最近的“疲软”数据继续发出警告

## 我国发电装机容量达34亿千瓦

新华社北京3月20日电 国家能源局20日发布的信息显示,截至2月底,全国累计发电装机容量34亿千瓦,同比增长14.5%。

其中,太阳能发电装机容量9.3亿千瓦,同比增长42.9%;风电装机容量

信号,14日美国密歇根大学令人失望的消费者信心调查结果凸显了这一点。信心、收入预期和通胀都在朝着错误的方向发展。

关税和政府效率部的公告带来的政策不确定性加剧了低收入消费者的担忧,这些因素加剧了关于收入和物价的不安全感,并导致联邦政府对承包商的支付中断。特朗普政府的说法已经从“没什么”演变为与经济“排毒”相关的“小混乱”。

5.3亿千瓦,同比增长17.6%。

1至2月份,全国发电设备累计平均利用505小时,比上年同期减少61小时;全国主要发电企业电源工程完成投资753亿元,同比增长0.2%;电网工程完成投资436亿元,同比增长33.5%。

## 跨半球连亚非!

### 中国首次实现上万公里星地量子通信

据新华社合肥3月20日电 记者20日从中国科学技术大学了解到,学校科研人员潘建伟、彭承志、廖胜凯等与国外多个科研团队合作,在国际上首次实现量子微纳卫星与小型化、可移动地面站之间的实时星地量子密钥分发,在单次卫星通过期间实现了多达100万比特的安全密钥共享,并在中国和南非之间相隔12900多公里的距离上建立了量子密钥,完成对图像数据“一次一密”加密和传输,为实用化卫星量子通信组网铺平了道路。

基于量子密钥分发的量子保密通信是迄今唯一可实现“信息论可证”安全性的通信方式,将大幅提升现有信息系统的信息安全传输水平。利用卫星平台进行自由空间量子密钥分发,能够突破光纤等传输限制,实现全球范围的量子保密通信。

3月20日,国际权威学术期刊《自然》杂志在线发表了这一成果,审稿人称赞此成果是“技术上令人钦佩的成就”“展示了卫星量子密钥分发技术的成熟”。

## 杭州滨江工人大思政课精彩开讲

本报讯 通讯员朱益竺报道 近日,杭州高新区(滨江)工会“百千万”宣传队伍培训班开班,100余名区“百千万”宣传传播队伍成员参加。

区总工会党组书记、常务副主席葛宇鹏开启了高新区(滨江)工会思政第一课。大思政课围绕百年工运史,习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述、重要讲话和重要指示,以及2025年上级工会和区委重点工作任务,如何做好新时代工会宣传教育工作等内容,以“劳动赞歌”“铭记初心”“坚定使命”三个篇章展开。

接下来,高新区(滨江)总工会将以中华全国总工会成立100周年

为切入点,结合《关于创新打造“中国工人大思政课”的工作方案》的任务部署,以“守好红色根脉·班前十分钟活动”、“劳模工匠“四进”活动等为抓手,以“回响”主题宣讲会、“劳模工匠进校园·开学第一课”等为范本,创新开展滨江特色“思政微课堂”,组建一支由劳模工匠、企业班组长、党员骨干、工会工作积极分子、8090和00后青年等组成的政治素质好、示范引领强、职业技能高的领讲骨干队伍,推进“大思政课”进企业、进车间、进班组,打造具有“高新特质、滨江特色”的工会思想政治引领品牌。

## 放飞春光

3月20日,台州市仙居县双庙乡油菜花竞相绽放,一群小学生在花田间放风筝,尽享春天。近年来,双庙乡通过“党建+农旅融合+观光休闲”模式,积极发展乡村休闲生态旅游,促进当地农民增收,助力乡村振兴。

通讯员王华斌 摄



## 学习两会精神 践行使命担当

线上学习感悟,线下教育授课……近日,衢州经济技术开发区消防救援大队掀起了学习贯彻全国两会精神的热情。

大队还利用训练间隙开展小宣讲,广泛宣传解读两会精神新思想新观点,全面营造学习贯彻两会精神的浓厚氛围。

王涛

原文、授课解读感悟原理、个人自学深化吸收等方式,引导全体指战员不断加深对全国两会精神实质的理解与掌握,确保两会精神学深悟透、入脑人心。

大队还利用训练间隙开展小宣讲,广泛宣传解读两会精神新思想新观点,全面营造学习贯彻两会精神的浓厚氛围。

王涛



王江先生 黄斌女士

王江先生与黄斌女士于2015年喜结连理,至今已十载。值此结婚十周年,敬告亲友,亦作留念。

### 拍卖公告

受委托,本公司将于2025年3月20日10时在本公司会议室进行公开拍卖会,现公告如下:

一、拍卖标的:

1.陈朗船酒797瓶(详见拍卖物品清单),起拍价为41,290.20万元;拍卖保证金为10万元。

二、拍卖、报名及展示时间:

时间:即日起至3月21日17时止,接受咨询、报名;报名需提供有效身份证件到杭州市上城区西湖大道250号602室报名。2025年3月26日—3月27日(上午9时至下午15时)前实地看样。

三、咨询电话:(0571)87076777 13588764510

浙江宝利国际拍卖有限公司

2025年3月21日

金华市利源装饰有限公司办公用品一批(详见拍卖物品清单),起拍价为100元。

四、竞买人资格:

竞买人须具备完全民事行为能力的自然人或法人。

五、特别说明:

1.本次拍卖的标的物为陈朗船酒797瓶,不含包装盒。

2.竞买人须自行承担运输费用。

3.竞买人须自行承担拍卖成交后的相关税费。

4.竞买人须自行承担标的物的瑕疵责任。

5.竞买人须自行承担标的物的运输、装卸、保管等费用。

6.竞买人须自行承担标的物的灭失风险。

7.竞买人须自行承担标的物的法律风险。

8.竞买人须自行承担标的物的税负。

9.竞买人须自行承担标的物的法律责任。

10.竞买人须自行承担标的物的诉讼风险。

11.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

12.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

13.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

14.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

15.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

16.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

17.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

18.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

19.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

20.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

21.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

22.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

23.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

24.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

25.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

26.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

27.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

28.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

29.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

30.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

31.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

32.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

33.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

34.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

35.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

36.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

37.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

38.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

39.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

40.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

41.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

42.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

43.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

44.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

45.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

46.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

47.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

48.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

49.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

50.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

51.竞买人须自行承担标的物的其他风险。

52.竞买人须自行承担标的物的其他风险。