

新一代消费者 更愿意为“意义”买单？

当年轻人宁愿为一场森林浴或一次深夜树洞对话付费，也不愿多喝一杯应酬酒——我们便知道，消费的底层逻辑正在悄然改写。这不再是一个关于“买什么”的选择，而是一个追问“为什么而买”的命题。意义消费，是指消费者在购买商品或服务时，追求的不仅是物质满足，更是精神和情感上的认同与价值感。情绪、认同、意义，正成为新一代消费者愿意重金买单的关键词。



新世代的“意义购物车”

从Z世代的潮玩收藏到银发族的康养旅居，从Citywalk到“悦己”转型的茅台，一场以“意义”为核心的消费转型，正在塑造新的市场、政策、文化交汇点。

解压、陪伴、治愈——“捏捏乐”、收集“谷子”、付费“树洞”，露营、飞盘、森林浴、Citywalk，还有情绪稳定的“卡皮巴拉”IP系列、露着尖牙的“小怪物”LABUBU（拉布布）……这些风靡年轻圈层，以情感支持、融入自然或心理补偿为目标的各类消费，正成为新的“流

量密码”。
新一代消费，正在从功能与拥有，转向意义与认同。2025年，LABUBU以108万元拍卖价刷新纪录，其出品企业“泡泡玛特”股价年内一度上涨近200%。LABUBU以其“丑萌”“反叛”“个性化”的形象，精准击中了全球Z世代渴望表达自我、追求独特性的情感需求，成为新一代消费者表达个性、寻找圈层认同的“社交货币”。
新一代消费者，愿意为其所认可

的文化价值、情感体验和身份标签支付溢价。他们购买的不仅是一件物品，更是一个关于“我是谁”“我认同什么”的答案。

“为情绪消费，为意义买单”，这一趋势正在重塑市场格局，决定消费选择；这一趋势正是中央经济工作会议强调“着力扩大国内需求”“培育壮大新型消费”的深刻时代背景。过去的消费增长，伴随着大规模的物质普及，而未来的消费空间，则深植于“意义”的微妙变迁。

消费逻辑代际重构

茅台酒，因其稀缺性和品牌效应，曾是一个时期的“身份象征”和“社交工具”。如今，不断下跌的酒价与股价，让它不得不实施战略转型——从“面子消费”转向“悦己消费”。中国酒业协会秘书长何勇在首届赤水河论坛上指出，当前消费市场正在深刻迭代，酒类消费正从传统的“悦人”向“悦己”转变。

每一代人都在用自己独特的消费语言，表达他们的价值主张。老一辈的消费，紧密关联着家庭建设、社会身份与物质积累；新一代的消费，愈发表现为对文化认同、情绪共鸣与个体定义的执着追寻。LABUBU踩中了情绪经济的脉搏，

与消费驱动力的变迁精准契合；茅台向年轻、健康、“悦己”方向努力转型，深刻诠释了即便是最坚固的“意义符号”，也需要主动适配新的“意义信号”。

意义产业全面崛起。这不是年轻人的专属狂欢，而是全社会在物质基础达到一定水平后，面对不同的问题视域，一场不约而同的价值与链接重建。人们曾热衷于用奢侈品、高档车、学区房等“硬符号”来展现社会地位，如今的消费，则正在向品质生活和审美表达转向，对子女的教育也从单纯的学科竞赛，转为内涵拓展，追求“全人教育”。

银发群体也不是意义消费的旁观

者，而是积极的参与者和创造者。退休后的消费，从治病养老，扩展到康养社区、老年大学、“重返青春”等各种活动，通过打造“有尊严、有社交、有品质”的晚年生活，重新锚定自己在家庭与社会网络中的位置，探索生命的新可能。

意义消费无处不在。当基本物质需求被满足，消费便沿着马斯洛需求层次的阶梯，向归属、尊重乃至自我实现等更高维度迈进。在快节奏、内卷化的现代社会，普遍的焦虑、空虚与压力催生着巨大的“意义赤字”，也催生了一条全新的价值链与商业赛道。

高质量发展下的新商业文明

可以想象，在“后物质主义”消费时代，未来消费增长的空间是捕捉这一时代人们对于文化、情绪与身份的认知变迁，本质上是一个个“意义入口”：为国潮消费，是为文化自信的意义投资；为兴趣社群消费，是为归属感的意义付费；为健康、疗愈与体验消费，是为呵护自我的意义兑现。

根据相关政策，我国正系统布局培育多个万亿级消费领域和千亿级消费热点，以增强供需匹配、激发内需潜力。这不再是小众的零星“试水”，而是被政策

锚定的未来商业“主航道”之一。

高质量发展，在消费领域体现为供给体系从提供“标准化产品”向响应“个性化需求”跃升。它呼吁构建一个鼓励创新、包容多元、规范有序的现代市场生态，让个性化需求顺畅地转化为经济增长的内生动力。政策导向应着力培育这一转化机制，筑牢高质量发展的制度根基。

消费是时代精神的晴雨表。从具体的商品到抽象的意义，这场静悄悄的变革似乎在告诉我们，最大的经济韧性与创新

机遇，就蕴藏在我们对“人”的不断深化的理解之中。崛起的“意义”，或许不仅关乎经济增长，更关乎在商业文明中重新发现并安放现代人的精神世界。它既蕴藏着巨大的机遇，同时也要求我们以更审慎、更深刻的态度去对待“意义”本身。

人生不是线性的，而是一个复杂的函数。为意义买单，就是为“人生算法”写下新的代码，注入迭代的变量。2026年，让我们在时光里刻下“意义”的痕迹。

据新华社

美商务部长“主动同意” 就爱泼斯坦案作证

据美国阿克西奥斯新闻网站3日报道，美商务部长卢特尼克“主动同意”就其与美已故富商爱泼斯坦的关系接受国会众议院监督与政府改革委员会的问询。

卢特尼克告诉阿克西奥斯新闻网站：“我期待出席委员会的听证会。我没有做错任何事，我想澄清事实。”

监督与政府改革委员会主席詹姆斯·科默在给阿克西奥斯新闻网站的一份声明中表示，卢特尼克“主动同意”出席听证会并接受书面问询，该闭门听证会将在未来几周内进行。

白宫发言人库什·德赛说，卢特尼克仍然是美国总统特朗普的“重要财富”，他在促成重大贸易和投资协议方面发挥了关键作用。

美国司法部最近公开的多封电子邮件显示，爱泼斯坦曾邀请卢特尼克于2012年12月在他位于加勒比海的私人岛屿共进午餐，卢特尼克和家人接受了邀请。此前他曾声称在2005年后与爱泼斯坦断绝关系。

卢特尼克2月10日在参议院拨款委员会一个小组委员会举行的听证会上承认，他在爱泼斯坦2008年因教唆未成年入卖淫被定罪后，曾两次与其会面。

参议院部分民主党人在2月底给卢特尼克的一封信中，指责他在与爱泼斯坦关系问题上撒谎，要求他交出与爱泼斯坦及其同伙交往的所有会面、通话和通信记录。还有多名国会议员要求他辞职。

爱泼斯坦2008年因教唆未成年入卖淫被定罪，2019年7月再次因涉嫌性犯罪被捕，同年8月死在狱中，被判定为“自杀”。因牵扯美国乃至欧洲政商界众多重量级人物，爱泼斯坦案引发广泛负面舆论。特朗普及其政府官员、盟友也卷入此案。

据新华社

已炸两次 日本商业航天公司 第三次发射火箭未果

日本商业航天公司“太空一号”原定4日上午发射一枚小型固体燃料火箭，但在预定发射时间过后火箭仍未升空，发射被迫中止。

该公司原定于当地时间4日上午11时（北京时间10时）从位于和歌山县的纪伊太空发射场发射“凯洛斯”火箭3号。直播画面显示，预定发射时间过后火箭仍未升空，随后现场播报宣布当天的发射中止。日本共同社援引来自公司人士的消息报道，火箭发射在倒计时30秒时紧急停止，原因是火箭安全系统启动，但并未发现箭体故障。

“凯洛斯”火箭采用四级串联构型，由三级固体级段和一级液体级段组成，全长约18米，直径约1.35米，重约23吨。其近地轨道运载能力为250公斤，太阳同步轨道运载能力为150公斤。这款火箭曾于2024年3月和12月两次发射，均以失败告终。

“太空一号”是一家2018年成立的商业航天公司，由日本佳能电子公司、IHI航空航天公司等出资组建。

据新华社

中国工程机械领军企业亮相北美最大工程机械展

北美规模最大的工程机械行业展会——拉斯维加斯工程机械展3日开幕，集中展示全球工程机械领域的最新设备和创新技术成果。中国工程机械领军企业以强大阵容亮相展会。

据主办方介绍，本届展会吸引超过2000家企业参展，展品涵盖沥青生产及铺设、混凝土搅拌及运输、土方施工、物料搬运、道路运输、起重作业、矿山开采等众多细分领域。展会期间将举办超过150场研讨会和专题论坛，围绕国际工程机械行业发展趋势、技术创新、面临的挑战及可持续

发展等议题展开交流。

超过400家中国企业参加本届展会，包括中联重科、三一重工、徐工集团、临工重机等行业龙头企业。近年来，北美市场对高端装备、绿色施工设备和智能化解决方案的需求持续增长，为中国企业深化国际布局、拓展海外市场带来新的机遇。

拉斯维加斯工程机械展是世界三大工程机械展之一，每三年一届，是观察行业发展趋势的重要窗口。本届展会将持续至7日，自动化与智能化成为突出亮点，人工智能技术正加速融入工程机械研发与应用，

成为行业转型升级的重要驱动力。

据新华社

