



2025

情绪消费研究报告： 洞察新消费趋势下的 市场机遇与挑战



目录 CONTENTS



01 引言

02 情绪消费的内涵与兴起

03 情绪消费的市场现状

04 情绪消费的驱动因素

目录 CONTENTS



05

情绪消费的影响

06

情绪消费市场的问题与挑战

07

情绪消费的未来趋势



研究背景与意义

01 年轻一代消费观念转变

情绪释放影响消费决策，关注心理健康，寻求情绪疗愈产品和服务。

02 情绪消费市场崛起

快闪店、情感机器人等满足消费者情感需求，商品情绪价值受重视，销量提升。

03 企业应对策略

了解情绪消费趋势，创新产品设计和营销策略，打造情绪共鸣产品以抢占市场。

04 消费者理性选择

帮助消费者理解自身需求，做出理性消费决策，平衡情绪满足与经济负担。

05 推动行业创新与发展

为各行业带来新机遇，促进传统行业转型，催生新兴业态，繁荣消费市场。





01

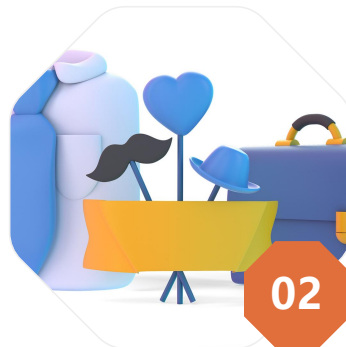
情绪消费的内 涵与兴起



情绪消费的定义与内涵

情绪消费定义

消费者追求商品情感体验，用购买行为实现情绪满足和心理补偿，超越基本物质需求。



情绪价值核心

强调商品情感传递作用，满足个人心理满足，压力舒缓，情绪宣泄，情感寄托。

消费形式多样化

玩偶、盲盒等产品凭借设计、文化内涵成为情感表达载体，网络情绪服务满足情感慰藉需求。



文化旅游消费

旅行体验满足独特情感需求，消费者在欣赏风光文化中获得愉悦和放松，提升情绪价值体验。

情绪消费兴起的背景

社会压力与情绪需求

快节奏生活、职场压力导致人们寻求情绪慰藉，消费行为转向满足情感需求。

消费观念转变

消费者从关注商品功能到追求精神满足，特别是年轻一代寻求个性化和情感体验。

企业营销策略创新

品牌通过情感共鸣的故事和产品设计，与消费者建立情感联系，推动情绪消费市场发展。

互联网与社交媒体影响

信息快速传播影响消费决策，社交媒体内容激发购买欲望，电商平台促进情绪消费普及。





02

情绪消费的市场现状



市场规模与增长趋势

01

情绪消费市场增长

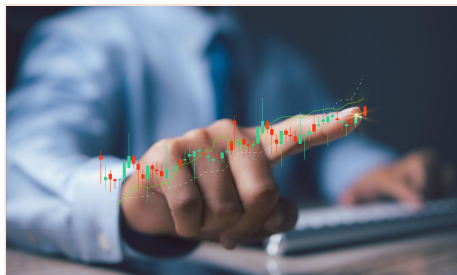
全球疗愈经济2025年规模预计达7万亿美元，情绪消费作为关键部分，将迎来广阔空间。



02

产业年均复合增长率

2013年以来，情绪消费相关产业年均复合增长率12%，文化、影视、游戏产业快速扩张。



03

中国情绪消费市场

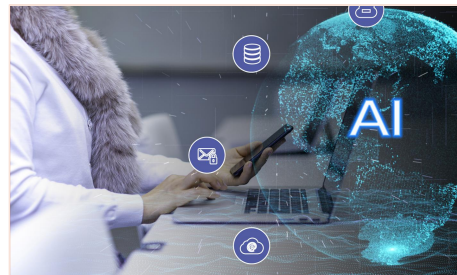
预计2025年中国情绪消费市场规模将突破2万亿，潮流玩具、解压玩具市场发展迅猛。



04

线上情感服务市场

线上情感服务如“AI虚拟恋人”市场增长快速，用户付费意愿增强，发展潜力巨大。





主要消费群体特征

Z世代消费特征

追求个性化，热衷独特IP产品，注重社交分享和自我表达，形成独特消费文化。

职场人士消费行为

面对压力大，通过消费寻求慰藉，如解压玩具、休闲活动、咖啡甜品等，以放松和恢复精力。

热门情绪消费品类与案例



盲盒经济现象

泡泡玛特盲盒玩法创新，IP形象深入人心，与《哪吒之魔童闹海》合作款手办市场反响热烈。



潮流玩具市场

泡泡玛特举办各类活动增强用户粘性，"天生羁绊系列"手办盲盒上市即热销，展现潮流玩具市场潜力。



宠物经济剖析

中国城镇养宠家庭数量增长，单只宠物年均消费提升，宠物殡葬、动物摄影等周边服务兴起。



情感陪伴消费

北京“猫予咖啡”提供宠物陪伴办公服务，高时薪仍受追捧，显示快节奏生活中人们对情感陪伴的需求。

03

情绪消费的驱动因素



社会与文化因素

01

压力现状与情绪消费

调查显示，86.5%受访者有压力，54.0%感觉压力大，消费者通过情绪消费寻求心理慰藉。

02

马斯洛理论与需求层次

当生理需求满足后，人们追求更高层次的精神需求，情绪消费满足自我价值和心理需求。

03

消费者行为分析

职场人士购买解压玩具、参加冥想课程等，这些消费行为帮助他们调整情绪，满足自我实现需求。

04

年轻消费者与自我表达

年轻人购买限量潮流玩具展示品味，追求他人认可和尊重，以此满足自我实现的需求。



经济因素



居民收入增长

2024上半年全国居民人均可支配收入名义增长6.5%，消费者有更多资金满足非物质需求。



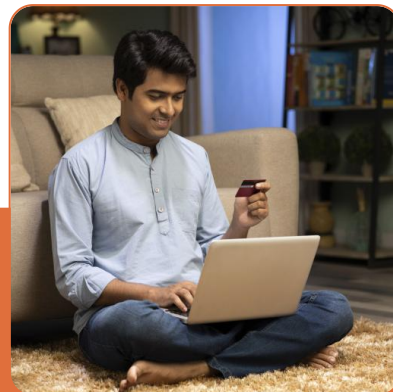
消费能力提升

消费者基本生活需求满足后，对盲盒、手办、文化活动和旅游等情绪消费投入增加。



Z世代消费观转变

Z世代注重自我表达，追求独特消费体验，更愿意为满足情感需求的商品支付高价格。



独特消费文化形成

Z世代在“谷子经济”中占比超70%，热衷购买动漫、游戏周边，形成独特消费文化。

技术因素

01

社交媒体影响

信息传播迅速，网红推荐激发购买欲，社交媒体成为消费决策重要参考。

02

电商平台便利

在线购物普及，情绪消费产品丰富，时空限制被打破，购买行为更便捷。

03

新技术推动体验

VR、AR提供沉浸式体验，满足消费者对新奇、真实感受的追求，促进情绪消费。

04

人工智能应用

智能系统理解消费者情绪需求，个性化推荐商品和服务，实现情感陪伴和心理支持。

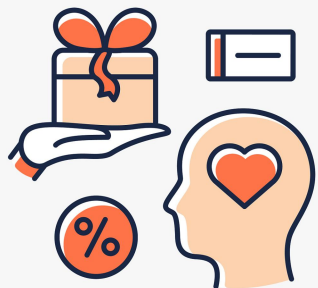


04

情绪消费的影响



对消费者的影响



情绪消费的心理效益

购买潮流商品带来快乐满足感，缓解焦虑，提升心理健康水平。



自我表达与认同实现

通过独特设计的商品展示个性品味，实现自我表达和认同。



Social Media
Presence

EDITABLE STROKE

社交互动与关系建立

分享收藏心得，建立社交圈子，增强自信心和幸福感。

SPECIAL
Promotion

提升生活品质与社交生活

拥有限量版商品展现魅力，获得社交认可，拓展社交关系，提升生活品质。

EDITABLE
Icon



SPECIAL
Promotion

SPECIAL
Promotion

An illustration of a shopping scene. In the background, there's a blue tree on the left and a building with a 'SHOP' sign on the right. In the foreground, several stylized figures are shown. A woman in a dark blue top and light pink pants is holding a large orange shopping bag. Next to her, a man in a blue shirt is looking at a smartphone. To his right, a woman in a red top is also holding a shopping bag. In the lower foreground, there are more figures, including a person in a grey top and light pink pants, and another in a red top, all appearing to be part of the shopping crowd. The overall style is flat and modern with a pastel color palette.

对企业的影响

01、情绪消费市场机遇

企业挖掘消费者情绪需求，创新产品服务，扩大市场份额，如泡泡玛特通过IP形象和盲盒策略吸引年轻消费者。

02、应对情绪消费挑战

企业需大量投入进行市场调研、产品研发和营销创新，准确把握消费者情绪需求，避免市场失败风险。

对企业的影响



01 提升竞争力策略

加强市场调研以精准定位目标客户，注重产品创新打造独特情绪价值产品，通过品牌故事建立情感共鸣。



02 优化营销与服务

加强品牌建设提升形象，利用多元渠道开展情感营销，优化服务保持竞争优势，增强消费者参与感和忠诚度。



对行业与经济的影响

情绪消费驱动产业升级

玩具、宠物经济、文化旅游等行业受益，产业结构优化，新兴产业发展迅速。

潮流玩具行业崛起

盲盒、潮玩手办带动制造、设计、销售等相关产业，催生IP授权、文化创意等新兴产业。

宠物经济带动产业链

宠物食品、医疗、美容等行业繁荣，相关消费增加，促进经济增长和就业。

情绪消费市场规模扩大

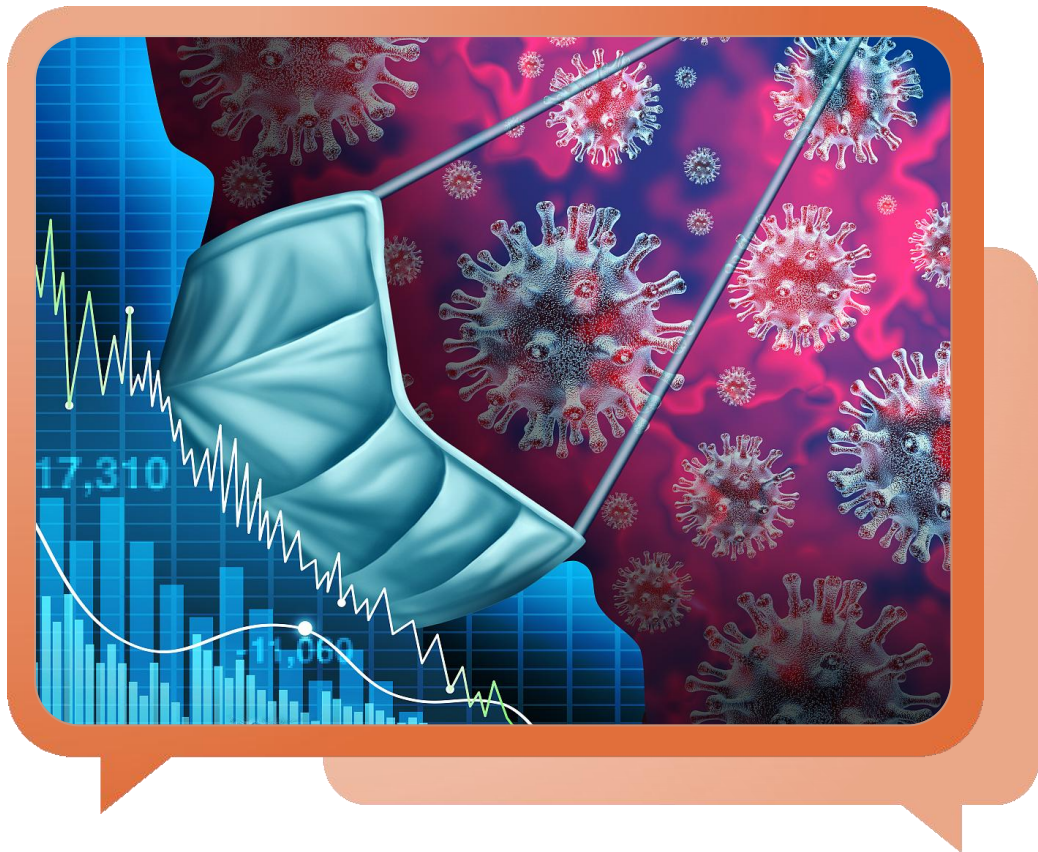
预计2025年中国市场将超2万亿，推动经济发展，创新消费产品和服务，丰富消费体验。

05

情绪消费市场 的问题与挑战



过度消费风险



情绪消费影响

消费者负面情绪下可能冲动购买，寻求心理慰藉，忽视实际需求和经济能力。

冲动消费后果

导致经济压力增大，可能引发储蓄减少、债务增加，影响个人财务健康。

心理影响分析

过度消费后可能出现后悔、自责，加重心理负担，可能进一步引发心理问题。

社交关系破坏

可能因过度消费与亲友产生经济纠纷，忽视情感交流，影响社交关系的和谐。

产品与服务质量参差不齐



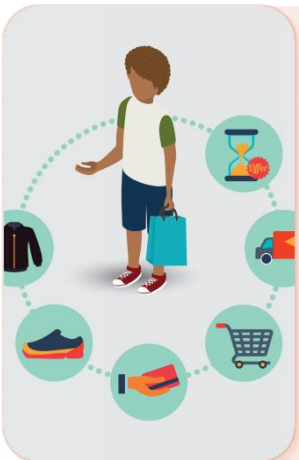
情绪消费市场问题

商家为求利润降低成本，产品质量下降。解压玩具材料不环保，服务人员态度敷衍，安全隐患与消费者情感需求无法满足。



低价策略影响质量

市场竞争激烈，商家过度依赖低价策略，忽视产品和服务质量，导致质量无法保障。



市场同质化现象严重

产品和服务在功能、设计、营销上缺乏创新，解压玩具和情感陪伴服务同质化严重，无法满足消费者个性化需求。



行业健康发展受阻

同质化产品加剧市场竞争，降低行业利润空间，影响整体健康发展。



06

未来趋势



消费场景多元化

线上消费场景创新

运用VR、AR技术，打造沉浸式购物环境，让消费者在线上也能体验到如实体店般的感受。

线下消费体验升级

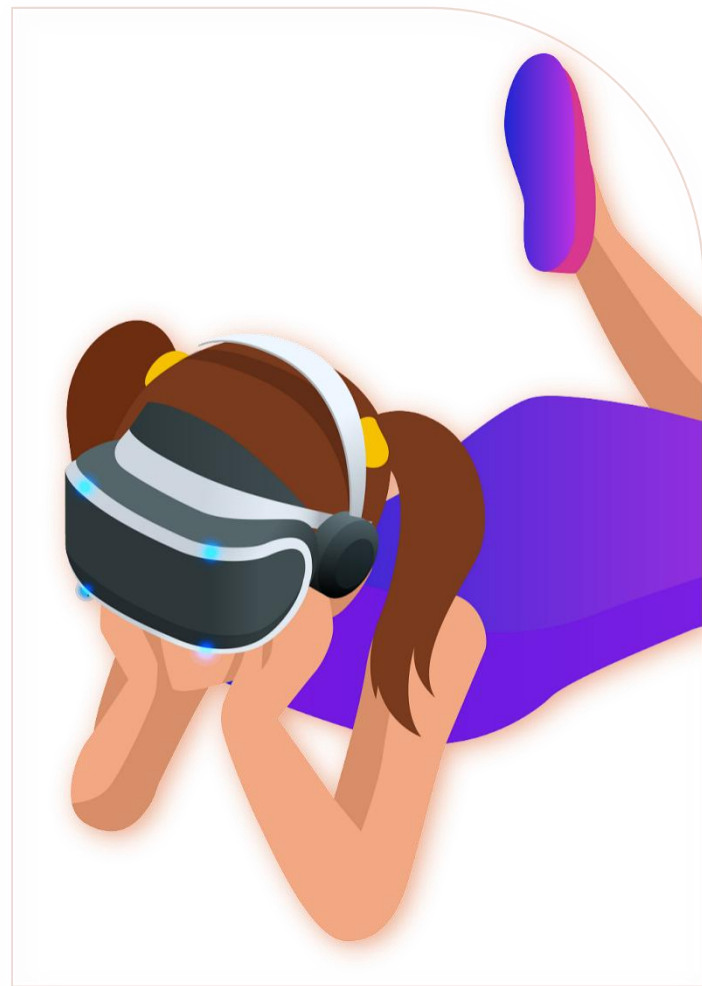
实体店注重场景化和体验化，通过举办主题活动、提供个性化服务，增强消费者的情感共鸣。

虚拟技术情绪消费新体验

VR虚拟演唱会、AR旅游体验等，让消费者身临其境参与活动，获得更真实丰富的情感满足。

消费场景多元化影响

多元化消费场景满足消费者新奇体验需求，拓展情绪消费边界，为市场发展注入新活力。



个性化与定制化发展

消费升级趋势

不再满足标准化产品，寻求体现个人风格和需求的定制化选择。

个性化服务应用

分析社交媒体行为、购物记录，推送个性化商品推荐，提高购物体验。



消费者需求变化

关注个性化表达，追求独特商品服务，展现个人品味和态度。

企业应对策略

加大设计研发投入，利用技术了解消费者，实现精准营销和定制。

消费者参与产品创新

加强互动沟通，让消费者参与设计开发，共创满足个性化需求的产品。

跨领域融合

01

情绪消费与文化产业融合

创意产品结合传统与现代，丰富文化体验，故宫文创成典范。

02

情绪消费与健康产业融合

健身课程融合冥想、瑜伽，满足身心健康需求，线上心理咨询成新趋势。

03

情绪消费与科技产业融合

智能硬件、人工智能提供情感陪伴和健康管理，聊天机器人提供心理支持。

谢谢

