

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：陈琰

学号：1810120118

学校院系：北京大学医学人文学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

“颜值”的经济学魔力

——丁真爆红拉动消费的成因分析

2020 年 11 月 11 日，一则时长仅七秒钟的短视频在短短数小时内爆红全网。一夜之间，这则视频的主人公——拥有帅气纯真脸庞、黝黑肤色、清澈眼眸及淳朴笑容的四川理塘县男孩丁真成了“亿”众瞩目的焦点。同时，与之一一起刷屏的还有丁真的家乡甘孜藏族自治州理塘县，该自治州在丁真火后五天内宣布所有 A 级景区门票免费。11 月 18 日，丁真正式与理塘文旅签约，成为了一名国企员工。一周后，一部记录当地风光的微型纪录片《丁真的世界》上线，引发网友又一波热潮。在之后的一个月时间里，以丁真为标签的话题持续活跃在微博等社交平台的热搜榜上。这个“甜野”男孩的走红，不仅改变了他个人的人生轨迹，也为网络文化消费市场和疫情后中国较为低迷的旅游消费市场注入了流量和活力。

丁真之所以能走红，主要是由于其英俊爽朗的面容，而一众网友以及消费者愿意为此买单也主要是受到其“颜值”的影响。但是为何“颜值”能带来如此大的社会影响力和经济影响力？又为何偏偏是这个理塘县的淳朴男孩成了“天选之子”？要解答这些问题，除了看清各大媒体平台和炒作和营销外，首先需从当下中国消费者的消费需求和消费观念着手，再进一步探究背后政府部门的推动引导作用。

当前我国处于“十三五”和“十四五”的换挡期，伴随着经济发展步入新常态，我国逐渐步入了后消费时代——消费需求逐步上涨，消费观念逐步解放^[1]。收入的普遍上升使得中国消费者更愿意为自己喜爱的事物买单，而“颜值”正是其中之一。根据以往学者的研究，我国消费者不仅愿意为自身颜值的提升消费，也愿意为具有高颜值的商品消费^{[2][3]}。尽管将丁真作为商品来形容有所不妥，但不得不承认，从根本上看，丁真的容貌是其巨大影响力的主要原因，也是推动后续消费的动力，人们虽然没有直接消费丁真，但是因为丁真消费了他的周

边包括他的家乡甚至是与他有关话题所涉及的地区。同时，丁真的走红及其对文化和旅游产业的影响是消费者心理和偏好的一种反应，如今中国新生代在文化等领域的消费具有对互联网依赖性强以及注重情感、人格与价值观的特征^[4]。在物欲横流和“网红脸”遍地的当下，丁真作为一个少数民族男孩，其清新的长相、朴素单纯的人格和较为贫寒的家庭背景使一众消费者在对他产生了同情和好感。归根结底，丁真对消费的拉动作用是在消费者的选择下产生的，而消费者的选择正是市场这一“无形之手”的体现。市场让丁真在众多个体中脱颖而出并赋予他带动经济的神奇“魔力”。

丁真这一故事的创作者除了市场和消费者之外还有政府和国企。如果说市场和消费者是丁真推动消费的决定因素，那么政府和国企就是正确引导消费的必要条件。上文提到丁真在走红后不久就成为了国企的一员以及理塘县的旅游大使，这显然是政府通过市场的反应发现了丁真这个人物对该地区旅游业发展的作用之后的结果。中国现阶段存在消费不足的现象，其与大量存在的国有企业有一定关系，背后的主要原因是居民部门不能直接影响企业的投资行为^[5]。在丁真的故事中，他之所以能很好的促进文化旅游消费，离不开国企（即理塘文旅）的投资行为。理塘文旅愿意和丁真签员工合约并让他成为旅游大使属于一种特殊的投资，而这一投资的并不是由于或者并不是单纯由于该企业想要扩大他的规模（即资本的增值）作出的，更多的是出于对消费者偏好的迎合。这也就意味着，居民的偏好成为了国企（理塘文旅）对投资项目的筛选标准，因此消费得到了提升。除此之外，政府部门的宣传工作也积极引导也让丁真的走红朝着相对乐观的方向影响社会和经济，而不是演变成类似“马保国鬼畜”这样为资本操控而不可收拾的事件。

丁真这个少年的走红归根结底是一场由“纯真朴素颜值”引发的经济学效应。它是市场竞争的结果，并以肉眼可见的速度推动着中国的文化和旅游消费。虽然这个个体拉动消费的规模可能十分有限，且这一事件无法从根本上解决中国当下的消费不足问题，但是这一特殊个体的故事却隐含着一个至关重要的经济学启示：推动中国消费必须让有效市场和有为政府更好结合^[6]。要发挥好市场在资源配置中的决定性作用，并让政府在尊重市场规律的基础上，正确引导消费、激发市场活力、增加居民福利。

参考文献：

- [1]杨洋.聚焦颜值经济[J].全国流通经济,2020(25):6-8.
- [2]康希荣.“颜值”背后的经济效应及其可持续性[J].财经界(学术版),2016(36):358-359.
- [3]“颜值”经济与包装设计的“二次元”变身之道[J].中国包装,2020,40(06):33-34.
- [4]赵向华.新生代文化消费心理与行为研究[J].商业经济研究,2020(21):81-84.
- [5]徐高.宏观经济学二十五讲：中国视角[M].北京：中国人民大学出版社,2019:151-153.
- [6]万少辉.推动有效市场和有为政府更好结合[J].新长征,2020(12):12-13.

2000 字

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本
文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538**

2000 字