



3月17日,游客在坝景区身着少数民族服饰拍照。近年来,当地深入挖掘坝村文旅融合发展潜力,一方面打造沉浸式旅游体验项目,让游客在欣赏自然风光的同时感受乡土传统农耕文化;另一方面吸纳本地村民就业,鼓励创业增收,推动农业与旅游业互促共进。 ■ 新华社记者 彭奕凯 摄

体验经济,释放消费潜能新引擎

■ 欧阳洁

春光正好,风与花的温情,漫过枝头,落在肩头。坐一趟赏花主题专列,看遍沿途赏花胜地的鲜花,再感受一次非遗簪花体验;踏入万亩花海,漫步田间市集,再听一场激动人心的花田音乐会;相约山野林间,感受万物复苏,再进行一场酣畅的越野比赛……在蓬勃春日里,以花为媒,文旅体验、游玩购物、赛事竞技有了更多玩味和体验乐趣,勾勒出“春日经济”的生机画面。

“春日经济”热潮之下,不难看到,人们不再仅仅满足于驻足观花,而更享受花间赏心悦目的环境,期待拥有一份独特的消费感受和体验。从关注产品和服务功能,转向创造个性化、沉浸式的体验,以“春日经济”为代表,体验经济正成为释放消费潜能、活力的新引擎。

体验经济契合消费升级趋势。眼下,消费供给日益丰富,满足了人们对商品和服务基本功能的需求,消费者对“拥有什么”的渴望,正逐渐让位于对“感受如何”的追求,转而在意消费给自己带来的价值体验和

情感诉求。倾心心血自己亲手打磨一件首饰,远比买一件标准化的商品更有意义;在洞洞咖啡馆细品一杯咖啡,精致的景观让普通的咖啡散发不一样的风味;在古城游玩时扮演不同的人物角色,体验不一样的人生经历……与传统消费不同,体验经济正是在消费升级趋势下,体现人们对商品和服务内涵有了更高的追求,消费成为实现价值认同、情感连接和情绪投射的过程。消费者不仅享受商品和服务,也参与创造个性化、互动性的消费体验。

体验经济释放文化活力。体验经济注重消费者沉浸式参与,无论是身着古装体验古代生活,还是参与文物修复、文创设计,消费者不再是旁观者,而是文化传承的参与者与传播者。在非遗工坊亲手捏制陶坯、在古法染坊浸染一方素绢,沉睡的非遗技艺在消费者体验中慢慢苏醒,引发文化认同与情感共鸣。旅游也不再只是看风景,消费者走进当地生活,体验特色文化,更愿意为演出买单,为打卡奔赴一座城市。文化在消费者体验中变成可以触摸、参与的商品,也是可以互

动、体验的生活场景,释放着新的活力和动能。

“十五五”规划纲要提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动,实现供需更高水平动态平衡,增强国内大循环内生动力和可靠性”。体验经济正在成为新消费的主流,重塑消费需求,激发消费供给创新。今年春节9天假期中,实体零售增速首次反超网上零售3.9个百分点,注重体验的线下消费蕴藏着不小的潜力。

体验经济催生个性化、多样化的消费供给。如今,消费者更在意“被记住的体验”。商品只具备基本使用功能,很难吸引消费者,需要在商品之上附加更多的情绪价值;文化景区干城一面,很难让人们驻足,需要追溯历史文脉,打造更多拥有特色文化底蕴的场景。体验经济的兴起,对消费供给方提出了更高的要求,因地制宜,精细化挖掘,才能创新更多消费场景,提供更多有特色、有温度的优质商品和服务。

一杯茶,不只是解渴,更是和朋友共享的美好时光;一次旅行,不只是观光,更是为了探寻一段历史。如今,体验经济呈现新消费的广阔前景,也在重塑消费供给,激活市场潜能。未来随着消费需求不断升级,供给能力持续提升,体验经济将创造更多新价值,更好地满足消费者需求。《人民日报》2026年4月1日第19版

“春日经济”不只是单纯的踏青消费,而是连接“吃、住、行、游、购、娱”的复合型经济形态 从赏花“流量”到消费“增量”

■ 齐志明 窦皓 王永斌

这个春天,从踏青赏花到寻味尝鲜,从徒步骑行到登山露营,从商圈市集到古城街巷,涌动的春意与旺盛的人气交织,纷纷转化为亮眼的数据和消费表现。

以花为“媒”,多业态融合,如今的“春日经济”不再是简单的踏青消费,而是在新场景、新产品、新服务的赋能下,连接起“吃、住、行、游、购、娱”全产业链的复合型经济形态,是体验经济的生动呈现。春光无限好,“春日经济”持续升温,既为美好生活增添更多亮色,也为经济社会发展注入新的动能。

拂过时,花浪翻涌,空气中浮动清甜的花香,与古村的唐风飞檐、千年古樟构成一幅动静相宜的田园画卷。凭借“推窗见花,出门入画”的独特体验,“多美好”等民宿的房源提前一周就被订空,古村焕发新生,成为年轻人追捧的网红打卡地。

从单一赏花到“赏花+旅拍”“赏花+文创”“赏花+民宿”等多元业态,芦溪县的“美丽经济”正不断延伸产业链,形成文旅融合发展态势,让乡村的“颜值”转化为“产值”,为乡村全面振兴注入持久活力。

群山。

露营地使用的帐篷,大多来自当地。在缙云县壶镇镇的北山狼户外用品有限公司体验门店,户外爱好者们沉浸式体验新品装备后纷纷下单采购;在装运区,这里是另一派热火朝天的景象——工人们快速打包着色亮丽、折叠便携的露营装备,装车发往全国各地。

“开年以来订单就没断过,特别是进入3月,咨询量环比翻了将近一番。”公司负责人吕振鸿展示后台的订单系统,“这批帐篷是客户为清明小长假准备的,指定要防暴雨级别的,我们得在月底前交付3000顶。”

春赏—— “赏花+”业态上新,“颜值”变产值

“一进园区就被这片花海惊艳到了!郁金香开得层层叠叠,樱花也缀满枝头,空气里都是春天的味道,带着家人来春游,踏青、赏花、农趣,特别惬意。”春光明媚,在江西省芦溪县仙凤三宝园,正在花海前拍照的游客李思韵笑着分享。

走进仙凤三宝园,4.6亩的郁金香花海正迎来盛花期,吸引市民游客纷至沓来,踏青赏景。阿波罗、红色长安、幸福一代、水晶之星等6个品种的郁金香成片绽放,放眼望去,从炽热的橙红,到温柔的粉白,再到明亮的鹅黄,每一朵都饱满紧致,层层色彩交织出一座童话般的“马卡龙花园”,令人沉醉。由鲜花编织而成的彩色拱门,与层层叠叠、深浅不一的花朵相呼应,宛如流动的画卷,延伸向天际,人们驻足其间,俯仰皆成画中人。

【延伸阅读】

春光渐好,人们赏花热情高涨,新需求催生新供给,赏花经济也顺势升级,“赏花+美食”“赏花+科技”“赏花+文创”等融合业态蓬勃发展,助力消费者从“走马观花”走向“沉浸式体验”。

在赏花出游场景带动下,民族服饰旅拍爆发式增长,成春日消费新亮点。苏州、杭州、南京、西安、扬州等城市受春日出游场景影响,成旅拍搜索热门城市。簪花、汉服等特色服饰妆造体验,成为年轻人打卡目的地的标配。

今年以来,当地山地露营地接待游客量持续增长,热衷露营的年轻人不断升级装备,直接带动上游生产企业产销两旺,整个壶镇镇的户外休闲用品产业正在春日里全速运转。

“一顶顶帐篷、一个个撑起的不只是城市游客的休闲时光,更是一个山区县产业转型升级的崭新天地。”缙云县经济商务局副局长王晋说,从家庭作坊到现代化企业,缙云的户外用品产业正借着“春日经济”的东风,奔向更广阔的市场。

春赛—— 户外运动走热,装备销量增长

春日的浙南山区,阳光明媚,暖风和煦。在浙江省缙云县的骑纪公园,滨江绿道旁传来阵阵引擎“低吼”——众多品牌的机车整齐列阵,来自全国各地的千余名机车骑士,参加一年一度的机车嘉年华。

随着一声嘹亮汽笛,车流缓缓启动。全长数公里的车队宛若游龙,60公里的巡游路线,穿越青山绿水和古村,抬眼一望便是油菜花田与黛色群山。

“除了机车骑行,还有露营和音乐节,每年我都要来缙云赴这场春天的‘约定’。”来自浙江台州市的资深车友谢胜荣,戴上随骑骑行徽章的马甲,跨上黄色的哈雷机车,一路飞驰。

缙云乡骑行线是其中备受欢迎的户外露营地,沿途是典型的乡村风景。行至BIG M大森自然营地,碎石汀步、地栽绿植点缀其间,一排排有序停驻在规划区域。

【延伸阅读】

春分前后历来是人们亲近自然、参与户外运动的活跃时段,带动户外穿戴、露营地设备等迎来销量增长。淘宝天猫数据显示,进入春季,户外品类销售增幅明显,“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品备受消费者青睐。3月以来,伴随换新需求及出行频次提高,软壳衣迎来销售高峰,越野跑鞋销量增速较户外鞋类整体高出60%,引领户外鞋类增长爆发。

越来越多消费者看重装备与运动项目、活动强度、使用体验之间的匹配度。运动护膝、健身手套等护具销量增长明显,营地鞋、越野跑鞋等鞋品类颇受欢迎。这说明春季户外消费正由“入门式、尝鲜式”购买,转向更加专业、精细和注重体验的品质消费。

【延伸阅读】

春分前后历来是人们亲近自然、参与户外运动的活跃时段,带动户外穿戴、露营地设备等迎来销量增长。淘宝天猫数据显示,进入春季,户外品类销售增幅明显,“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品备受消费者青睐。3月以来,伴随换新需求及出行频次提高,软壳衣迎来销售高峰,越野跑鞋销量增速较户外鞋类整体高出60%,引领户外鞋类增长爆发。

越来越多消费者看重装备与运动项目、活动强度、使用体验之间的匹配度。运动护膝、健身手套等护具销量增长明显,营地鞋、越野跑鞋等鞋品类颇受欢迎。这说明春季户外消费正由“入门式、尝鲜式”购买,转向更加专业、精细和注重体验的品质消费。

春享—— 市集引流,补贴促消费

摊位前,中药调茶饮摆放在桌子上,依次排开;智慧中医体验馆,市民站在智能体验设备前,个性化调养方案自动生成;集市核心区,一场中医药趣味小游戏拉开帷幕,吸引不少消费者参与……

在四川省成都市龙泉驿区杉杉奥特莱斯广场,“龙泉潮玩集”中医药集市热闹开办,吸

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

让体验经济名副其实

■ 白雪蕾

创新是体验经济的生命线,唯有持续的内容创新、技术创新、模式创新,才能不断适配消费者日益升级的体验需求。应鼓励企业加大沉浸式交互、数字孪生等前沿技术的场景化研发应用,推动体验产品向绿色化、智能化、个性化转型。同时,加大对中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的支持力度,扶持兼具文化内涵与原创能力的国货体验品牌,让非遗技艺、民俗文化通过更为多元的创新表达融入现代生活,既守住文化根脉,也激发市场活力。

体验经济的核心竞争力,从来不是场景的堆砌,而是兼具情绪价值、文化价值与社交价值的优质内容。要以主题化、社群化思维升级商业空间,立足地域文化特色与资源禀赋,差异化主题场景,联动周边文旅、生态、商业资源,打造“商业+文化+生态”的全域消费生态圈,让商业空间升级为有温度、有内涵的生活社交舞台。同时,深化数字技术赋能,依托大数据、人工智能精准刻画用户需求、匹配消费供给,全面提升服务效率与供需适配度。

《光明日报》2026年3月30日第2版

从一人一席的沉浸式戏剧,到亲子共享的田园研学课堂;从活化传统的非遗手工作坊,到虚实交融的元宇宙体验馆……当前,大批以“体验”为核心的新业态蓬勃兴起,人们开始从“购买商品”转向“购买体验”,从“追求实用”迈向“追寻共鸣”,让体验经济成为拉动消费增长、推动产业升级的重要新引擎。

当前,我国体验经济覆盖文旅、康养等多个领域,业态边界持续拓展,市场规模稳步扩容,正处于“量增”与“质升”并进的关键发展期。随着居民消费需求持续向个性化、品质化、多元化升级,体验经济蕴藏的发展潜力持续释放,而如何抢抓行业发展新机遇,破解供给与需求的结构性适配难题,让每一次消费体验都不负期待,仍需精准破题、系统发力。

现阶段制约体验经济高质量发展的突出短板,是供给端的创新乏力与结构性失衡。不少领域盲目跟风、同质化内卷,模板化复制的网红打卡场景往往“火得快,凉得更快”,难以形成持续的用户黏性与商业价值;部分业态融合流于表面,仅停留在元素的简单叠加状态,未能实现深度“化学融合”与价值共生,缺乏独具特色的核心竞争力;加之IP全链条转化能力不足,高品质、高附加值的原创体验产品仍较为稀缺。破解这些行业发展难题,唯有靶向施策、精准发力,才能推动体验经济实现质效双升。

守护“美好体验”,还应构建跨行业创意协作与IP全链条运营机制,夯实行业规范发展的制度保障。要推动文博机构、艺术创作者、非遗传承人与商业主体深度合作,搭建常态化创意协作平台,将优质文化IP、艺术元素转化为可感知、可参与、可传播的体验产品与服务,延伸IP产业链与价值空间。同时,健全IP授权规范、利益共享机制与知识产权全链条保护体系,严厉打击抄袭模仿、虚假宣传等乱象,充分激发原创主体的创新活力。还应加快完善分业态行业标准与服务规范,强化跨部门协同监管,畅通消费维权渠道,为消费者营造安全放心的消费环境,为行业健康发展筑牢底线。

体验经济的本质,是“以人为中心”的消费升级。唯有以创新为魂、以融合为径、以IP为脉,以规范为基,持续优化供给结构,提升供给质量,才能让每一位消费者都能在体验中收获温暖,让体验经济真正成为拉动内需增长、赋能产业升级的持久动力。

赏花+旅拍”走热

进入3月以来,美团平台上相关搜索量环比增长超348%。

从搜索人群来看,20至35岁人群占比近八成。

苏州、杭州、南京、西安、扬州等城市成旅拍搜索热门城市。

春日换新需求旺

3月以来,抖音平台上服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额均同比增长超70%。

户外运动产品走俏

进入春季,淘宝天猫平台上户外品类销售增幅显著,并且对于“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品,消费人群增长明显。

政策支持,拉动春日消费。“预计今年一季度,门店的销售环比去年四季度将增长近20%。”专卖店店长王洲介绍,通过国补叠加店补等政策优惠,门店3月的销售额有望突破100万元,手机、空调、冰箱等成为热门品类。

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

“赏花+旅拍”走热

进入3月以来,美团平台上相关搜索量环比增长超348%。

从搜索人群来看,20至35岁人群占比近八成。

苏州、杭州、南京、西安、扬州等城市成旅拍搜索热门城市。

春日换新需求旺

3月以来,抖音平台上服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额均同比增长超70%。

户外运动产品走俏

进入春季,淘宝天猫平台上户外品类销售增幅显著,并且对于“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品,消费人群增长明显。

政策支持,拉动春日消费。“预计今年一季度,门店的销售环比去年四季度将增长近20%。”专卖店店长王洲介绍,通过国补叠加店补等政策优惠,门店3月的销售额有望突破100万元,手机、空调、冰箱等成为热门品类。

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新,悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%;销售总额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额同比增长超70%。(苏咏潇参与采访)

《人民日报》2026年4月1日第19版



3月27日,游客在汉中市汉台区老君镇黄塘村黄塘水乡景区乘坐热气球。 ■ 新华社记者 邹竟一 摄