

消费视窗·聚焦消费新场景

市场漫步

紧跟消费新趋势 打造旅游新供给

# “旅游+”拉动休闲度假需求

本报记者 王珂 白光迪

党的二十大报告提出：“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。

当前，我国旅游消费呈现多样化、个性化的升级趋势。文化和旅游相关部门聚焦消费新需求，推动旅游景区提质增效和转型升级，创新推出旅游度假、旅游休闲街区等旅游新产品，更好满足人民群众多元化、个性化的休闲度假需求。

## 融合发展，文化元素提升旅游品质

氤氲雾中，一尾小船逶迤而来，琵琶轻拂；静香书室内，一曲《武陵人》声腔婉转，韵味悠长。近日，江苏扬州瘦西湖首届“梅花艺术节”开幕，将花文化与非遗相结合，给游客带来了不一样的游玩体验。

文化旅游、康养旅游、体育旅游、滑雪度假……旅游市场中，各种休闲度假旅游产品越来越丰富。文化和旅游部发布的数据显示，“十三五”期间，我国人均出游超过4次。人民群众通过旅游饱览祖国秀美山河、感受灿烂文化魅力，有力提升了获得感、幸福感、安全感。《“十四五”旅游业发展规划》提出，顺应大众旅游多样化、个性化消费需求，创新旅游消费场景，积极培育旅游消费新模式。

不久前，文化和旅游部公布了第二批国家级旅游休闲街区名单。随着旅游市场的发展和旅游消费需求升级，人们出游不再满足于到景区转一圈看看风景，而是有了更多的度假休闲需求。在此背景下，建设好国家级旅游度假区和旅游休闲街区，对于激发度假休闲旅游的更大活力是非常有意义的。

“旅游+”离不开文化“活”。扬州市加强业态融合，开发更加符合游客需求、更具生活温度的旅游产品。扬州市文化广电和旅游局副局长顾红霞说，依托运河文化底蕴，扬州将重点打造大运河夜游项目，升级夜游品质，活化古城资源，将电影、夜游、乡村游等与民宿业务结合，拓展消费新模式和产业链，通过提升旅游体验感来撬动消费大市场。

今年，扬州市将建成开放淮扬美食书房示范基地，推出少堂书场等一批“扬州有戏”示范性小剧场、创排推出《千里江山图》等精品小剧场剧目；持续对接文化和旅游业的首店、首演、首映、首展、首秀、首创落地扬州，支持国内外著名品牌产品在文旅场所开设旗舰店、概念店、体验店。

“旅游+非遗”激发新活力。近年来，南京市致力于探索“非遗进景区”的模式，将原本深藏在博物馆或是隐于乡间的非遗项目，有机融合在旅游“吃住行游购娱”六要素各个环节中，让游客看得见、尝得到、能体验、可带走，在旅途中感受非遗魅力。近日，中国非物质文化遗产保护协会公布了2022年“全国非遗与旅游融合发展优选项目名录”。南京两个项目入选，其中，夫子庙—秦淮风光带景区入选“非遗旅游景区”，小西湖历史风貌区入选“非遗旅游街区”。

漫步南京夫子庙—秦淮风光带景区，随处都可感知非遗文化。钞库街打造的秦淮·非遗馆，古老的非遗在这里融入现代生活；西牌坊处引进了秦淮小吃博物馆、樱桃鸭制作技艺体验基地；秦淮图书馆和门东历史文化街区游客中心的小型非遗作品展，也吸引

“孩子皮肤娇嫩，作为家长，最担心的是儿童化妆品不安全。”家住湖南省长沙市的田女士说，10岁的女儿经常参加学校的文艺表演，演出时需要使用口红、腮红等彩妆产品。因此她很关心这些产品的安全问题。

田女士的担忧有望得到解决。《化妆品抽样检验管理办法》(以下简称《办法》)3月1日起正式实施，《办法》规定，化妆品抽样检验将重点关注儿童化妆品和特殊化妆品。

抽样检验是化妆品上市监管的重要手段，能精准打击化妆品违法违规行为。近年来，网购已成为家长为孩子选购儿童化妆品的主要渠道之一。在电商平台搜索“儿童化妆品”，眼影、腮红、粉饼、口红等各种儿童彩妆套装让人眼花缭乱。如何确保这些产



浙江省湖州市南浔古镇景区春意浓浓，游客乘坐乌篷船游玩。

陆道遥摄(影像中国)

了游人打卡；景区还将南京云锦、秦淮灯会、秦淮灯彩等元素融入一些餐饮店堂设计，让游客在用餐时也能领略非遗之美。

## 创新发展，智慧旅游增强游客体验感

“扫一扫二维码，就能把行程安排得妥妥当当，真方便。”近日，上海游客崔先生带着孩子来苏州游玩，下了火车，就在车站看到“君到苏州”平台的二维码。崔先生用手机扫码后，通过小程序就能很方便地查阅游玩信息，还预约了拙政园和苏州博物馆的门票。“就像是有了一个电子导游。”崔先生说。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，“深入发展大众旅游、智慧旅游”“强化智慧景区建设”。随着互联网、大数据、人工智能等新技术在旅游领域的应用，以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游成为旅游业高质量发展新动能，也推动形成了更多休闲度假旅游消费新场景。

“智慧旅游在提升游客体验方面的作用比较明显。”中国劳动关系学院文化和旅游政策研究中心副主任翟向坤说。一些景区通过数字化改造，完善分时段预约游览、流量监测监控、智能停车场等服务，让景区参观更有秩序，改善了游览体验；还有一些景区开发数字化体验产品，普及电子地图等智慧化服务，丰富了参观体验。

面对高质量发展需求和人民日益增长的美好生活需要，文旅行业越来越离不开科技、数字化建设赋能。山东各地加快智慧文旅布局，利用5G、虚拟现实等前沿技术，整合“吃住行游购娱”产业要素及公共服务资源，探索打造“一站式”信息服务平台，文旅智慧化之路越走越宽。

为加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展，文化和旅游部资源

开发司组织开展了2021年智慧旅游典型案例征集活动，确定了27个2021年智慧旅游典型案例，“君到苏州”文化旅游总入口平台提升文旅综合服务效能案例名列其中。

苏州智慧旅游项目由智慧营销、智慧管理和智慧服务三部分组成，其中智慧服务和市民、游客最接近。今年春节期间，来苏游客总量790万人次，其中有125万人次通过智慧旅游系统预约游览免费开放的苏州景区。

如今，苏州智慧景区正在向数字景区转变，景区数字化的呈现可以让游客在线上身临其境的感觉，提前了解景区风貌，然后到现场对感兴趣的景点进行深度体验。在智慧营销方面，将苏州文旅的各种活动信息、演出剧目、优惠举措等通过平台推送，方便游客及时了解出游信息。

“通过智慧管理，能够直接和景区周边现场的执法人员取得联系，及时帮助游客解决问题。”苏州市文化广电和旅游局科技教育处处长施峰说，未来会整合苏州文化、景区历史、景点特色等内容，让游客得到更好的旅游体验。

## 联动发展，新兴业态激发产业新活力

“一条青果巷，半部常州史。”青果巷沿古运河呈梳篦状展开，呈现出“深宅大院毗邻，流水人家相映”的空间格局和江南水乡传统民居的风貌特色。巷内以明、清、民国时期的建筑为主，分布有名宅故居、祠堂殿宇、桥坊碑石、林泉轩榭、古井码头、戏楼剧场、学堂校舍，是常州国家历史文化名城的集中展现。

古典风貌与时尚体验怎样有机融合？旅游和产业如何相互促进？青果巷以多元化的文化展示形式为载体，辅以都市时尚休闲业态，还原、丰富、重塑常州文化消费场

景，打造老城厢的“风雅雅集”。目前，青果巷里入驻店铺数量近200家，科学规划“印记、艺趣、风尚、雅韵、栖居”五大主题业态。主巷两侧以文化传承为主，打造常州老城厢“雅集慢生活”；二期织补区域以休闲体验为主，融非遗传承、精品书店、匠心文创、文化餐饮、曲艺雅韵、潮流名品、青果客舍等多功能于一体，营造休闲度假旅游新体验。

在完善旅游产品供给体系的过程中，“旅游+”和“+旅游”快速发展，形成多产业融合发展新局面。作为一个富民增收产业，旅游业在各地经济社会发展中发挥着日益重要的作用。同时，旅游业有着很强的融合带动作用，“旅游+赛事”“旅游+阅读”“旅游+营地”“旅游+科技”……不仅创造了旅游市场新的增长点，也催生了旅游消费新场景和新业态。

“旅游+户外”渐成新时尚。去年，国家体育总局、文化和旅游部等八部门联合印发了《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》，提出“推进户外运动与旅游深度融合，以徒步、骑行、汽车自驾、航空运动等项目串联景区景点、度假区”。不久前，文化和旅游部、国家体育总局公布河北滦平金山岭滑雪旅游度假区等7地入选第二批国家级滑雪旅游度假区名单。截至目前，我国已有19个国家级滑雪旅游度假区。

露营产业快速发展，成为旅游休闲生活的重要组成部分和旅游休闲经济的新增长点。去年11月，文化和旅游部等14部门联合印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》，为露营旅游休闲健康有序发展提供有效支撑，有利于“露营+旅游”“露营+文化”“露营+摄影”等主题的创新业态发展。

专家认为，人民群众旅游消费需求向高品质和多样化转变，由注重观光向兼顾观光与休闲度假转变。要紧跟文旅消费升级新趋势，打造休闲度假旅游新供给、新场景、新模式，推出更多符合游客口味的优质产品和服务，在激发休闲度假旅游发展更大活力的同时，为人民美好生活增添更多精彩。

挖掘不同领域消费潜力，增加高质量产品和服务供给，加快建立全国统一、开放、竞争、有序的市场体系，让广大居民能消费、敢消费、愿消费

习近平总书记强调，建立和完善扩大居民消费的长效机制，使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。

北京前门大街，老字号美食、国潮好物集合亮相；天津南开古文化街码头，海河夜景、游船戏楼有机融合；河北正定古城，直播带货、非遗互动创新消费场景……暖春3月，2023年全国消费促进月暨京津冀消费季在北京、天津、河北联动开启，三地基于资源禀赋与优势，创新推出颇具烟火气的消费活动，激起消费市场一池春潮。

今年以来，商场超市、影院剧场、旅游景点人气显著回升，尽管高“五一”假期还有一段时间，但酒店民宿、机票预订也已提前升温，消费回暖趋势明显。

在国民经济循环中，消费是最终需求，是连接生产、流通、分配的关键环节。中央经济工作会议将“着力扩大国内需求”作为2023年重点工作之一，提出要把握恢复和扩大消费摆在优先位置。这充分展现了中央对消费基础性作用的高度重视，而“恢复”和“扩大”两个词则为全年促消费工作指明了方向。

立足当下，关键是要恢复消费信心，增强市场活力。不少地方排出时间表，按季举办迎春消费季、暑期消费季、金秋购物节、国际消费季等主题活动。此前，商务部表示将今年定位为“消费提振年”，调动各地、行业协会、企业组织开展系列促消费活动，营造“季季有主题、月月有展会、周周有场景”的浓厚消费氛围。

着眼长远，扩大消费还需打出组合拳。钱袋子充实，消费才能放开手脚。要多渠道增加城乡居民收入，让居民“能消费”。特别是提高消费引领带动能力强的年轻群体、消费倾向高的中低收入居民的消费能力，为扩大消费提供动力。

更加注重保障和改善民生，让居民“敢消费”。消费倾向决定了居民收入中用于消费的比例。要进一步扩大社会保障体系的覆盖面，健全社会救助兜底保障体系，更好满足居民在养老、就医、教育等方面的迫切需求，让居民没有后顾之忧。

如今，消费需求不断升级，人们对环境、场景、体验有了更高要求，新业态新模式新服务日新月异。挖掘不同领域消费潜力，增加高质量产品和服务供给，加快建立全国统一、开放、竞争、有序的市场体系，让广大居民能消费、敢消费、愿消费，为强大国内市场注入更多活力。

我国有14亿多人口，有世界上最具潜力的超大规模市场，这是推动经济持续稳定恢复、长期向好的强大引擎。以满足人们对美好生活的向往为目标，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，进一步发挥消费对经济增长的基础性作用，在构建新发展格局中展现更大作为。

## 市场资讯

2月物流业景气指数较上月回升5.4个百分点

## 供需改善 物流运行稳步复苏

本报记者 欧阳洁

中国物流与采购联合会发布：2月份中国物流业景气指数为50.1%，较上月回升5.4个百分点。其中业务总量指数、商品库存周转指数、资金周转指数、设备利用率指数等指数回升幅度超过5个百分点。这组数据反映出，在新增需求带动下企业业务量增加，微观经营条件得到改善，物流运行呈现稳健复苏态势。

物流活跃度明显回升，东西部地区指数处于扩张区间。2月份，东中西部地区物流景气全面回升，其中东部和西部地区物流景气指数达到50%的荣枯线以上，环比回升分别超过9个和7个百分点，中部地区回升0.6个百分点。东部地区主营业务利润指数达到50.6%，环比回升超过5个百分点。

供需持续改善，预期和投资继续回升。物流供需加速回升，2月份物流业务总量指数大幅回升到50.1%，环比提高5.4个百分点。中西部地区全面回暖，大部分行业同步改善，中小物流企业也出现回稳向好迹象，业务总量指数和新订单指数均强势回升。2月份业务活动预期指数达到57.6%，连续3个月回升，创近12个月以来新高。

中国物流与采购联合会总工程师何辉认为，2月份，受供需两端回暖、产能增加影响，大中型物流企业业务量增加，微型物流企业业务量回升速度较慢。随着稳经济政策措施效应进一步显现，企业复工复产加快，企业对未来恢复发展预期向好，物流业景气指数有望继续保持稳步回升。

中国物流与采购联合会发布，2月份中国大宗商品指数(CB-MI)为102.8%，较上月上升2.4个百分点，为近5个月以来的最高点。各分项指数中，供应指数和销售指数均止跌回升，库存指数小幅回落。本月CBMI显示，指数止跌回升，显示国内大宗商品市场运行情况较上月有所好转，市场供需状况明显改善。预计后期在经济回暖、基建发力等利好推动下，国内大宗商品市场将迎来稳中向好的格局。

# 多措并举恢复和扩大消费

罗珊珊

## 消费万花筒

本版责编：罗珊珊

## 《化妆品抽样检验管理办法》3月1日起正式实施

# 守护儿童化妆品质量安全

本报记者 申少秩

品的安全?《办法》首次明确化妆品网络抽检模式和要求，要求网络抽样应当以消费者名义模拟网络购物流程进行，确保所抽样品的随机性和代表性。这些规定对于规范儿童化妆品网络销售、确保产品质量安全具有重要作用。

家长如何正确选购儿童化妆品?首先，看标识。2021年12月，国家药监局公布儿童化妆品标志“小金盾”，同时规定自2022年5月1日起，申请注册或者进行备案的儿童化妆品，均须标注“小金盾”。家长

在选购时，如果产品上没有“小金盾”标志，很可能是不合格的儿童化妆品。

其次，注意功效类别。国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目录》规定，3—12岁儿童使用的化妆品的功效宣称有清洁、卸妆、保湿、美容修饰、芳香、护发、防晒、舒缓、爽身。0—3岁婴幼儿使用的化妆品功效宣称仅限于清洁、保湿、护发、防晒、舒缓、爽身。可见，0—3岁婴幼儿使用的化妆品功效宣称中不包括美容修饰、卸妆等“彩妆”类别，家长最好不要给3岁以下婴幼

儿购买“彩妆”。如果彩妆化妆品标签宣称3岁以下婴幼儿可用，则属于违法违规行为。

为了确保孩子使用化妆品安全，中消协联合中国保健协会化妆品发展工作委员会发布了消费提示：家长要按照标签或者说明书标注的使用方式使用儿童化妆品。当孩子初次使用某款儿童化妆品时，建议先做“皮试”，少量、局部试用，查看是否会产生不良反应，如无异常，再正常使用。不存在“食品级”化妆品，误食化妆品存在安全风险。要将儿童化妆品与玩具严格区分，切勿将彩妆玩具当儿童化妆品使用。