

# 情绪经济来袭,你愿为“感觉”付费吗?

在某社交平台上,#捏捏分享#词条有820.6万,阅读量更是高达10.2亿;巴黎奥运会期间,奥运冠军全红婵深夜观看“乌龟对对碰”直播被网友发现,带动“乌龟对对碰”走向爆火新阶段;今年的天猫“双十一”全周期,Jellycat位居天猫潮流毛绒店铺销售榜第一……

这些现象不约而同都围绕着同一个关键词——“情绪”。

《2024中国青年消费趋势报告》显示,情绪成为年轻人消费决策的新热点,近三成受访年轻人会因为情绪价值疗愈身心而进行消费。在当下快节奏的生活中,许多人面临着较大的压力,焦虑情绪时有发生。为了缓解压力,不少年轻人选择通过买买买来调节情绪。于是,“情绪消费”逐渐成为年轻群体的新选择。

各大电商平台也迅速发现了“情绪经济”的商机,上线种类繁多的情绪消费产品,如“情感树洞”“解压玩具”“毛绒玩具”等。天眼查专利数据显示,截至目前,市场上与“情绪”相关的专利超过4000项,产品的情绪价值越来越受到大众的重视。

在“情绪价值”的加持下,玩捏捏逐渐成为一个不那么小众的爱好。“捏圈”新玩家刘一文是泥感捏捏的忠实粉丝,入坑不过半个月,她已经是大半捏捏专家了。“我主要看外观,好看的捏捏买回来摆在那,看着就很开心,压力大的时候还能捏一捏。”刘一文告诉记者,她最开始在社交平台上刷到了面包捏捏,因其造型逼真爱上了这类解压玩具,“它们就像是‘情绪调节器’,能让我暂时逃离现实的纷扰。”

捏捏的破圈,背后离不开一个关键词——情绪价值。“捏捏可以各方面满足情感需求。”在浙江省心理卫生协会秘书许诚威看来,捏捏让人上头有多种原因。一是缓解压力的需求,大家可以通过视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉这五感去缓解压力,玩捏捏正好与此相关。二是大众的猎奇和从众心理,年轻人追求小众、独特和个性化,而从众心理则会指数级带火小众产品。此外,购买行为本身也是一种缓解压力的方式。

而“乌龟对对碰”一不小心就让人“上头”的原因也与“情绪价值”“解压”密不可分。

“主要还是情绪价值给得足,一不小心就‘上头’。”网友小双告诉记者,每次拆到许愿色或者有相同颜色的乌龟对对碰成功时,主播都会敲铃大喊助威,让她大呼过瘾。“现在就算不买,我每天晚上



JellyCat钻戒和真钻戒 大橙子 供图



刘一文的部分捏捏 受访者供图

都会去直播间看主播拆单。”小双表示,“乌龟对对碰”经常硬控她好几个小时,“我感觉这是一种放松方式,拆单的时候时不时就会有惊喜,就像是枯燥的生活里突然出现了一个小惊喜,看到别人运气好,自己也很开心。”

如果说“乌龟对对碰”是在跌宕起伏、惊险刺激的拆包过程中,为消费者提供情绪价值,那么Jellycat则是靠着其柔软的产品抵达消费者内心的“柔软”。Jellycat是个源自英国的毛绒玩具品牌,以其柔和的色彩、细腻的手感以及那些看似简单却富有想象力的造型,巧妙地触达了消费者的情感需求,成为了情绪经济浪潮中的一股不可忽视的力量。其产品不仅是孩子们手中的玩伴,更是许多成年人情感慰藉的港湾。

在社交媒体上,Jellycat的毛绒玩具常常被赋予各种温馨、有趣的故事,这些由消费者自发创造的内容,不仅丰富了产品的内涵,也形成了一个围绕Jellycat的情感社群,增强了品牌与消费者之间的情感连接。Jellycat的结婚蛋糕、手捧花、钻戒在

某社交平台上被称为“求婚三件套”,不少网友纷纷晒图分享自己与Jellycat的幸福故事。

“蛋糕不会被吃掉,戒指不会丢,花不会枯萎。”网友“大橙子”便是在求婚仪式上,拥有了自己的Jellycat“求婚三件套”,在她看来,玩偶不会消逝,也象征着永恒的爱。“而且这些玩偶可以摆在家中当作装饰,我每看到它们就能感受到自己被求婚时的幸福。”

中国消费者协会发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》显示,除了追求性价比之外,年轻一代的消费需求正越来越多地融入了精神层面的属性,情绪释放将成影响年轻一代消费者决策的重要因素,有望成为今后一个时期新的消费热点。对消费者来说,“情绪经济”提供的疗愈是对个体情绪需求的积极回应,这背后折射的其实是社会文化和消费观念的演变,不仅带来了新体验,也正在为市场创造出新的增长点。

据浙江在线

## 2025年《舟山晚报》

### 火热征订中



扫一扫  
轻松订

扫码后请在备注栏填写手机号及姓名

原价288元/年,凭教师证、老年证可享238元/年  
《舟山晚报》离你最近的生活报

征订热线: 2828297

