



# 「淄博」现象

N E W R A N K

专项  
观察报告

2023/05

## 前言

在过去的一个月中，淄博烧烤的相关话题霸屏网络，这些媒介话题里承载了多少受众的向往与想象？

根据2022年淄博市文旅局公开年报，去年，淄博官方就着力融媒体，在抖音、快手等平台创新使用“淄博到底有多牛”主题形式，通过视频内容和文案策划，长效推广淄博的厚重历史、文化遗产和城市发展，共发布视频80余条，播放量超过千万次，点赞量20多万次。**正是因为有提前的全平台矩阵式布局，在面临突如其来的巨大流量时，淄博官方才能接得稳、走得稳。**

淄博烧烤似乎正在跳出那些简单粗暴用油墨印刷上城市名称的竹筒奶茶、蓝底白字的我在XX很想你的标牌这样的千篇一律的网红元素，逐渐形成了独特的城市文化景观。正如小红书的slogan从标记我的生活变成找到你想要的生活，**淄博烧烤里或许正蕴藏着万千参与者想要的生活：政通人和、物美价廉、烟火繁花。**

淄博这座工业城市变成了烧烤人文的代表，**折射了在智能化浪潮下消费者对原始社交的寄情。**从B站纪录片《人生一串》到淄博，烧烤在路上，生活也就在路上。

01

淄博烧烤现象成果  
总结

02

淄博烧烤与新世代  
(Z世代)

03

淄博烧烤与新媒体

04

淄博烧烤与新需求

05

淄博烧烤与新消费

CONTENTS

目录



# 淄博烧烤现象成果总结

---

01



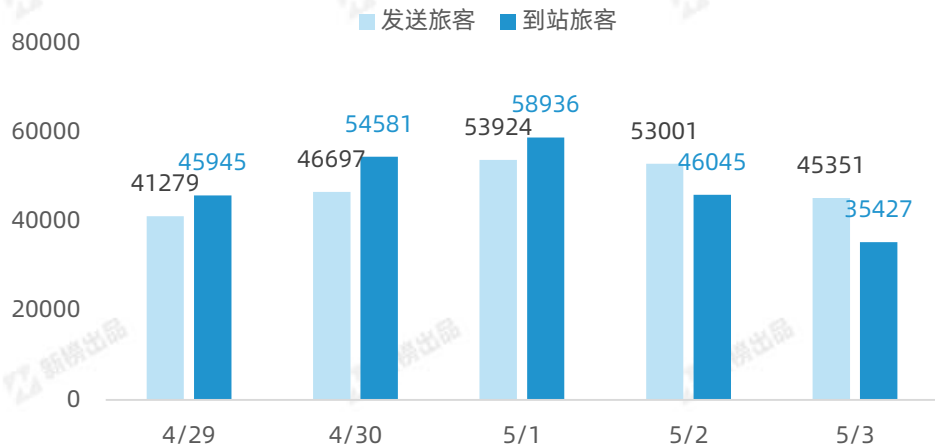
新榜  
NEWRANK.CN

## “淄博烧烤”话题成果总结

### 经济效益：带动旅游业发展

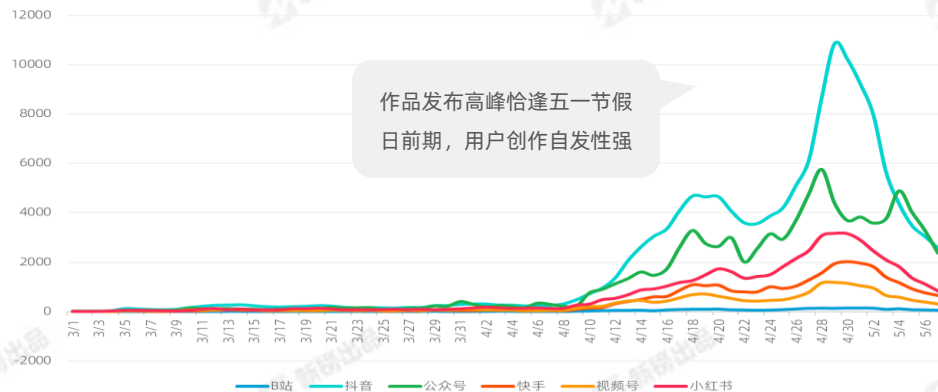
- 5月5日下午，“山东省旅游和文化厅”发布了全省五一旅游统计数据，“五一”假期，山东省共接待游客4612.1万，实现旅游收入363.9亿元，同比分别增长132.3%、320.8%，全省游客总数、旅游收入、过夜游客数创三个历史新高。
- 马蜂窝大数据显示，淄博热度环比增长605%，排名所有城市第一，“五一”假期，淄博站共开行旅客列车832个班次。每日加开去往青岛、济南、烟台、潍坊、菏泽等城市列车13趟。
- 据淄博市文旅局数据，五一期间淄博单日到站旅客人次最高达5.8万人次，到发游客合计超48万人次（淄博2022年城镇常住人口为352.37万人）

2023五一假期淄博站到发旅客趋势图

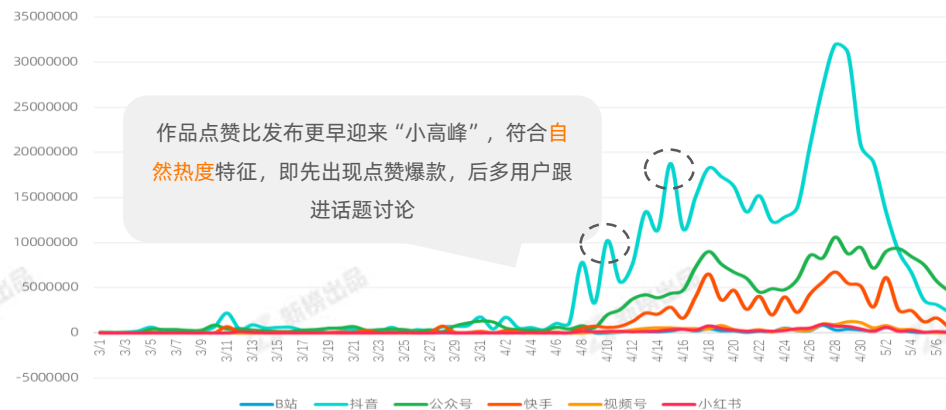


### 声量效益：话题热度霸屏

“淄博+烧烤”相关作品发布趋势



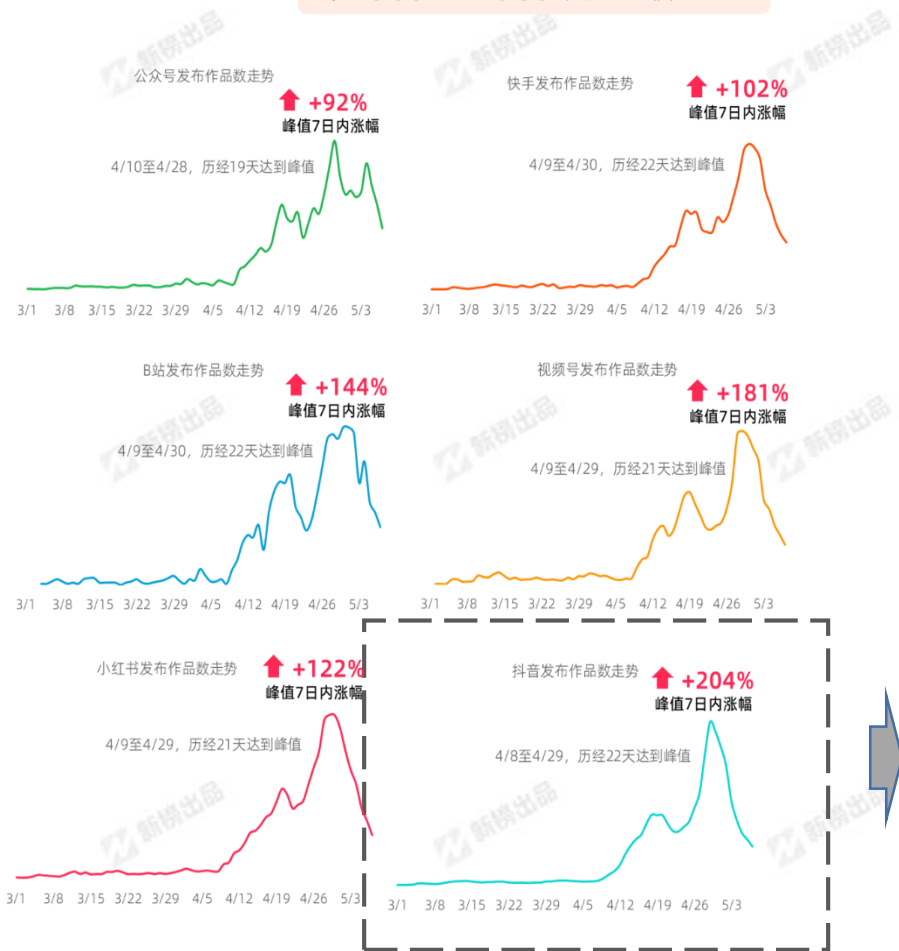
“淄博+烧烤”相关作品点赞趋势



## “淄博烧烤”话题发酵速度极快

抖音发布峰值7日内涨幅最高，达到204%，可见抖音对于热点事件的发酵速度最快；

### 分平台：各平台涨幅均破90%



### 抖音作品Top5（按获赞数排序）

抖音Top5作品中，主要作品分类为美食探店与生活记录，这两个品类的视频在长假前期最容易引发用户关注；发布作者方面，有千万级账号（是个泡泡）、有普通万粉用户（权权权志凤、是王嘉萱\_）、有官方流媒体（湖北日报），话题账号生态多层次多类型，良好的话题生态同样是出现热门的前提。

| 序号 | 作品描述                                  | 发布时间 | 作品分类 | 获赞数(万) | 评论数(万) | 分享数(万) | 收藏数(万) | 作者名称  | 作者全平台粉丝数(万) |
|----|---------------------------------------|------|------|--------|--------|--------|--------|-------|-------------|
| 1  | 今儿去淄博吃一顿正宗的淄博烧烤！看看和美式烧烤有什么不同！         | 5/1  | 美食探店 | 209.49 | 11.16  | 24.92  | 6.23   | 是个泡泡  | 1907.13     |
| 2  | 生无可恋的烧烤店老板的大胖儿子，哈哈哈                   | 4/20 | 生活记录 | 194.10 | 30.81  | 62.40  | 3.75   | 权权权志凤 | 1.10        |
| 3  | 透过现象看本质，全员大会上安总谈淄博烧烤                  | 4/22 | 生活记录 | 177.65 | 13.53  | 30.50  | 18.28  | 安英    | 1393.84     |
| 4  | #淄博烧烤 当时的我慌张急了                        | 4/22 | 生活记录 | 177.54 | 13.14  | 41.57  | 4.42   | 是王嘉萱_ | 1.54        |
| 5  | 孙女打电话，想趁五一放假回家吃烧烤！结果被奶奶“无情”拒绝：别回来添乱了！ | 4/30 | 社会新闻 | 169.74 | 3.01   | 6.67   | 1.80   | 湖北日报  | 4031.37     |

## “淄博烧烤” 时间线梳理

### 起：大学生特种兵空降

- 主要受众：大学生
- 大致时间范围：3月初到4月初
- 代表性话题：大学生组团到淄博吃烧烤（3.4）、淄博烧烤炸裂整个烧烤界（3.23）、淄博烧烤专列（4.10）

### 承：民间自发传播与官方推流

- 主要受众：全年龄向
- 大致时间范围：4月中旬-4月下旬
- 代表性话题：淄博这次拿出的全是热情（4.14）绿豆糕（4.24）烧烤小胖（4.28）

### 转：舆论危机初现

- 主要受众：全年龄向
- 大致时间范围：5月初
- 代表性话题：淄博鸭头小哥直播气哭（5.3）淄博烧烤受害者（5.4）

### 合：政通人和 将热度推向更高

- 主要受众：全年龄向
- 大致时间范围：5月至今
- 代表性话题：在淄博感受人间烟火（5.5）淄博烧烤新副本（5.5）

其他烧烤话题分析

2022烧烤类话题按地域聚类（按作品数降序排序）

| 排名 | 地域          | 话题数  | 作品数   | 账号数   | 互动数       | 高互动话题展示                                |
|----|-------------|------|-------|-------|-----------|----------------------------------------|
| 1  | 河北省_唐山市     | 3640 | 39333 | 30980 | 145328849 | #唐山烧烤店, #起底唐山烧烤店施暴者陈某志                 |
| 2  | 辽宁省_锦州市     | 822  | 11528 | 2966  | 4762846   | #锦州烧烤, #锦州烧烤啥都能烤, #锦州烧烤培训              |
| 3  | 山东省_淄博市     | 559  | 6233  | 2915  | 3774651   | #淄博烧烤, #淄博烧烤小饼, #淄博烧烤正确吃法, #淄博烧烤开始人传人了 |
| 4  | 山东省_济南市     | 443  | 4596  | 1402  | 1191859   | #啤酒烧烤才是济南夏天的灵魂, #济南烧烤, #济南牛阵烧烤         |
| 5  | 四川省_成都市     | 405  | 3579  | 2150  | 640123    | #成都烧烤, #成都何师烧烤, #成都最好吃的烧烤              |
| 6  | 云南省_昆明市     | 434  | 3236  | 2311  | 631776    | #昆明烧烤, #昆明特色烧烤, #昆明周边烧烤                |
| 7  | 新疆维吾尔自治区    | 665  | 3219  | 1659  | 837089    | #新疆烧烤, #新疆一烧烤店老板酷似爱因斯坦, #海口沙漠王子新疆美食烧烤店 |
| 8  | 黑龙江省_哈尔滨市   | 374  | 3194  | 1294  | 539945    | #哈尔滨烧烤, #哈尔滨烧烤哪家好, #哈尔滨户外烧烤            |
| 9  | 广西壮族自治区_南宁市 | 489  | 3192  | 1985  | 448162    | #南宁烧烤, #今邕南宁烧烤, #南宁舌战烧烤                |
| 10 | 湖北省_武汉市     | 376  | 3057  | 1600  | 893721    | #武汉烧烤不夜城, #武汉烧烤, #武汉烧烤推荐               |
| 11 | 重庆市         | 455  | 2960  | 1516  | 2570742   | #重庆烧烤, #重庆烧烤摊女子扰民惹众怒, #唐山烧烤vs重庆烧烤      |
| 12 | 辽宁省_沈阳市     | 299  | 2689  | 1769  | 369770    | #沈阳户外烧烤, #沈阳烧烤, #沈阳露天烧烤                |
| 13 | 吉林省_长春市     | 333  | 2609  | 1187  | 505276    | #长春烧烤, #长春原味烧烤, #长春火爆的烧烤店              |
| 14 | 山东省_青岛市     | 382  | 2564  | 1215  | 828334    | #啤酒烧烤才是青岛夏天的灵魂, #青岛烧烤, #青岛帽牌货小酒馆烧烤     |
| 15 | 陕西省_西安市     | 366  | 2516  | 1421  | 359918    | #西安烧烤, #西安户外烧烤, #西安胖刘黑森林烧烤             |

负面新闻居多，属于无效热度

- 锦州烧烤成名较早，在去年的热度甚至高于淄博，锦州烧烤知名度上升后，开始对外扩张，在各地开展了烧烤培训。
- 虽然锦州市的烧烤热度一直较高，但并未出现现象级营销事件，原因可能是相关话题缺少创新和记忆点，导致没有新的爆点可以被挖掘。
- 去年热门话题：锦州烧烤啥都能烤

- 可以发掘的事件：锦州为首批成立烧烤协会的城市（烧烤经常被诟病“不卫生”，流动摊点缺少统一管理，而锦州烧烤协会解决了这一难点）

- 青岛泰山路曾经是岛城著名的烧烤一条街，但是热度却不如同为山东省的淄博、济南。
- 相关话题需要更加全面深入地挖掘城市特色资源（如海鲜、德式建筑等），不断提升城市的品质和吸引力
- 去年热门话题：啤酒烧烤才是青岛夏天的灵魂

- 可以发掘的事件：野馄饨、铁戳子烧烤、海鲜烧烤 + 啤酒（野馄饨和铁戳子都是原本青岛地区的热门小吃）



# 淄博烧烤与新时代（Z世代）

---

02



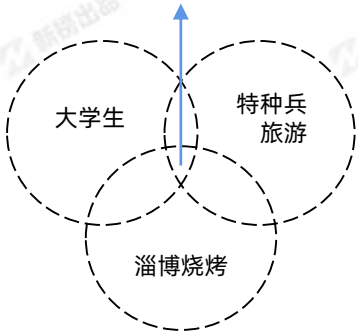
## Z世代：重塑流媒体形象

Z世代是当前社会中一个具有重要影响力的群体。他们生活在一个从生产型社会向消费型社会转型的时期，这种转变带来了一系列新的消费特征。内容社交平台对Z世代产生了巨大的影响力。他们通过社交媒体平台获取信息、分享观点和与他人互动，这成为他们获取消费信息和决策的重要途径。他们注重个性化、品质和社会责任，喜欢分享与互动。Z世代的消费行为将继续对社会和市场产生重要的影响力，塑造着新的消费趋势和文化。

### “淄博烧烤”中别具特色的流媒体形象：大学生特种兵空降

背景：3月4日正值周末，恰逢疫情解封后的第一个春天，大学生被疫情和寒冬封印的玩乐之心彻底解放，于是开始大规模组团出游。从评论与视频内容中推测，初期光临淄博烧烤的主力军是附近（主要是济南）的大学生。“淄博烧烤”话题引爆绝非单一时间线的结果，而是多线话题发展后流媒体形象的叠加效应。

3月22日——“同程助力特种兵大学生游遍全国”成为每日热门话题，大学生特种兵式旅行推动淄博烧烤的新一轮热潮



3月4日——同时包含“淄博”与“大学生”关键词的视频出现爆款，“大学生坐高铁组团去淄博”收获大量热度，此前视频数量极少，总互动量不超过三位数

3月6日——“#大学生组团到淄博吃烧烤”成为当日淄博相关的最热话题

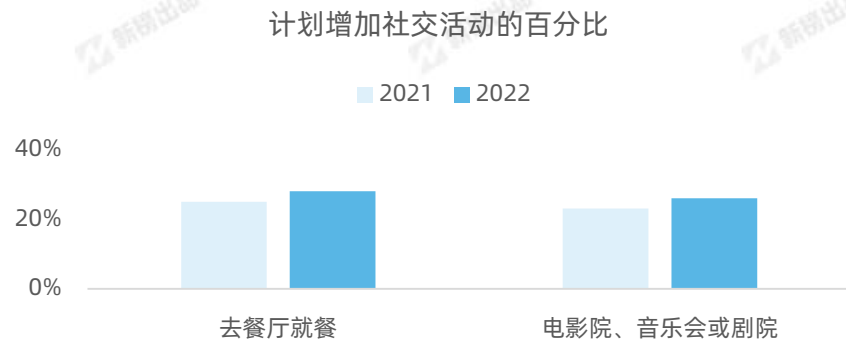
| 话题（3.4-3.10）数据 | 互动数（万）  | 点赞数（万）  |
|----------------|---------|---------|
| 淄博烧烤           | 234.93  | 104.23  |
| 大学生组团到淄博吃烧烤    | 46.34   | 19.03   |
| 大学生日常          | 16.89   | 5.04    |
| 大学生            | 11.01   | 6.52    |
| 热闹的大学生活回来了     | 8.51    | 3.02    |
| 话题（4.8-4.14）数据 | 互动数（万）  | 点赞数（万）  |
| 淄博烧烤           | 6513.44 | 4400.26 |
| 大学生            | 252.33  | 133.01  |
| 大学生特种兵旅游       | 194.06  | 101.07  |
| 大学生组团到淄博吃烧烤    | 181.99  | 109.50  |
| 同程助力特种兵大学生游遍全国 | 172.66  | 75.04   |
| 淄博这次拿出的全是热情    | 153.62  | 126.39  |
| 特种兵式旅游         | 133.91  | 85.41   |

## Z世代：社交文化、圈层生活

“淄博烧烤”缘起于在山东读书的非淄博的大学生们在疫情之后以“吃”为主题的春游需求

\*2023年3月4日“大学生组团坐高铁去淄博撸串”登抖音同城热榜

Z世代是悦己型消费者，他们不再固执地注重个体或集体的区别，而是热衷于用共同爱好链接小部分相似的人，寻找个体需求与群体社交之间的平衡点，对品质和社会责任有着高度的关注。他们喜欢与其他人分享自己的消费体验，通过互动和社交来获得满足感。**这样的组团圈层消费，可以是烧烤，也不止是烧烤：**



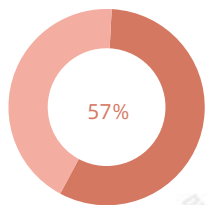
### “淄博烧烤”中的社交圈层：组团打卡美食

大学生组团打卡淄博抖音相关字段热度走势图

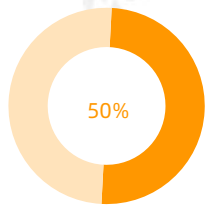


## Z世代：针对性浏览

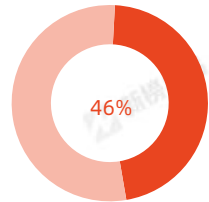
相较于他们的父辈，尽管Z世代在社交平台上花费了更多的时间和精力，但是他们能做到更加有针对性有效率地浏览社交媒体。例如，小红书在社交平台上被戏称为“最好的搜索软件”，正是因为其图文丰富但信息传递简洁高效的内容呈现方式。**Z世代的流媒体平台活动路径正在经历一场从无序到有序的演变**。尽管有57%的消费者删除了手机上无用的应用程序，但是在过去两年，**增加了50%的定制化营销或个性化推荐**、46%的网站搜索或站点导航功能得到增强，对于供应商/流媒体博主而言，平台的信息流推送需要更加准确、更加符合用户心理。**Z世代们由淄博出发，由点及面，带动相关话题，甚至形成了新的讨论焦点。**



\*57%的消费者删除了手机上无用的应用程序



增加了50%的定制化营销或个性化推荐



\*46%的网站搜索或站点导航功能得到增强

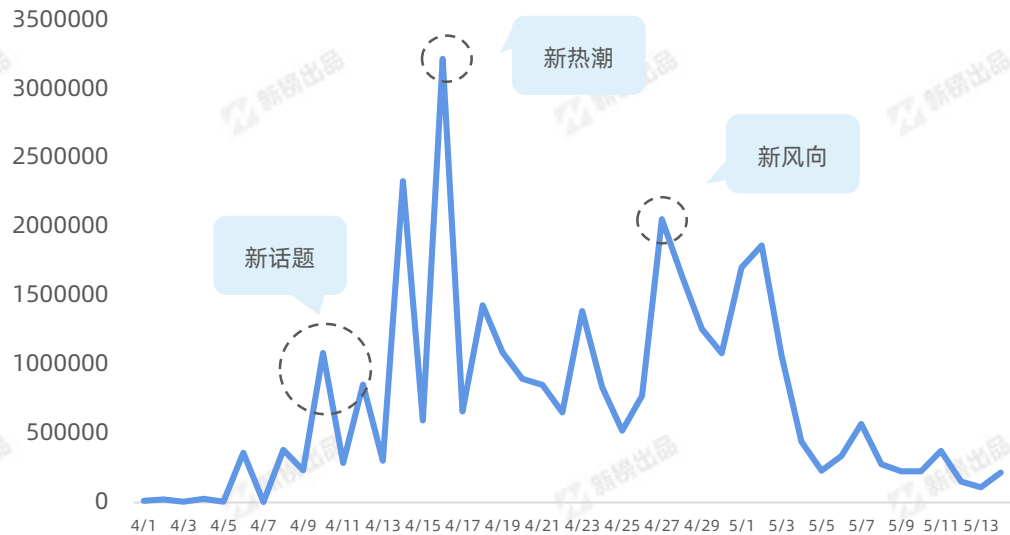
### “淄博烧烤”中的针对性浏览：热度带火多平台其他话题

**新话题**：4月14日，小红书几篇爆款笔记中展现了八大局早市的特色，并且其中很少提到淄博烧烤相关话题，在收获了超过250万的互动量的同时，也可以说**正式脱离淄博烧烤的阴影成为一个全新的爆款话题**

**新热潮**：4月18日，快手几篇拍摄八大局帅哥店员的视频成为爆款，这类视频重点完全放在店员的外形外貌上，引发了一种**另类的“淄博美食热潮”**，八大局的店员也成了美食以外的招牌元素。

**新风向**：4月27日抖音“八大局”话题另一爆款视频发布，主题依然是拍摄八大局的帅哥店员，“185男店员”也成了极具讨论度的新风向。

八大局相关话题抖音每日获赞数





# 淄博烧烤与新媒体

---

03



新榜  
NEWRANK.CN

## 新媒体：流媒体多平台矩阵联动

### 视频号词云：官方准备措施



主要为官方账号关于烧烤节各方单位做的准备工作以及相关进展

### 公众号词云：官方工作进程



主要为官方账号关于烧烤节发布相关进展和工作安排的报道。其中“儒风讲坛”账号发布内容主要展现了烧烤+杂技，烧烤+花灯的特色文旅内容产品

### 抖音词云：全过程



从烧烤节发布会-准备阶段-预热阶段（试运营）-烧烤节正式营业均出现爆款内容作品内容主要集中表现：**政通人和**（淄博的速度和淄博人的热情）

### 小红书：民众制作活动攻略



淄博本地帐号除了官宣和预热内容外，更偏向于介绍怎么吃怎么玩：

- 淄博烧烤张店区店铺集合
- “青春淄博·烧烤季”为主题的一日游、两日游线路，让游客品尝烧烤美食的同时，享受各具特色的文旅资源

### 快手词云：民众对现场的反馈

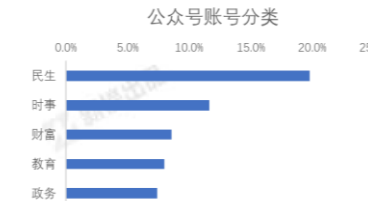
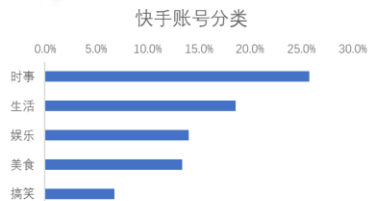
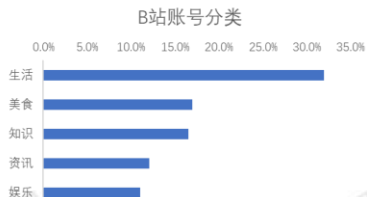
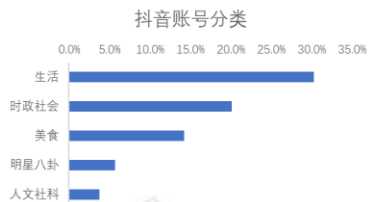


快手平台本地帐号更多发布烧烤节现场报道，如游客众多、警力充足等

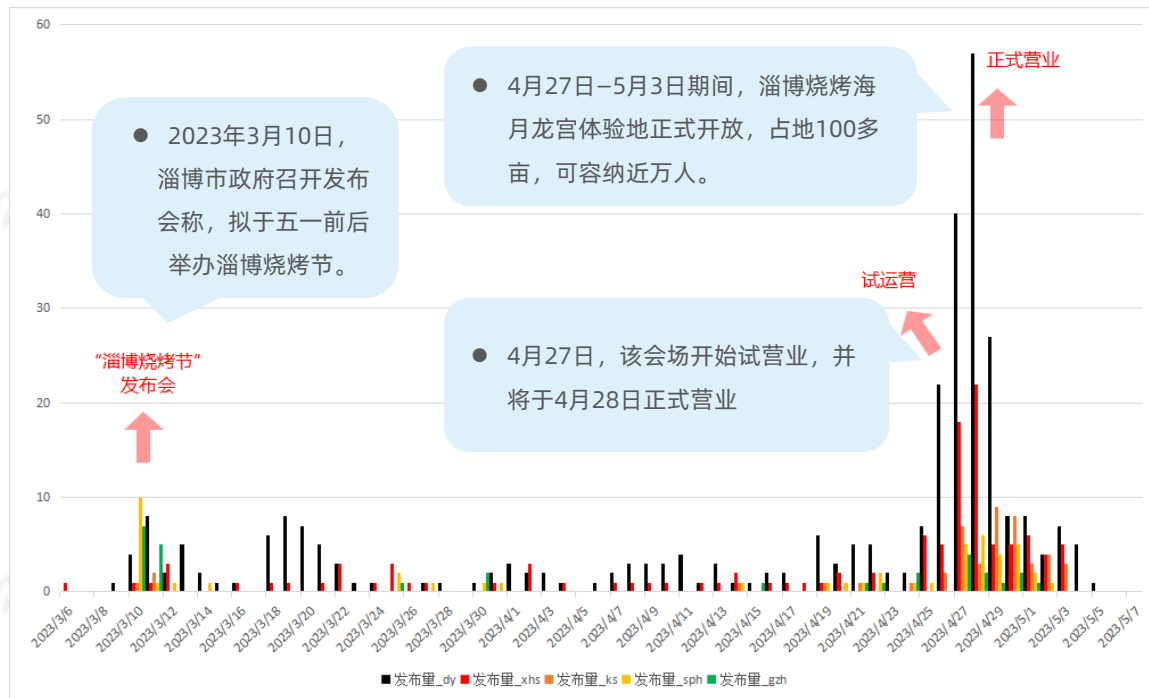
## 新媒体：官方媒体快速反馈有助于正面形象推广

- 淄博烧烤相关账号分类：**【抖音】**生活、时政社会账号占比50.4%；**【B站】**生活、美食账号占比49.0%；**【公众号】**民生、时事账号占比31.4%；**【快手】**时事、生活账号占比44.4%；**【视频号】**民生、时事政务账号占比39.2%；**【小红书】**美食、旅游出行账号占比44.0%

- 淄博本地账号内容量分析：**配合烧烤节发布内容的发布量从4月25日开始快速上涨，在4月28日前后达到峰值，几乎没有延迟时间**
- 平台发布量：抖音>小红书>快手>视频号>公众号



2023.03.06-2023.05.07  
淄博本地账号配合烧烤节作品发布量走势（按日度聚合）



## 新媒体：良好媒体形象帮助媒体平台负面话题解决

一个好的形象能够帮助媒体平台在公众心目中建立认可度与信任感，进而提高其权威性和影响力。而当遇到负面舆情时，一个良好的媒体形象也可以起到应对危机、挽回声誉的重要作用

游客们的视频给淄博带来流量热度的同时，也对它们日常的经营活动产生了很多负面的影响，比如“绿豆糕大爷”受到大量游客围堵，扰乱了他的日常生活，甚至还因为游客翻车受了伤；“烧烤小胖”被大量游客拍摄严重影响了工作效率；“鸭头小哥”诉苦说店里大量游客只围观不买严重影响了销售额。网络上的热度并没有带给这些人切实的利益，反而带来了许多不必要的麻烦，这样的现状也应其网络上对游客行为的质疑与声讨，这些被迫成为“网红”的人，说是“淄博烧烤受害者”一点也不为过。结合之前的一系列受害者，引起了极大的关注，**但是由于淄博烧烤在平台上良好的媒体形象，观众纷纷为受害者鸣不平，认为游客也应当遵守底线，不能破坏店家的基本利益。**

### 快手相关热门话题时间线

- 4月24日——“绿豆糕”成为每日热门话题，绿豆糕大爷在网上获得大量热度
- 4月28日——“烧烤小胖”成为每日热门话题，“淄博烧烤受害者”已成为新的热门词汇
- 5月4日——“鸭头小哥”成为每日热门话题，**游客对待“淄博烧烤受害者”的行为受到质疑**



才知道淄博的鸭头小哥现状竟然是这样，流量真是把双刃剑啊

Real娱乐

00:28 播放



#淄博绿豆糕大爷：我真的谢昂，让我安安静静在外面晃悠晃悠好吧...

半知名观众花花

00:25 播放

### 淄博媒体形象



淄博在抖音平台上的形象呈现以好客、热情为主。这种形象的营造使得淄博成为了一个充满人情味道的城市。在抖音上可以看到淄博人们的热情好客，他们善于交流、乐于分享，并用实际行动证明了淄博人的热情和诚信。此外，淄博还有着丰富的文化资源和美食文化，吸引了众多抖友带着好奇心前来探寻。通过在抖音上展示淄博的形象和资源，淄博在通过互联网这一平台展现自己的城市魅力，并受到越来越多年轻人的认可。



# 淄博烧烤与新需求

---

04



## 新需求：对政通人和生活的寄情

从政府到商家到本地老百姓的一系列行为像游客展现了一个热情好客、诚信经营、服务至上的形象，**这也是淄博烧烤爆火以来除了美食本身外，各视频评论区讨论度最高的主题**。正如热门视频标题所言：淄博火了，火的不仅是烧烤，更是淄博人身上的烟火气，是好客山东政通人和的人情味。

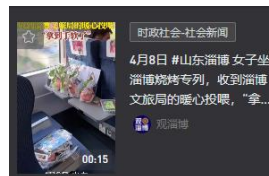
### 快手相关热门视频TOP5

| 序号 | 视频描述                                                                                     | 获赞数（万） | 播放数（万） |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| 1  | 淄博赢麻了！什么叫 <b>格局</b> ？政通人和 百废俱兴                                                           | 8.15   | 325.25 |
| 2  | 淄博火的不是烧烤， <b>火的是政通人和，国泰民安</b> 的烟火气！欢迎来淄博做客！                                              | 3.01   | 153.54 |
| 3  | 淄博领导最近都忙坏了， <b>偶遇淄博文旅局长宋局</b> ，领导们，辛苦啦！这就叫政通人和吧！                                         | 3.12   | 106.03 |
| 4  | 家人们，五一假期到了，大家想去哪里玩了吗？作为地地道道的朴实山东人，珍姐和门神也诚挚的欢迎大家来济南游玩，看大明湖，品超然楼，赏趵突泉， <b>好客山东欢迎你们来做客！</b> | 1.43   | 50.45  |
| 5  | <b>#淄博酒店五一坐地降价 #淄博 #酒店 政通人和！</b> 格局这东西，一旦打开就收不住了！                                        | 1.85   | 42.48  |

### 政通：官方真挚的回应



- 淄博文旅局发布的《致广大市民的一封信》、《致广大游客的一封信》，情真意切，行文自然，受到广大网友好评，被爱称为“满分作文”、“不愧是孔孟之乡”



烧烤专列文旅局暖心投喂



取消全市停车收费

### 人和：具有人情味的本地人与商家

#### 视频



本地人自发接送游客



本地商家汇源免费发放饮料



烧烤店家与顾客其乐融融

#### 话题



话题：在淄博感受人间烟火气



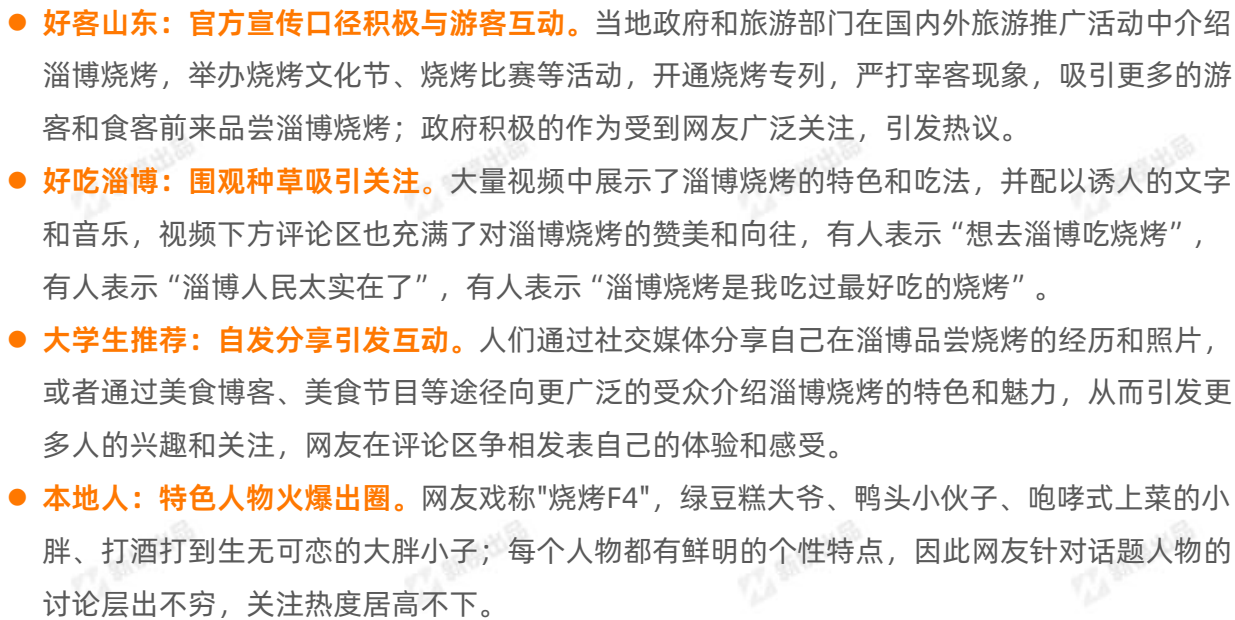
话题：淄博烧烤摊变嗨歌现场



话题：诚意满满的淄博



### 词云图重点词汇含义分析



# 淄博烧烤与新消费

05

○ ○ ○ ○ ● ○



新榜  
NEWRANK.CN

## 新消费：情绪价值驱动消费决策

消费决策通常是由多种因素所影响，其中情绪价值是重要的驱动力之一。人们在购买产品时往往会受到情感上的激励，如对品牌的好感、对产品的喜爱以及对生活方式的认同等等。这些情感因素会影响消费者的购买意愿和决策，并且也会影响他们的购买体验和对产品的满意度。因此，在市场竞争日益激烈的今天，企业需要深入探究消费者的情绪需求，并创造出与之匹配的产品和服务，以提高品牌影响力和市场竞争力。

### 淄博情绪：抖音话题“淄博这次拿出的全是热情”

#### 话题热门情绪价值一览

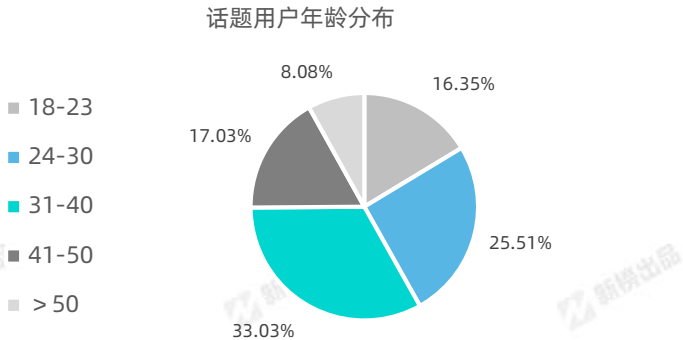
● 话题通过营造热情、愉悦的情绪带动游客的消费意愿

| 序号 | 视频描述                                      | 获赞数<br>(万) | 评论数<br>(万) | 分享数<br>(万) |
|----|-------------------------------------------|------------|------------|------------|
| 1  | #旅游 你看，路是可以一夜修完的！                         | 9.76       | 11.75      | 7.78       |
| 2  | 中国速度看淄博#淄博烧烤 #淄博烧烤再度火爆出圈 #淄博烧烤炸裂整个烧烤      | 95.17      | 12.09      | 51.47      |
| 3  | 欢迎来到淄博 #好客山东 #进淄赶烤 #人间烟火                  | 79.22      | 8.46       | 3.86       |
| 4  | 昨晚抵达淄博，气氛都到这个点了，那就提前祝大家新年快乐吧。#相亲相爱 #山东省省歌 | 57.96      | 2.78       | 1.87       |
| 5  | 来淄博吃烧烤，我免费开车去接你！#淄博烧烤再度火爆出圈               | 49.31      | 7.71       | 13.53      |

- 缓解旅游“路怒症”
- 通过表现优秀的市政建设来缓解游客对未知城市的焦虑
- “好客”提升游客满意度
- 假借节日氛围烘托情绪
- “免费”“接送”打消游客顾虑

#### 要点：情绪带动全年龄圈层消费

从4月14日开始，“淄博这次拿出的全是热情”相关话题开始受到大量关注。尽管“淄博烧烤”缘起大学生，但是到了传播中期，已经完成了初次“破圈”，以大学生为年龄阶段的18-23岁仅占话题的16.35%，更具有消费能力的24-40岁阶段成为了话题的主力军。



## 新消费：从生产型社会到消费型社会的转型

在城市转型的进程中，新的“**媒体-经济-社会范式**”正在逐渐构建。媒体在其中扮演着连接经济和社会的桥梁和纽带的角色。新媒体矩阵平台通过为经济和社会提供信息和服务，促进经济的繁荣和社会的进步。新媒体平台通过传播经济活动的信息，推动市场的有效运作和资源的优化配置

### 理论基础

- 社会学家丹尼尔·贝尔曾指出，现代社会将经历前工业社会、工业社会和后工业社会三个发展阶段。其中后工业社会的典型特征是从工业经济向服务业经济的转换。

### 经济基础

- 根据国家统计局数据，2010~2021年，我国社会消费品零售总额从15.2万亿元增长至44.1万亿元。
- 预计到2025年将达到50万亿~55万亿元。过去十年的年均增速为12.3%
- 我国将开始进入服务型消费社会，并成为全球最大的消费市场。消费结构升级将推动现代服务业发展与科技变革。

### 淄博烧烤现象意义

- 淄博作为原本的工业型城市，恰好可以利用当前的热度，实现向**消费型城市**的转型，推进新经济发展和建设消费型城市是当前经济社会发展的重点和方向之一。
- 在这个过程中，需要强调“**人本消费社会**”或“**协同消费社会**”的核心理念：即关注市民的需求和福祉，充分发挥市民和社会的力量，使城市成为“人民的城市”，基于社交平台的新型消费体验和消费模式得到广泛应用。这也是构建消费型城市和推进新经济发展的重要保障。

### 新媒体矩阵在其中的作用

- **新媒体矩阵平台是城市转型的有效窗口**：在信息时代的浪潮中，新媒体的崛起为城市发展带来了全新的机遇与挑战。新媒体平台以其便捷、广泛的传播渠道和强大的信息传递能力，成为城市传媒领域的重要力量。
- **新媒体矩阵平台能够将信息传播范围扩大到全民**：通过整合各类媒体资源，实现信息的多渠道、多元化传播，有效推动城市的转型升级。新媒体矩阵平台的发展与新经济的崛起处于同一发展线上，相互促进。新经济的兴起，依赖于信息技术的发展和新兴产业的蓬勃发展。
- **新媒体平台是信息技术的重要应用领域，为新经济提供了广阔的舞台**：新媒体平台以其创新的商业模式和灵活的运营方式，为新经济的创新企业提供了发展空间和市场机会。同时，新经济的发展也为新媒体平台提供了丰富的内容和业务需求，推动新媒体平台的持续壮大和创新发展。

中国最终将会以消费（新消费）为重点形成以国内大循环为主体的新发展格局。为了推动服务业的高质量发展和促进新消费的崛起，需要加大投入、加强创新、加强监管，以更好地满足消费者的需求和推动中国经济的转型升级。这将有助于中国经济实现可持续发展，实现跨越式发展，并为全球经济的发展注入新的动力。

## 结语

- **烧烤：**随着智能化浪潮的到来，人们的生活方式也在迅速改变。但是，烧烤作为一种草根文化，在现代社会依然存在，并且拥有着自己的市场和消费群体。烧烤不仅仅是一种食品，更是一种社交的方式和娱乐形式。在淄博，街头巷尾的烧烤店是人们举办聚会、庆祝和聊天的场所，也是人们释放压力和放松心情的好去处。淄博的烧烤文化已经深深地融入了人们的生活中，成为了一种独特的城市符号和代表。
- **转型：**中国已经走过前工业时代和工业社会时代，正在逐步向后工业社会转型。在这个社会阶段中，中国的经济将从工业经济转向服务业经济，服务型消费社会将成为未来的主要趋势。**中国正在进入一个消费升级的时代，而这将进一步推动现代服务业的发展和科技的变革。**
- **新世代（Z世代）：**是当前社会中一个具有重要影响力的群体。ta们生活在一个从生产型社会向消费型社会转型的时期，这种转变带来了一系列新的消费特征。内容社交平台对Z世代产生了巨大的影响力。他们通过社交媒体平台获取信息、分享观点和与他人互动，这成为他们获取消费信息和决策的重要途径。ta们不再只满足于基本的生活需求，而是追求更多的精神需求和享受。ta们乐于尝试新事物，随时准备着去满足自己的欲望，享受生活的乐趣。Z世代是悦己型消费者，他们不断在追求个体需求和群体社交的平衡点。ta们勇于直面自我，注重个性，小众文化和亚文化对他们来说不再是某种标签，而是一种可以被接纳的生活态度，对品质和社会责任有着高度的关注。**Z世代的消费行为将继续对社会和市场产生重要的影响力，塑造着新的消费趋势和文化。**
- **新消费：**包括健康、教育、旅游、体育和文化等领域的消费，这些领域以创新和高附加值为特点，有望成为未来经济增长的新引擎。与此同时，新消费与传统消费有着截然不同的消费习惯和消费观念，需要关注新的市场需求和消费行为，建立适合的供给体系，**满足消费者的个性化需求。**
- **新需求：**消费者们注重在场感，都希望能够获得更多的情感共鸣和创意碰撞。他们渴望在消费中找到归属感，并通过与同好者的交流互动来满足社交需求。在这个多元化的消费时代，品牌和企业需要更加敏锐地把握消费者的变化和需求，**提供具有个性化、创新性和情感共鸣的产品与服务。**
- **新媒体：**对于各大城市而言，新媒体矩阵平台是城市转型的有效窗口，建设消费型城市和推进新经济发展处于同一发展线上，相互促进，构建出新的“媒体-经济-社会范式”。这需要全社会的共同努力，制定相应的政策和措施，加强城市治理和发展，提高城市品质和人居环境，**使城市既满足经济发展的要求，又满足人民生活的需求，实现经济和社会的可持续发展。**



# THE END

欢迎访问，了解更多新媒体生态

新榜：NEWRANK.CN

新抖：XD.NEWRANK.CN

新快：XK.NEWRANK.CN

矩阵通：MATRIX.NEWRANK.CN

新视：XS.NEWRANK.CN

新站：XZ.NEWRANK.CN

新红：XH.NEWRANK.CN

限于数据范围，6大平台之外仍有很多优秀的内容平台，如微博、西瓜视频、百度百家等，新榜将在未来逐步完善，以提供更接近全生态的观察。

限于数据选取、定义和测算能力，以及观点成立前提，请谨慎使用本报告的结论，不构成投资建议。