



观念转变 从“买买买”到“租租租”！ “轻生活”让租赁经济站上消费新风口



“五一”假期出游热情高涨，“以租代买”成为消费者新选择。从出行车辆到传统服饰礼服，从摄影设备到露营装备，“万物皆可租”的浪潮席卷“五一”市场。国家市场监督管理总局发展研究中心发布的《循环经济背景下的消费租赁行业健康发展白皮书》显示，2024年我国租赁经济交易规模突破4.2万亿元，同比增长32%，服务用户超7.5亿人次，数智平台交易额占比达65%。

“万物皆可租”的热潮背后，是政策的明确支持。1月，商务部等9部门联合发布《关于实施绿色消费推进行动的通知》，将二手商品租赁明确列为国家重点支持的新型消费业态。租相机、租衣服、租玩具、租机器人、租“养虾”服务……从数码产品到户外装备，从日常用品到“黑科技”，“万物皆可租”的消费浪潮正扑面而来。租赁，这个古老而传统的商业模式，正在新消费浪潮中焕发前所未有的活力。

年轻人的“轻生活”

“7天旅拍，租两套设备省了9成成本，还能随时换最新机型！”五一假期，重庆摄影师林轻（化名）带着从人人租租来的无人机和4K相机，在武隆仙女山完成了一组爆款旅拍。他算了笔账：全套设备日租不到百元，比一次性购买节省几万元，让他轻松实现“轻装上阵”，用更专业的器材记录下旅途中的每一个精彩瞬间。

这些场景并非个例，实际上是当下年轻人消费生活的真实写照。从旅行必备的摄影器材、户外装备，到日常生活中的影音游戏、家居用品，越来越多的年轻人正在用“租”重

新构建自己的生活消费方式。他们的选择，正是当代年轻人消费观念变革的缩影——当“拥有”不再是刚需，“使用”成为新追求，以人人租为代表的租赁平台，正成为他们践行“轻资产生活”的核心载体。

这种对“拥有”与“使用”关系的重新定义，并非偶然，而是多重因素交织的必然结果。在传统消费语境中，“拥有商品所有权”被视为生活稳定的象征与社会地位的标签，人们习惯于通过“购买”构建安全感，即便面对高频迭代的数码产品、低频使用的户外装备，也倾向于“咬牙购入”，最终却陷入“闲置贬值”的困境。

爆改假期，租赁装备成旅游“新标配”

今年“五一”假期，年轻人的旅行方式正被“租赁风”重塑。他们告别大包小包的行李，转而通过租赁装备实现轻装出行，在享受高品质旅行体验的同时，也推动了租赁经济的蓬勃发展。

在重庆洪崖洞、磁器口等热门景区，手持租赁设备的游客已成为一道新风景。林宇所在的摄影团队在7天假期里租赁了12套专业设备，涵盖无人机、稳定器和长焦镜头，租赁成本较购买节省超八成。林宇展示的订单显示，其团队通过“芝麻信用免押金”服务，仅凭身份证便完成了设备提取，“旅拍达人套装”（含微单相机、手持云台、环形补光灯）每天仅需150元。这种“场景化租赁”模式正成为主流，人人租平台数据显示，假期便携相机等热门品类订单量同比激增348%，爱租机平台相机租赁订单也同比增加220%。

旅游场景的租赁需求远不止数码设备。“五一”假期露营装备店内人头攒动，店主周先生表示，4至10月是租赁旺季，店里装备租赁占比超六成，顾客以年轻人、亲子家庭为主。

租车市场在这个黄金周也彻底“燃”爆。神州租车数据显示，全国订单量同比激增37%，出租率峰值突破95%，部分热门城市“一车难求”。

租赁经济的触角还延伸至文化体验领域。金佛山景区汉服租赁点日营业额突破5000元，95后游客李萌认为，租汉服拍写真比买更划算。

“年轻人不再为‘仪式感’买单，而是为‘体验感’付费。”重庆工商大学研究员莫远明指出，这种转变背后是消费逻辑的重构——从“拥有商品”到“使用服务”，从“长期占有”到“即时满足”。租赁经济正以其灵活性、高性价比和环保性，成为年轻人追求品质生活的新选择。

从穿衣打扮到居家生活 租赁模式覆盖多元消费场景

事实上，租赁经济的浪潮早已冲破旅游场景，深度融入年轻人的日常生活。从穿衣打扮到居家生活，租赁模式覆盖的消费场景日益多元，呈现出“品类多元化、服务数字化、需求品质化”的鲜明特征。

在重庆江北区，28岁的王琳是共享衣橱的忠实用户。她通过“托特衣箱”App，每月花299元就能租到10件不同品牌的当季新品，还能随时换新。王琳的衣柜里，曾经堆满的“冲动消费”服饰已被清空，取而代之的是共享衣橱的循环使用。“现在每月能省好几百元，还能常穿常新，给家里腾出空间。”

共享衣橱的流行，只是租赁经济兴起的一个缩影。汉服、旗袍、西装、婚纱等特殊服饰的租赁同样热门。不仅如此，“共享式生活”正蔓延至更多领域。今年6月，Labubu热门款被炒至3万元且一娃难求时，租赁平台上多款产品已被抢租一空。Switch2、无弦吉他等也常年位居租赁平台热租榜。

租赁消费的浪潮已渗透到生活各处。美团平台数据显示，今年8月，“相机租赁”“婚纱礼服租赁”“无人机租赁”“儿童推车租赁”搜索量同比分别增长63%、109%、89%、165%，租赁场景愈发丰富。这种“体验式消费”正成为年轻人的社交货币，让他们以最低成本获取最高情绪价值。

数据进一步印证了这一趋势。芝麻租赁平台数据显示，平台年交易额同比增长超70%，“95后”用户占比超六成，“00后”用户订单量一年暴涨两倍。从职业分布看，白领、创业者、学生合计占比超75%；从地域分布看，超半数用户来自新一线及二线城市。租赁经济，正成为年轻人追求品质生活的新风尚。

观念变迁：“体验大于占有”

租赁消费在年轻人中迅速走红，这既是年轻一代消费观念深刻变迁的体现，也是租赁行业不断创新服务的结果。

“‘90后’‘00后’逐渐成为租赁消费主力军，他们更强调‘体验大于占有’，在满足即时需求、追求新鲜感的同时，也注重性价比与环保理念。”莫远明表示，随着物质文化生活水平提升，年轻一代消费需求日益多样化、个性化，越来越多人愿意尝试旅游装备、户外用品等过去低频或高门槛的消费场景，而租赁模式恰好契合了这一趋势。

莫远明还指出，租赁经济的火爆反映了消费市场正从物质型向体验型转变，也体现出市民消费理念更加理性。与长辈相比，年轻一代更关注使用价值而非占有价值。租赁模式有效解决了“低频需求”的尴尬，让消费更贴合个人使用习惯。

社交媒体平台的影响力同样不可小觑。“看到朋友圈里大家发的旅行美照，我觉得手机拍出来的质感和色彩不如相机，所以旅行时也想租台好相机。”95后市民张心怡的话，道出了不少年轻人的心声。在短视频平台，国庆租车攻略、旅行相机推荐等相关话题播放量均突破千万。

尝鲜体验、多样体验和临时使用是年轻人选择租赁的主要原因。租赁成为年轻人“低成本试错”的工具，助其在消费前避免“踩坑”。不过，莫远明提醒，当下租赁消费也存在一些隐患，如信任缺失、体验断层、品质难保、心理依赖等。因此，年轻人在选择租赁时，应选择讲信誉、有实力、重品质的专业平台合作，理性消费、量力而行，不盲目攀比，并妥善处理租与买的关系。对于长期使用耐消耗商品，建议还是以购买为主。

据《重庆日报》、海峡网、《经济参考报》