

写在前面

展会现场,能对话、会干活的机器人触手可及;山林峡谷间,“20℃清凉圈”成为夏日消暑密码;博物馆里,有趣有料的文博活动引人入胜……刚刚过去的暑期,居民出热情高涨。

8月31日,为期62天的暑运结束,全国铁路累计发送旅客9.54亿人次。亿万人次踏上旅途,催生一个个鲜活的夏日消费场景。

暑期向来是文旅消费旺季,透过这一观察消费动向的窗口,能清晰捕捉到

中国经济不断涌现的新活力。这个夏天,各地向“新”挖潜,推出特色文旅活动和惠民措施,夜间集市、亲子研学、避暑旅居等体验式消费需求不断释放。

前不久,《旅游强国建设“十五五”规划》《扩大消费“十五五”规划》相继发布,为完善扩大居民消费长效机制,更好发挥消费对经济发展的基础性作用指明方向。热浪翻涌间,消费新场景、新业态、新模式不断涌现,中国经济正释放内需增长新动能。

夏日“热”经济 消费新活力

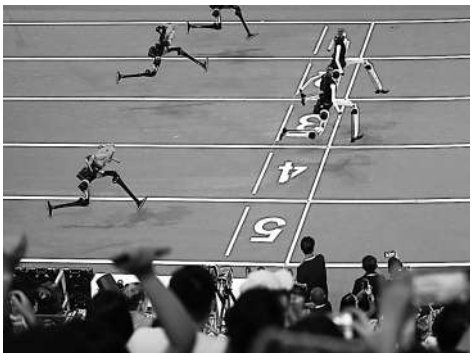
——从暑期经济几大亮点看我国内需增长新动能

■本报记者 于心月



买科技

机器人当起“一日店长”



第二届世界人形机器人运动会田径100米决赛中,人形机器人在进行比拼。

新华社记者 鞠焕宗摄

8月22日至26日,第二届世界人形机器人运动会在国家速滑馆“冰丝带”举办,1300余场比赛轮番上演,2000余台机器人同台竞技。

赛场上,上演科技与体育的精彩对决;赛场外,“机器人暑期欢乐季”系列配套活动同样让人挪不开步子。在国家速滑馆外的闲玩市集,机器人当起“一日店长”,做咖啡、卖饮料、当导游……这些“店长”,许多是去年世界人形机器人运动会上斩获佳绩的“选手”。

市集里,7岁的豆豆玩得不亦乐乎。观看完机器人足球赛后,他和妈妈体验了一场与机器人的点球大战。一场比拼下来,豆豆一个球也没扑到,却没有半点失落,而是兴奋地沉浸在与机器人的互动中。

“本来只是趁暑假带孩子看个热闹,没想到他对机器人特别着迷,在每个正在工作的机器人前,都要细细观察一会儿。”妈妈张女士笑着说,他们在市集上喝机器人拉花的咖啡、吃机器人做的棉花糖,豆豆的背包里,还塞满了机器人主题文创产品。

这个暑期,数字技术深度嵌入文旅链条,为消费市场注入新动能。以本届世界人形机器人运动会为例,截至8月24日,赛事票务销售总额突破千万元大关。此外,北京市朝阳区还设计3条科技工业游戏线路,涵盖中国科学技术馆、人形机器人数据训练中心、智能制造产业园等,让游客在城市探寻科技蓬勃生长的万千模样。

随着人工智能从冰冷的代码走向热闹的现实生活,数字消费成为今年暑期出行的热门选择。相关平台数据显示,7月以来,“工厂参观”“科学探索”等标签搜索热度环比增长2.7倍,相关产品热度同比增长超七成。

在热门旅游城市,人工智能大模型、数字孪生等前沿技术让出游有了新体验。

在安徽省合肥市,城市文旅智能体成为游客的“旅行搭子”。出发前,智能体可根据游客需求生成个性化游玩攻略。在景区,智能体还能根据游客实时位置进行语音讲解、智能导览,按需推荐周边美食。

在山东省泰山景区,红门、中天门和南天门3个租赁点的500台外骨骼机器人常常被租借一空。游客们穿着外骨骼机器人登山,轻松征服陡峭山路。

在陕西省西安市,陕西历史博物馆的VR体验项目将多幅唐代珍贵壁画进行数字化重构。原本静态陈列的壁画变得可感、可互动,游客可以身临其境地感受古代社会风貌。

从赛场竞速到智能导览,从文创消费到贴心服务,这股接地气的“数字暖流”让科技从实验室走向生活,燃旺城市烟火气。

【相关链接】

今年6月,商务部等8部门发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》,以推动人工智能与消费深度融合为主线,提出5方面17条举措。

“人工智能+消费”是“人工智能+”行动的重点领域之一。近年来,人工智能技术快速发展,并向消费领域渗透,催生了新产品新服务,激发了新的消费需求。



买文化

星夜里探寻千年文脉



暑期,小朋友在湖北省荆州博物馆参观。

新华社记者 沈虹冰摄

夜晚,微风拂过城垣,灯光沿着步道亮起,一场妙趣横生的研学活动在河南省郑州市大河村国家考古遗址公园启幕。

夜幕下,20组亲子家庭穿行于史前部落,身着兽皮、手持骨矛的工作人员倾情表演,生动还原仰韶先民狩猎丰收、祭祀祈福的生活场景。孩子们手持探灯,在工作人员的带领下体验考古探索,辨认陶片纹饰,在星空下聆听大河故事。

这场跨越千年的对话,让原本遥远的史前文明,变成触手可及的文化体验。活动结束后,不少孩子攥着自己捡到的陶片标本,向工作人员询问更多关于仰韶文化的细节。

从走马观花式的浅层观光,到注重文化认同、情绪价值的沉浸式体验,这个暑期,火热的研学游也在拓宽深度与广度。在中南财经政法大学教授程韬光看来,“文化+沉浸式体验”的模式让文博场馆兼具社交与休闲双重属性,满足了年轻群体的兴趣需求。“文博场馆和观众的关系从打卡观光的陌生人,变成了愿意重复体验不同主题的文化伙伴。”程韬光说。

7月25日,“景德镇手工瓷业遗存”正式列入《世界遗产名录》,成为中国第61项世界遗产,到景德镇体验手工制瓷成为游客出游新选择。

这个暑假,00后游客李欣语在景德镇开启一场深度漫游。她从御窑遗址逛到市井街巷,还走进非遗工坊,亲自体验传统拉坯技艺。“从取土到制瓷,我仿佛沉浸式读懂了一件瓷器的诞生。”李欣语说。

“从早到晚,拉坯机没停过,游客一波接一波,还有外国游客专程来体验。”在景德镇一家陶艺体验店,负责人杨志江忙着为游客讲解拉坯技艺。暑期以来,店里平均每天接待客人近200人次。

文博游、非遗游、研学游……暑期文旅市场为游客提供丰富的精神文化供给,让游客在一场场文化盛宴中入景入情、厚植底蕴。

在江西省赣州西高铁站,一场15分钟红色情景快闪与过往旅客不期而遇。当地将赣南苏区广为流传的红色故事“八子参军”创编成情景舞蹈,暑期在高铁站演出。

在内蒙古兴安盟,传统草原那达慕盛会今年玩出新花样。赛场周边,非遗文创、农牧特产等摊位前人头攒动,特色服装租赁、定制旅拍等业态丰富多样。

国风浸润,国潮奔涌。相关平台数据显示,今年暑期,标注有“研学”等字样的产品搜索量环比增长2.8倍,文化研学相关线路咨询量同比增长超130%。这股热潮背后,是人们希望在深度体验中寻找精神共鸣。

【相关链接】

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。当前,人民群众对旅游的需求已经从“看风景”转向“品文化”“悟生活”。

《旅游强国建设“十五五”规划》指出,推动文旅与相关领域融合。随着不断推动文旅与一二三产业跨界联动,将有效延伸产业链、创造新价值,培育新的增长点。

图览

我国消费市场 发展活力

消费是观察经济运行的重要窗口。国家统计局数据显示,今年以来,我国零售市场规模稳步扩大的同时,消费市场还呈现出一些结构性特点

居民消费向服务消费转型

1—7月

▶ 服务零售额增长5.0%, 快于商品零售额3.9个百分点

▶ 旅游咨询租赁服务、文体休闲服务零售额同比分别增长11.0%和10.1%, 持续保持两位数增长

▶ 电子阅读、网络视听等数字内容供给日益丰富, 带动通讯信息服务类零售额增长11.9%

商品消费提质升级

1—7月

▶ 商品零售额超过25万亿元, 同比增长1.1%, 粮油食品等基本生活类商品稳定增长, 通讯器材等升级类商品零售实现快速增长

▶ 可穿戴智能设备零售额同比增长超过1倍, 限额以上单位高效等级家电零售额增速超过30%

消费新业态持续释放活力

1—7月

▶ 网上商品和服务零售额同比增长4.8%, 其中网上商品零售额占商品零售额的比重接近30%

▶ 面向品质消费、数字便民的零售新业态增长较快, 限额以上仓储会员店、无人值守商店零售额增长均在25%以上

乡村消费、入境消费潜力持续释放

1—7月

▶ 乡村消费品零售额同比增长2.4%, 增速高于城镇1.3个百分点

7月

▶ 多地离境退税商品金额实现大幅增长, “中国游”的流量正不断转化为“中国购”的增量

资料来源:国家统计局

图表制作:扈 硕



买体验

三伏天解锁冰雪运动



滑雪爱好者在湖北省武汉市甘霖山国际滑雪场滑雪,体验夏日冰雪运动乐趣。

新华社记者 伍志尊摄

上午10点,吉林省吉林市气温已升至28℃。在一家室内滑雪场,几名来自江苏的游客正在选购羽绒服。“这是我的南方朋友,很少见到雪,我带他们来滑雪场转转。”吉林市民李静说。

避暑是暑期经济的重要主题。近年来,室内滑雪场逐渐兴起,让过去受季节限制的冰雪运动在炎炎夏日照样热度不减。

李静和朋友们选择的这家滑雪场,利用原有人防工程改建而成,场馆温度常年保持在-6℃,吸引不少游客前来体验。

一场酣畅淋漓的冰雪运动后,游客还可以到室内雾凇实验室观赏如梦如幻的雾凇。相关负责人介绍,他们利用气象科技模拟再现自然雾凇的外观形态与质感,突破雾凇的季节观赏限制。今年暑期,该滑雪场还推出雪雕区、雪圈游乐区、雪地爬犁、雪地观光车等大众趣味冰雪项目,让游客有得看,也有得玩。

进入暑期,消费市场的一个明显变化,是消费者更愿意为感受、情绪、经历付费,沉浸式、参与式产品持续走俏。前不久举行的国



买健康

“森呼吸”开启惬意生活



游客在重庆市北碚区澄江镇缙云村一家民宿休闲。

新华社记者 王全超摄

青山叠翠,碧波如练。位于贵州省铜仁市的梵净山,云雾在峰峦间流转,潺潺水声与林间鸟鸣相和,织成一首自然的养生曲。

“这里的环境让人放松并能很快进入深度睡眠,来这儿的几天,我睡得越来越好。”来自贵州省贵阳市的廖先生长期受失眠困扰。这个暑期,他在梵净山小住几天,找回了久违的酣眠。

梵净山森林覆盖率达97%,负氧离子峰值达每立方厘米18万个。如今,“梵净山下好睡眠”,正从一句宣传口号,变成越来越多旅居者的真实体验。

山间好睡眠,山下的温泉康养同样火热。在铜仁市石阡县古温泉景区,62岁的重庆游客李女士泡在药池中满脸惬意:“周身被温水浸润,心灵也归于宁静。”退休后,她常常来石阡旅居几日。今年,她特意先登梵净山赏景,再到石阡泡泉康养,“登山疲惫一扫而光”。

惬意体验的背后,是铜仁全域康养的系统布局。近年来,铜仁市立足“生态+康养”定位,深耕生态、温泉、中医药等核心资源,打造

新办新闻发布会上,国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司副司长王冠华介绍,7月份,全国服务业生产指数同比增长4.3%,服务业业务活动预期指数为56.0%,其中邮政、文化体育娱乐等行业商务活动指数均位于55%以上较高景气区间,居民消费重点正从“买商品”向“享服务”“重体验”转变。

以消费体验为重点,传统避暑玩法正发生改变。除了反季节室内滑雪体验外,参与感较强的户外体验迅速走红。中国气象局组织制作2026年全国避暑气候资源地图,将避暑资源划分为高原、山地、海滨、森林4大类型。

位于青藏高原与四川盆地过渡地带的四川省雅安市,山林、峡谷、溶洞中的清凉体验,吸引不少游客前来避暑休闲。在雅安碧峰峡景区,峡内50余处瀑布、溪潭一步一景,或层层叠落,或一注到底,构成一道独特的风景线。

除欣赏美景外,景区还进一步为游客提供情绪价值。今年暑期,当地推出清凉夏日特色活动,白天有工作人员以主题造型进行巡游陪伴,晚上有藏羌民族风情演艺和主题乐队、歌手演出。

结合亲子游热潮,当地还推出熊猫科普、生态互动等体验项目。游客走进大熊猫活动区,近距离观察大熊猫进食、嬉戏、休憩的萌态,在互动中领略“国宝”风采。

《扩大消费“十五五”规划》提出,以消费体验为重点,培育消费新业态、新模式、新场景。热浪催生新机,越来越丰富的消暑场景走进市场,让夏日经济活力盎然。

【相关链接】

我国人口规模庞大,中等收入群体持续壮大,品质化、个性化、体验化的消费需求日益增长。

今年以来,“跟着赛事去旅行”“跟着演出去旅行”等多个品牌热度升温,文旅与体育、工业、商业等业态的深度融合,有效拓展体验经济发展空间。

“旅居梵净山”品牌,推动产业规模、配套设施、品牌影响力实现全面提升。

今年暑期,集生态休养、健康照护、社交文娱于一体的康养旅居成为文旅消费新潮流。从银发族的“长线慢旅居”,到中青年解压的“轻旅行”,文旅与康养融合,让旅居不再是“多卖几晚房间”的买卖,而是“托起一段健康生活”的期许。

清晨6点,来自重庆市的李阿姨早早洗漱完毕,沿着云南省楚雄彝族自治州楚雄市紫溪镇的8公里森林康养步道缓步而行。午休过后,她走进彝医馆进行理疗。傍晚时分,她在小院里与旅居中新结交的朋友闲聊。

“村里有旅居管家,帮忙建立专属服务档案,还能进行慢病咨询和应急求助。”李阿姨的旅居日常,是众多紫溪镇旅居客的缩影。今年以来,当地已为千余名长线康养游客建立服务档案,游客满意度达98%以上,回头客占比超三成。

多业态融合让旅居生活有滋有味,医养融合则提振旅居者的信心。

在江苏省宜兴市,一批专业康养品牌落地生根,以精细化、智慧化服务为康养旅居护航。此外,随着长三角异地就医直接结算政策落地,长三角地区旅居老人在宜兴看病、拿药可直接刷家庭医生保卡,免去了跑腿的麻烦。

森林疗愈、山居放空、回归自然的康养线路成为人们夏日出行的优选。当山水处处可亲,旅途时时有景,一个充满生机的经济图景徐徐铺展。

【相关链接】

“银发经济”背景下,中老年群体养老消费观念不断升级,节奏舒缓、安全舒适、配套完善的康养旅居广受青睐。

同时,中青年客群成为避暑康养市场的核心增量。相关平台数据显示,中青年客群不仅要“避暑”,还希望“调理睡眠、慢性病,减少内耗”。