

“

3月4日举行的十四届全国人大四次会议首场新闻发布会上,发言人姜勤俭说:“《哪吒2》我也看了,应该说消费是拉动经济增长的主引擎。”《哪吒2》作为现象级符号,将“幸福经济”推上关注焦点。在上海,《哪吒2》的火爆促进了谷子经济的增长。放眼全国,《哪吒2》数百亿元规模的衍生品收入,其价值也超过了票房本身。全国政协委员、上海市新的社会阶层人士联谊会会长张毅告诉记者,当前,消费者偏好日益从产品功能满足向情感满足与记忆体验延伸,一种以人们主观感受和精神获得为导向,将幸福感、获得感和价值认同深度融入产品与服务供给的新经济形态正蓬勃兴起,可以将其称为“幸福经济”。

“十五五”时期,上海消费不再仅仅是商品的简单交换,而是转向以服务消费、情绪消费为核心的新型消费。也就是说,消费新动能实现了从“性价比”到“心价比”的跨越。当服务消费进入快车道,越来越多的人愿为情绪价值买单,“买买买”的侧重点从“花了多少钱”转向“有多开心”,上海这座城市,正通过老字号的守正创新、潮流文化的出圈出海等丰富多样的方式,让消费从单纯的物质满足升级为情感与体验的双重获得感,接住“幸福经济”带来的消费新动能。

”

# “幸福经济”让上海人更幸福

## 代表委员支招:从“性价比”到“心价比”,带动消费新动能

### 沪上老字号创新“火出圈” 带动幸福经济

“我认为,当下消费者的消费偏好正从产品功能满足向情感满足与记忆体验延伸。”今年全国两会,全国政协委员张毅表示,将围绕“幸福经济”提出建言。“把幸福感作为整个消费的新的拉动,我认为大有潜力。”他告诉记者,这是一个万亿级的市场。

“幸福经济”的直观表现,在上海随处可见。在刚刚过去的元宵节,上海豫园宁波汤圆店专为马年打造的“马上发财”生肖福团凭借萌趣造型和美好寓意成为新晋爆款,助力门店取得新年“开门红”。

记者了解到,自兔年以来,每年推出生肖福团,是这家老字号接住“幸福经济”流量的创新之举。去年的“蛇宝宝”汤圆经新闻晨报报道后,甚至跨地域冲上了宁波同城热搜第一。

宁波汤圆店始创于1945年,其“上海宁波汤圆制作技艺”是黄浦区非遗代表性项目。今年推出的马年生肖福团“马上发财”,造型为留有彩色刘海的小马驹与元宝,外观灵动可爱,其色彩均取自火龙果、草莓、南瓜等天然食材,内馅为清甜莲蓉。该福团因工艺复杂,每日限量50组(一组三只),顾客需要提前预订才能买到。

而在新闻晨报新春推出的“放自己一马”系列视频中,淮海路上海全国特产食品商场的一款“酱咖啡”,也让老字号火出了圈。“酱油+咖啡”,到底什么味?这款将培丽酱油与云南普洱咖啡融合的特调饮品,看似是“黑暗料理”,却圈粉无数。培丽酱油“日晒夜露”的古法发酵工艺,与咖啡豆自然发酵的制作手法异曲同工,微咸的酱油拉花搭配清甜的桂花蜜瓜酱瓜,碰撞出独特的海派风味。一位体验者笑着说:“上海人的早饭,豆浆可以换咖啡了。”

记者采访发现,店内体验区里,酱缸主题区复刻着老上海味觉记忆,零拷体验台让父辈重温童年时光,飞碟咖啡则以文创设计契合年轻人的打卡需求。培丽酱菜制作技艺作为黄浦区非遗,借咖啡这一载体融入现代生活,让老字号接住了“幸福经济”的潮流。难怪店里的“酱油哥”在视频中笑着说:“放自己一马,不是守成,老酱出马,啡比寻常。”

### 潮流IP 接住情绪价值 让幸福经济的触角延伸

如果说,老字号的幸福经济藏着城市的文化底蕴,那么以潮玩、周边为核心的“谷子经济”,则勾勒出上海年轻群体的幸福消费图景。随着文化消费的升级,动漫、影视IP衍生的周边产品成为新的消费热点,上海凭借成熟的商业生态和开放的文化氛围,成为谷子经济的核心阵地,不仅让本土潮流文化深入人心,更推动中国IP走向世界,让幸福经济的触角延伸至全球。

“我觉得‘幸福经济’不是一个抽象的概念,不是一次性的物质消费,而是通过情感的体验持续激发能够产生幸福感的,不断创造复购需求的消费品。”全国政协委员张毅说。

2025年的“上海之夏国际动漫月”,就是“幸福经济”在上海的生动缩影。当90万预约抢票的年轻人将目光聚焦于国家会展中心BilibiliWorld,再次证明了其作为亚洲最大ACGN综合性展会的“顶流”地位。超40万人次的线下参与,高达13%的护照购票占比,吸引了来自20多个国家和地区的同好……

在BW现场,记者注意到,《蔚蓝档案》打造沉浸式展台,多款全新周边同步亮相,吸引大量玩家一早便排队选购,展台持续保持高人气,既实现了周边消费的直接转化,也通过玩家聚集效应带动了展会周边区域的餐饮、住宿等关联消费。

据测算,仅BW的主、分会场活动,其参与人群就直接



带动了餐饮、零售、住宿、交通等消费约7.37亿元,撬动了惊人的经济能量。

“没抢到BW的票怎么办?”“逛完‘四叶草’之后,还能去哪里?”对于粉丝们关切的问题,城市管理者与商业巨头早已布下了一张精密的承接网络。百联集团旗下的ZX创趣场、ZX造趣场、ZX LAB三座商场,摇身一变成为BW的官方分会场,无需门票即可入场。这不仅仅是地理位置的延伸,更是展会功能的社会化、商业化重塑。

热门的本土IP,还能助力上海的文商旅体展走向国际。去年12月,悠星网络携自研游戏《星塔旅人》赴韩国参加AGF展览,众多韩国玩家专程前来购买周边、参与舞台活动。一些玩家表示,因为这款中国游戏,已将2025年中国之行、上海之行列入计划,希望趁暑期参加上海第二届国际动漫月,同时前往南京东路、静安大悦城等商圈购置游戏周边。

### 代表委员支招: 从“性价比”到“心价比”,带动消费新动能

无论是老字号的守正创新,还是谷子经济的出圈出海,上海“幸福经济”的蓬勃发展,本质上是消费升级背景下,“文商旅体展”深度融合的必然结果。

全国政协委员张毅认为,上海的实践,正是幸福经济拉动内需的生动样本,而如何进一步挖掘幸福价值、整合产业资源、推动跨界融合,成为让幸福经济持续升温的关键。

幸福经济的核心价值,在于让消费者从“功能满足”转向“情感认同”。在上海,酱油咖啡的走红,源于老字号对海派文化与潮流消费的融合。谷子经济的升温,基于观众对相关IP的情感共鸣。这些消费场景的背后,是消费者对幸福感、获得感的追求,而这正是幸福经济区别于传统经济的核心特征。

在为上海“幸福经济”点赞的同时,张毅委员也提出,当前幸福经济发展仍面临挑战。部分行业对“幸福价值”挖掘不深,仍停留在产品功能与价格层面;IP培育、转化的跨行业协同机制不健全,产业链难以形成可持续发展;“幸福+”理念与传统产业融合不足,乘数效应未能充分释放。这些问题,也是上海推动幸福经济高质量发展需要

破解的课题。

以融合赋能激活幸福经济的潜力,上海需要从政策引导、产业培育、跨界融合三个维度发力,让幸福经济成为拉动内需的持久动力。

张毅委员建议,首先由相关部门牵头,联合研究机构、平台企业及行业协会,绘制“幸福经济”产业图谱,为政策制定和产业布局提供数据支撑。完善促消费政策体系,将幸福消费重点场景纳入提振消费专项行动。加大金融与资源支持,引导数据、人才等关键要素向优质“幸福经济”项目倾斜。

在提升幸福产业核心竞争力方面,建议深化幸福IP培育与协同开发,建立可持续的内容创作和商业化机制。在动漫、游戏、潮玩、会展等领域重点培育一批领军企业,支持打造产业对接的高能级平台。通过建设主题旗舰店、文化体验中心等,打造特色鲜明的IP消费商圈,并与首发经济互动,形成具有强吸引力的IP线下消费集聚区。

激活传统产业的幸福新动能也很重要。张毅委员认为,应当支持在重点商圈和商业载体更新中,规划引入头部IP品牌,通过场景再造与业态重组,打造集多种功能于一体的主题化消费新地标。比如,上海的老字号可进一步与潮流IP、文旅景区联动,豫园、南京路、淮海路等商圈可打造沉浸式幸福消费场景,让市民和游客在体验中感受幸福、释放消费潜力。

此外,还可以深入挖掘上海本地的文化情感内核,开发情感主题旅游线路,联动相关衍生消费,延长消费链条。积极推动“幸福+”理念与多产业跨界融合,推动幸福消费体验向更广时空和人群拓展。

全国人大代表、东浩兰生会展集团工会副主席陈达,建议从深化文商旅体展的融合着手,进一步推动上海的“幸福经济”。她说,文商旅体展分属于不同的领域,协同需要加强顶层设计,“最好是有个联合机制,把一些重要的消费类的展会和活动,或者是影响力比较大的展会、活动赛事,作为一个项目库来推动。在项目的推进以及资源的配置上,更加增强融合的能力,这样才能更有效地拉动和提振幸福经济和更多消费。”