体验消费 如何做成长期主义？

文/西恩

一场市集，热闹过后终会散场；一趟旅行，再精彩也有归期。当越来越多人愿意为体验买单，如何让短暂的消费热情转化为持续的消费动力，也成为一个值得思考的问题。国家统计局10月发布的数据显示，2026年前三季度，全国服务零售额同比增长5.0%，旅游咨询租赁、文体休闲、交通出行等服务类零售额增长较快。体验正在成为消费市场的重要增长动力，但热闹之后，如何让消费者愿意再次参与，让一次性的体验产生更长久的价值，才是体验消费走向长期主义的关键。

改变一：

从买到一件商品，到参与一次绿色行动

随着绿色消费理念逐渐深入日常生活，消费者对于可持续发展的关注，正在从产品本身延伸至消费的全过程。如何将绿色理念转化为可参与的消费体验，让环保不再只是一次购买时的选择，而成为可以反复践行的生活习惯，正是推动绿色消费持续发展的重要方向。

2026年11月9日，可口可乐中国绿色消费社区共创项目“不瓶凡”在南京红山森林动物园正式发布，为这一思路提供了生动的实践案例。项目以动物园为首个试点场景，将饮品消费、空瓶回收、再生利用与公众科普串联起来。

园区内的可口可乐自贩机和饮料瓶上，设置了醒目的“回收我”提示；饮用完毕后，游客可以就近将空瓶投入回收点。而在河马馆旁的“不瓶凡小木屋”，手绘展示、实时回收计数板与再生材料科普展品，则让游客直观了解空瓶回收之后的去向。从“回收我”到“回头见”，消费者在一次游园体验的同时，成为了绿色行动的参与者。

经过一年多的试运营，在游客参与下，园区累计回收约17.8吨塑料，约合70万个饮料瓶。如今，采用再生材料制作的遮阳棚、围栏设施和自贩机雨棚等公共设施已在园区投入使用。“不瓶凡”项目的背后，是园区、公益组织、回收企业、一线回收人员及青年设计师的共同参与，多方协作让绿色消费有了持续运转的基础，并探索了一套依托社区共创、扎根公共场景的绿色消费公众参与模式。

从一次购买，到一次回收，再到下一次主动参与，当绿色消费不再停留于理念倡导，而是成为人人都能轻松参与、持续实践的选择，短暂的消费体验，也就有了延续下去的可能。



◎“不瓶凡”绿色消费社区共创项目正式发布



◎南京红山森林动物园内的可口可乐自动贩卖机及“不瓶凡”雨棚

改变二：

从提供一项服务，到持续更新体验



◎2006年新西兰航空上海—奥克兰航线首航仪式

当体验消费逐渐成为一种生活方式，消费者对于服务的期待，也在不断发生变化。长期主义并不意味着简单地重复提供同一项服务，而是不断回应新的消费需求，在持续更新中创造新的体验价值。

航空旅行便是一个典型的例子。随着人们的出行方式日益多元，从航班时刻、目的地选择，到机上舒适度与抵达后的旅行安排，每一个环节都影响着整体体验。今年，新西兰航空迎来上海—奥克兰直飞航线开通20周年。二十年间，这条连接中新两国的航线，陪伴无数中国旅客开启新西兰之旅，也通过持续升级，让一段熟悉的航程拥有了更多体验。

自2006年开通上海—奥克兰直飞航线以来，新西兰航空已运送超过220万名旅客往返两地。航班频次也从开航初期的每周三班，增至目前旺季时每周十班。与此同时，服务升级也在不断拓展旅行体验的可能。如今，执飞上海—奥克兰航线的波音787梦想客机已配备全新座椅与客舱内饰，抵达奥克兰后，旅客还可以通过新西兰航空的境内航线网络，继续探索罗托鲁瓦、皇后镇等不同目的地。

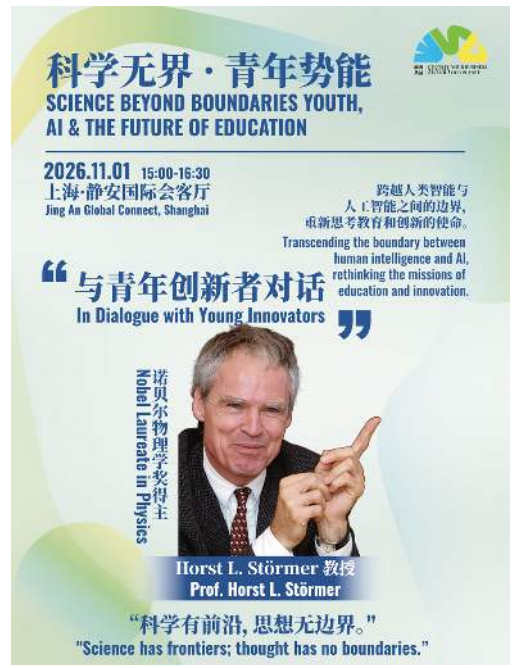
二十年间，同一条航线迎来送往不同的旅客，也承载着旅行、求学、探亲与商务往来等不同的人生故事。需求在变化，服务也随之更新，长期主义也正体现在这样的持续进化之中。



◎新西兰航空上海—奥克兰航线20年共赴新程

改变三：

从办一场活动，到深入日常运营





如何让短暂的热闹转化为长久的活力，让活动所带来的新理念、新资源与新体验真正融入城市生活，正在成为商业运营与城市更新值得关注的新方向。

近日，上海国际可持续活力周在静安区南京西路—苏河湾中央活力区（CAZ）举行。作为静安区“十五五”规划核心承载区，静安CAZ把活动空间从上海展览中心延伸至商圈楼宇、滨水空间与城市街巷，以可持续发展为核心，围绕国际交流、产业合作、成果发布、公众参与四大主线，构建峰会、专业展览、产业共创、市民体验的完整闭环，持续夯实世界级中央活力区的绿色竞争力。

活动期间，可持续市集、自然教育、公益共创等项目陆续展开。“带TA回家”活动将宠物关爱与资源循环相结合，“野作市集”与“XUN循得”二手慈善市集则让消费者接触更多绿色生活方式。第三届GREENEXT Expo汇聚150余家机构与品牌，通过“双碳引擎”“自然共生”“循环永续”“乐活风尚”“公益共益”五大主题展区，集中展示可持续领域的创新实践。其中，静安CAZ专属展区以场景焕新、时尚商业、活力共振、全球伙伴四大板块，呈现绿色理念如何与楼宇更新、商业消费及公共空间运营相结合。活动还通过产业共创、合作签约，以及绿色服务平台、全球CSO俱乐部等项目的发布，尝试将一周内汇聚的专业资源转化为后续合作与持续运营的基础，为城市留下新的合作机制、服务资源与日常体验。