

## 看似无实际功用的商品,成为受消费者喜爱的生活“调剂品”——

# 情绪价值催生消费新场景

“买一瓶‘好运喷雾’,下单一份‘树洞倾听’……市场上,富含情绪价值的商品品类正变得越来越丰富、销量越来越高。

消费品类从物质范畴拓展到精神范畴,消费理念从功能型向享受型、治愈型延伸,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。

你会为情绪价值埋单吗?

### 从实体商品到虚拟服务,“情绪商品”火了

“期末考试前,我下单了一瓶‘好运喷雾’,上考场的时候给我们宿舍4个人都喷了一遍。”在北京读大学的小赵表示,“好运喷雾”在“00后”中很流行,虽然大家都知道这只是一瓶普通的衣物清新剂,但喷上就感觉好运降临、信心十足。“就是心理作用,但有的‘好运喷雾’味道特别好闻,光闻着就心情好,再贴上‘好运’标签,心理暗示作用更强了。”

同样被赋予积极寓意的还有各种水培水果、蔬菜。例如,代表“椰来椰好”的水培椰子和代表“薪水番番”的水培番茄,出现在越来越多人的工位上。

从实体商品到虚拟服务,“情绪商品”火起来。

有人喜欢购买无用但有趣的实物。有的职场新人在工位上摆上卡通版“财神”,为日常工作增添一份乐趣。还有人通过捏玩玩具达到放松心情的目的,近期天猫平台上“捏捏乐”的搜索量同比增长超过125%。

有人通过购买虚拟商品获得情绪价值。“我是你朋友给你点的七夕布谷鸟,不孤不孤不孤”“你朋友给你点的夏天蚊子来喽,嗡嗡嗡”,下单后客服添加微信好友,用文字模拟布谷鸟或蚊子的叫声。看似“无厘头”的行为,却收获了不少消费者的好评:“朋友非常喜欢”“笑得停不下来”“超级好玩,钱花得不亏”。记者了解到,淘宝上“虚拟蚊子”卖得好的店铺,一年可卖出几十万、甚至一百万单。

是谁在为消费情绪价值埋单?

年轻人是主力。麦肯锡发布的《2024年中国消费趋势调研》显示,64%的消费者更加看重精神消费,并且年轻消费者对精神消费的重视程度更高。据一些淘宝店主的观察,愿意为情绪价值埋单的以年轻群体为主。

### 看重商品附带的情感共鸣、精神满足

为什么许多年轻人愿意购买情绪商品?

“我经常为情绪价值埋单,既买过香薰等实物商品,也下单过陪玩服务。”今年32岁的小白已经工作9年了,平时工作压力较大,希望通过消费找寻生活中的仪式感或找一个情绪纾解的渠道。

缓解工作压力,是年轻消费者购买“情绪商品”的原因之一。“我花了近1000元把自己的工位好好装饰了一番,现在每天上班心情都好多了。”上海市民小刘说,她给自己配了一个彩色的机械键盘,给绿植换上了漂亮的花盆,定制了桌垫,还摆上了自己珍藏的摆件,“换成自己喜欢的款式,每天都会有一个好心情。情绪消费让我拥有了寻找微小幸福的能力。”

在专家看来,情绪经济可归为“悦己经济”,但和买漂亮衣服、美妆产品不一样的地方在于,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。

相关机构发布的“2023中国现代消费发展指数”显示,认为“悦己”更重要的消费者比例增长明显,达到47.8%,较2022年增长了16.8%。这一变化反映了新一代消费群体有着自己独到的消费主张,不再简单地对产品功能埋单,他们的消费更在意消费中包含的满足感、参与感和仪式感。

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依绍华表示,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。

### 催生新产品、新场景,为商家提供机遇

供给方如何看待“情绪消费”?

最近,在淘工厂上,定价48.8元1串的水培香蕉“爆单”了。福建省漳州品品鲜电子商务有限公司的负责人林文海说,今年3月,他决定

回乡创业做水果。“我们最开始就是卖水果,后来有人在我们直播间下单苹果蕉时要求带杆子发货,我们逐渐看到了商机。”他说,社交平台为水培香蕉的爆火提供了助力,随着直播间下单的人越来越多,他们开始定制纸箱和卡片,销量又更上一个台阶。“最火的时候一天能有1.5万单,平均每天也是在1万单左右,确实‘爆单’了。我们还卖‘动感光波’,也就是水培菠萝,一天最多卖出了1.8万单。”

情绪消费催生新产品、新品牌,为商家带来了勃勃商机。

以香水为例——据统计,近年国内香水香氛行业年均增速超过20%。消费者为啥喜欢买香水?艾媒咨询数据显示,在2022年中国消费者对于香水香氛产品作用的调查中,74.4%的消费者认为香水具有愉悦自我、情绪疗愈的作用,占比在所有选项中居于首位。

为什么企业越来越钟情开发“情绪商品”?

这既是为了在激烈的市场竞争中脱颖而出,也是为了提升品牌黏性。专家指出,随着市场竞争日益加剧,当产品的独特性和创新性遇到瓶颈,企业想在市场中站稳脚跟,除了在研发上继续下功夫,还要跳出产品功能性的限制,通过企业文化、品牌故事、时尚包装等手段,为产品附加情绪价值。同时,在品牌成长的过程中,产品的差异性决定了品牌辨识度,产品的情绪性则带来了品牌认可度。在产品功能相近时,谁能提供更多的情绪价值、谁的品牌口碑更好,谁就能获得消费者青睐。

依绍华建议,商家要运用大数据分析消费需求偏好、细化消费市场,以精细化营销精准对标消费群体,开发更多能够满足情绪价值的商品,将商品与消费者进行情感链接,引发共鸣,更好满足这一消费新需求。

“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。(徐佩玉 林丽鹏)

## 国家外汇局:5月份我国外汇市场运行总体平稳

国家外汇管理局6月17日发布的数据显示,我国跨境资金流动趋向均衡,外汇市场运行总体平稳。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英说,5月份,企业、个人等非银行部门跨境收入和支出规模相当,呈现基本平衡,跨境资金流动形势显著向好;市场预期保持平稳,外汇交易理性有序,结售汇逆差明显收窄,外汇市场供求状况进一步改善。

数据显示,在我国外贸发展态势持续向好的支撑下,5月份货物贸易项下跨境资金净流入同比和环比分别增长23%和76%,净流入规模创2023年下半年以来单月新高,持续发挥稳定跨境资金流动的基本盘作用。

同时,外资配置人民币资产意愿较强,5月份净买入境内债券320亿美元,环比增长86%,处于历史较高水平。(张千千 刘开雄)

## 国家统计局:促进房地产市场平稳健康发展

6月17日,国家统计局发布的数据显示,2024年5月份,70个大中城市中,各线城市商品住宅销售价格环比下降、同比降幅略有扩大。

国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长刘爱华6月17日在国新办举行的新闻发布会上表示,党中央、国务院高度重视房地产工作,中央政治局会议提出,要抓紧构建房地产发展新模式,促进房地产高质量发展。国务院常务会议指出,要着力推动已出台政策措施落地见效,继续研究储备新的去库存、稳市场政策措施,这些政策举措的贯彻落实,下一阶段将会促进房地产市场平稳健康发展。

5月17日,中国人民银行、国家金融监督管理总局等部门出台一系列支持房地产的举措,包括明确取消全国层面房贷利率政策下限、下调房贷首付比例和公积金贷款利率、设立保障性住房再贷款等多方面内容。(孟珂)

## 人力资源和社会保障部:我国电子社保卡领用人数超10亿

人力资源和社会保障部发布的最新数据显示,当前全国电子社保卡领用人数超10亿,电子社保卡已开通全国服务100项、属地服务1000余项、服务渠道432个,累计服务超500亿人次。

社会保障卡包括实体卡和电子卡两种。截至今年3月末,全国实体卡持卡人数达13.8亿,覆盖98%的人口。电子社保卡在手机上即可申领,且与实体社保卡一一对应、功能基本相通,扫码即可使用,能在手机上直接进行线上操作。

为全面提升社保卡便民水平,人力资源和社会保障部此前印发通知,加快推进社保卡居民服务“一卡通”建设,提出到2027年,社保卡在民生服务领域得到广泛应用,全国“一卡通”基本实现。

下一步,将加快推动实现全业务、跨部门、跨地区用卡,不断拓展社保卡在就医购药、交通出行、文化体验等领域的应用范围;借助银行、邮局、基层平台等下沉服务,不断拓展便民服务圈功能,实现更多服务就近办、多点办、提速办。(邱超奕)



## 河北隆尧:陶瓷外贸订单生产忙

6月12日,河北省隆尧县一家陶瓷出口企业的工人在生产车间内工作。

近年来,河北省隆尧县根据县域经济发展特色,结合市场需求,打造高端日用陶瓷生产基地,将陶瓷产业发展成出口创汇的特色产业。该县出台系列措施鼓励陶瓷出口企业加大新技术、新产品研发设计的投入力度,不断提升陶瓷产品的实用性和艺术性。目前,隆尧县年产1500多万套高档日用陶瓷制品,八成产品出口至欧美市场。牟宇摄