



从夏日消费场景感受中国经济脉动

罗珊珊

蝉鸣盛夏,全国各地中小学正值暑假,博物馆研学一票难求,商圈夜市烟火升腾,入境游客穿梭古城街巷……一个个鲜活的夏日消费场景,串联起中国经济的脉动。

每年暑期,刚刚高考完的学生是重要的消费群体。走近这些新消费群体,一些变化悄然发生。新一代消费者更加理性务实,消费逻辑从单纯犒劳娱乐,转向追求休闲放松与自我提升双向平衡。往年高考结束,扎堆长途旅游、大额聚餐是消费常态。而如今,自我提升类消费成为考后消费市场的新趋势,学车考证、形体塑形、兴趣技能培训等实用项目备受青睐,年轻毕业生主动将暑期视作自我提升的窗口期。比如,一些毕业生走进健身房,借助有氧塑形、轻量化体能训练改善长期久坐带来的体态问题,把运动养生纳入暑期规划。

需求升级趋势在亲子旅游市场同样显著,家长们更愿意为“深度体验”“文化附加值”买单。数据显示,亲子客群构成了暑期出游的主力军,出游人次占比超60%。这个暑期,亲子旅游市场有了新玩法——“跟着课本去旅行”,沿着课本里的地标一

路前行,在实地游历中品读课文,感受山水人文的魅力。旅行平台数据显示,标注“研学”“课文打卡”“书本同款”的产品搜索量月环比增长2.8倍,古诗及课文研学线路咨询量同比增长超130%。《登鹳雀楼》《望庐山瀑布》《难忘的泼水节》《从军行》《草原》等小学一至六年级课文及古诗词同步催热山西、江西、云南、甘肃、内蒙古等地的亲子游。

透过暑期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:随着居民收入水平提升,我国居民消费需求正从生存型向发展型、品质型升级,从以商品消费为主向服务消费与商品消费并重转变。宏观数据印证了这一变化趋势:上半年,社会消费商品和服务零售总额同比增长2.7%,其中服务零售额增长5.3%。

服务消费场景丰富、涉及领域广泛、产业带动效应突出,对倒逼供给体系提质增效、推动产业结构迭代升级、培育经济发展新动能具有重要牵引作用。从暑期消费来看,我国服务消费势头良好。上半年旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售

新视窗·聚焦暑期消费

盛夏时节,暑期消费旺季如约而至。从繁华都市到特色小城,从线上平台到线下商圈,一场以“清凉”“文旅”“体验”为关键词的消费盛宴正火热进行。

近日,《扩大消费“十五五”规划》发布,要求“深入实施提振消费专项行动,扩大服务消费,升级商品消费,丰富业态场景”。各地各部门深入落实扩大内需战略部署,一系列促消费、扩内需的政策举措精准发力,与经营主体创新供给、消费者热情参与同频共振,共同绘就一幅活力四射的暑期消费新图景。

文旅融合提质,多元玩法释放消费活力

近日,来自上海的游客周琳在美团上预订了内蒙古呼伦贝尔的特色蒙古包民宿。住进草原深处的蒙古包,跟着当地牧民体验挤奶、手工制作奶疙瘩,傍晚还能看落日,她不禁感慨:“以前旅行总忙着赶景点,这次住在风景里,慢慢感受当地生活,体验感特别好。”

随着出游高峰到来,越来越多的消费者像周琳一样,追求更有特色、更具深度的旅行体验,推动文旅消费不断向品质化、体验化升级。出游规模持续扩大,消费结构不断升级,文旅消费成为拉动暑期消费的重要引擎。

避暑度假作为传统消费领域保持稳健态势,气候凉爽的目的地预订量增速远超整体,住宿市场新意涌现。美团民宿预订数据显示,7月以来,多个北方避暑目的地搜索热度明显上升,黑龙江哈尔滨、山东青岛、山东威海、内蒙古呼伦贝尔等城市受到游客关注。随着暑期草原游热度升高,蒙古包、星空房、毡房等特色住宿受到游客青睐,搜索热度不断攀升。围绕“住宿+”的产品供给持续丰富,美团旅行联合多家酒店推出“住宿+桨板”“住宿+海岛旅拍”等体验,推动住宿消费从满足单一过夜需求向集体闲度假、文化体验与身心疗愈于一体的深度体验拓展。

消费升级趋势持续凸显,中高端度假产品需求旺盛。飞猪数据显示,暑期以来,包车游预订量同比增长77%,吃住玩一体的主题乐园、主题邮轮热度成倍增长,“一价全包”的省心模式备受亲子家庭认可。同程旅行平台上,高端旅游列车产品预订热度同比增长超70%,人均花费普遍在1万元以上,熊猫专列、丝路梦享等热门车次高峰时段一位难求;邮轮暑期航次深受中老年群体青睐,“海上避暑”成为度假新选择。

文体旅深度融合成为撬动消费增长的热点。各地城市足球联赛轮番开赛,观赛流量快速转化为地区发展增量。抖音生活服务联合多地文旅、体育部门推出“跟着赛事去旅行”系列活动,“跟着苏超游江苏”相关视频播放量超12.76亿,带动蟹粉汤包等特色美食团购增幅超4倍;“楚超”赛事带动湖北武汉、宜昌团购消费同比分别增长107%、71%。

细分玩法持续创新,不断拓展文旅消费边界。研学游热度攀升,自然探索、名校打卡、非遗体验等项目深受亲子家庭欢迎,贵州看中国天眼、宁夏大漠观星等特色线路预订火热。大学生群体偏好“松弛感”出行,“随机目的地”“说走就走”成为潮流;“慢充旅行”替代紧凑的“特种兵式旅行”,特色小城搜索量持续走高。

文旅消费便捷度与体验感不断提升,金融活水为文旅场景注入动能。在浙江温州园博园暑期潮玩季,邮储银行温州市分行创新“支付+场景+权益”惠民模式,构建覆盖票务、交通、商圈等场景的“五位一体”智慧结算网络。游客刷码即可快速入园,还能领取消费代金券享受满减优惠,既提升入园效率,也让游客享受实惠,畅通的支付体系也保障园区经营高效运转。

政策措施为文旅消费添薪续力。文化和旅游部7月启动2026年全国暑期文化和旅游消费季,暑期各地推出超3万场文旅活动。四川推出省级文旅消费券与“一老一小”专属券,覆盖避暑景区、康养民宿、研学旅游等品类

文化和旅游部7月启动2026年全国暑期文化和旅游消费季

暑期各地推出超3万场文旅活动



覆盖避暑景区、康养民宿、研学旅游等品类;广东启动“暑假当然来广东”文旅消费券发放活动,横琴粤澳深度合作区配套5000万元综合消费券;贵州上线多彩贵州暑期文旅消费券,适配山地避暑长线旅游。美团、同程旅行等平台深度参与各地消费券发放,上线专题活动精准匹配供需,有效激发消费意愿。

夜间消费火热,烟火气里迸发新动能

夜幕降临,江苏丰县文博园南广场灯火璀璨,一场主题为“汉风拂夜”的文化盛宴在这里举行,吸引众多城乡居民与游客驻足、体验。参与古诗对答、趣味闯关等互动,即可获得仿古“汉风银票”,在市集摊位享受无门槛抵扣消费。这种“观演、互动、消费”一体化的模式,将游客的旅行计划从“看场演出”拉长为“演出+市集+美食”的完整夜间消费行程。

“傍晚凉快了就带孩子出来逛,有演出看、有非遗体验,还能吃点特色小吃,一晚上过得特别充实。”丰县居民王文霞带着孩子看完《汉乡归歌》情景剧,又用互动赢来的“汉风银票”兑换了反手烧饼和条编手作。

暑期以来,夜间成为消费释放的关键时段,各地强化文化赋能,推动业态融合,让夜间消费既有烟火气又有新内涵。县域夜间消费走出特色化路径。丰县依托汉源文化底蕴,打造“夜文博”品牌,每周五、六、日晚间推出惠民演艺与非遗市集,创新“潮流沉浸演绎+传统文化展演”模式,推出汉风游戏等新玩法。江苏省“茉莉花开”文艺直通车行动将省级优质文化资源下沉县域,支持丰县构建“文化演艺+非遗体验+夜间消费”三位一体模式,还联动皖鲁毗邻地区开展文化共建,放大夜间消费辐射力。

城区夜间消费向多业态延伸。暮色四合,江西萍乡市安源区南正街历史文化街区华灯初上。非遗糖画艺人手腕翻飞,糖香升腾,勾勒出夏夜消费的火热图景。不远处的萍乡天虹购物中心,餐饮门店前排起长队,零售、娱乐业态迎来客

流高峰。

“为了这口麻辣鸭头,等半小时也值!”刚从武功山上下来的游客李冰,拖着行李箱也要先来尝一口地道的安源味道。随后他来到润达国际购物中心,一场别开生面的“中医夜市”更是人头攒动,艾灸、推拿、养生茶饮体验摊位前排起长队,将健康服务送到群众身边。

安源区依托商业街区、特色商圈,不断丰富“夜食、夜游、夜演、夜购、夜娱”五大业态,打造多点开花的夜间消费圈。南正街历史文化街区里,莲花血鸭等本地美食与文创雪糕、傣舞文创周边相得益彰;凯光乐园“梦幻奇妙夜”推出灯光秀、童话剧等夜间演艺,一张门票覆盖全天游玩……为拉动夜间消费,安源区持续发放“辣红安源”消费券,联动美团等平台推出“夜购满减”活动,叠加文旅惠民卡福利,让“夜活力”成为拉动经济增长的新引擎。

当前,夜间消费正从传统的餐饮购物向文化、健康、演艺等多元领域拓展。抖音生活服务数据显示,地方赛事有效激活城市“第二现场”消费,江苏南京、福建福州、江西南昌、湖北武汉、湖北宜昌等地夜间餐饮、休闲娱乐业态同步升温,赛事流量加快转化为夜间消费增量。同程旅行数据显示,上海、陕西西安、山东青岛等城市依托托动漫展、旅游演艺、国际啤酒节等活动,7月中旬过夜游客量位居全国前列,夜间文旅消费成为拉动城市经济的重要支撑。

实物消费升温,“清凉”“数码”赛道提速扩容

“入伏后又热又潮,趁着高温消费券和以旧换新补贴发放,直接把家里的风扇换成了带净化除湿功能的追觅无叶循环风扇,既能降温又能净化空气。”湖北武汉市民林静轩的消费选择,是暑期实物消费“刚需稳固、升级加速”的生动缩影。炎热天气叠加消费热潮,清凉家电、数码潮品等实物消费持续走俏,智能化、健康化、套系化趋势明显。

“清凉消费”全链条扩容,消费内涵持续丰富。空调、风扇、

额分别增长11.3%和10.4%。

服务消费向好发展的背后,有需求升级的牵引,也离不开供给侧发力。文旅、餐饮、住宿、体育等行业不断推出个性化、差异化产品,各类演艺、赛事活动密集落地。前5个月规模以上文化艺术业、体育业企业营业收入分别增长11.8%和11.9%。服务业提质增效,叠加扩大开放务实举措,推动“中国游”吸引力跃升。这个暑期,入境研学游成为旅游市场的新增量。随着来华便利度提升、中国文化体验吸引力增强,不少外籍游客来华感受人文历史、科技创新、自然科学等领域魅力。

进一步释放服务消费潜力,《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了方向。这个暑期,各地将围绕消暑避暑、滨海度假、夜间经济、游轮游艇、亲子游乐、研学旅行、非遗美食、博物馆游等热点需求,举办超3万场文旅消费活动,发放超4.5亿元消费补贴。

暑期消费热,从来不是一时的热闹,而是内需潜力持续释放、消费结构迭代升级的生动缩影。从青年群体深耕自我提升,到亲子研学浸润文化根脉,再到入境游客体悟东方气韵,蓬勃向好的服务消费,既是百姓美好生活的直观写照,也是产业转型升级的强劲动力。两份“十五五”专项规划锚定长远布局,各地促消费举措落地见效,供需两端双向发力、同频共振。立足广阔内需市场,持续激活服务消费新蓝海,必将不断夯实经济增长基本盘,让中国经济的内生活力长久奔涌。

政策举措精准发力 经营主体创新供给 暑期消费持续升温

本报记者 齐志明



冰淇淋等传统降温品类仍保持稳健增长。同时,消费需求从“单一降温”向“品质生活”延伸,健康化、细分化特征突出。追觅生活环境电器事业部负责人何兴伟介绍,随着“健康空气管理”概念持续走热,消费者更青睐“降温+除湿+净化”一站式解决方案,兼具柔风与净化功能的无叶风扇逐步替代传统硬风直吹产品,3000元以上高端净化器、2000元以上无叶风扇热销。

京东消费数据也印证了“清凉消费”的火热:近一个月来,平台上饮水机销售额同比增长超5倍,儿童凉席等防暑用品增速均超两倍;潜水箱包、滑水板等水上运动装备销售额同比增长超3倍,户外避暑带动运动消费同步增长;低温茶味奶、咖啡味奶等创新清凉饮品增长超10倍,健康化饮品深受消费者喜爱。

3C数码家电(计算机类、通信类和消费类电子产品统称)呈现智能化、套系化升级态势。苏宁易购数据显示,目前门店新上市家电3C产品中,人工智能功能渗透率已超过70%。“会思考、自适应”的智能家电正从尝鲜走向刚需。高考结束,江苏等地将智能手表、无人机、云台相机等产品纳入补贴范围,叠加教育认证优惠与以旧换新政策,年轻群体的消费呈现“一步到位”的套购特征,手机搭配云台相机、“耳机+手表+平板”三件套等组合消费显著增加,一次性购买两件及以上数码产品的顾客占比同比提高50%,无人机、运动相机等新品类成为毕业季热门装备。

政策红利持续释放,为实物消费升级保驾护航。多地消费券及国补政策覆盖风扇、空调、除湿机等应季品类,直接拉动终端销售;全国众多省市落地消费品以旧换新自主品类补贴,推动家电数码产品焕新升级;健康家电新国标逐步落地,对关键指标提出更高要求,引导行业优胜劣汰,助力技术驱动型品牌成长。

“暑期消费的火热态势,既是中国消费市场强大韧性与内生动力的直观体现,也是扩内需、稳增长政策效应持续显现的生动注脚。”商务部研究院副研究员洪勇说,随着供需两端持续发力、政策与市场双向赋能,消费市场的潜力将进一步释放,为经济持续回升向好注入源源不断的动力。

一只500多岁的“鸭子”,能有多潮?

在江西景德镇御窑博物院展厅中央的展柜里,两只陶瓷小鸭子身着黄、绿、紫等素色釉面,头颈昂扬,丰腹敛翅,尽显憨态可掬之姿,引得游客纷纷围拢拍照。

小鸭子名叫素三彩鸭形香薰(以下简称“香薰鸭”),烧造于明代成化年间。香薰鸭分上下两截,下半截装香料,上半截为盖,点燃香料,一缕缕幽香便会从鸭嘴缓缓吐出。在古代,像这样的风雅器具一般置于厅堂、书房,是兼具审美与实用的“潮物”。

尽管可爱,它俩却被“抛弃”了。在古代,景德镇御窑专为宫廷烧造瓷器,出窑后的瓷器要经过严苛筛选,但凡稍有歪斜、釉色不匀、落款瑕疵等问题,便会被打碎、掩埋。香薰鸭遗憾落选,被深埋地下500多年。

上世纪80年代,考古人员从景德镇御窑遗址出土的海量碎瓷片中,甄别挑选出香薰鸭残片,后经清洗、粘接、配补等修复工序,香薰鸭得以完整重现。

重见天日,隆重“复出”——2024年2月,景德镇御窑博物院召开发布会,推出“岁岁鸭”IP(知识产权),讲述它“前世今生”的故事。

“‘岁岁’寓意岁岁平安。以‘碎后重生’为内核,赋予其‘历经破碎与埋没,依然可爱治愈’的性格设定,传递自愈、不屈、从

“香薰鸭”变“岁岁鸭”的潮流转译

本报记者 周欢

容的生活态度。”景德镇御窑博物院院长俞彦俊介绍。

“本来以为就是一件萌萌的文物,没想到背后还有这么多故事!”来自湖南的游客林女士感慨,“经过岁月的沉淀,曾经不那么完美的事物,或许还能焕发出新的光彩。就像人生,回头看,都是风景。”

打造特色文创,让“潮”文物走进当下生活。

在博物馆负一层“岁岁鸭”主题体验区,各类相关文创产品琳琅满目。“岁岁鸭”毛绒公仔,软乎乎的触感搭配标志性花眼,成为游客青睐的伴手礼;“岁岁鸭”系列手机壳、帆布袋、便签本、徽章等日常小物,更是把文物元素嵌入年轻人的穿搭、办公等场景……

“这些文创不是简单的复制粘贴,而是对文物元素的时尚转译。”俞彦俊表示,“提取‘岁岁鸭’花眼、翅羽等关键视觉特征,结合现代审美,把陈列在展柜里的‘高冷’文物,转化成了可随身携带、可使用、可互动的生活小物,用时尚轻巧的方式把陶

瓷文化与吉祥寓意融入日常,实现了‘文物生活化、生活美学化’的潮流赋能。”

近年来,景德镇御窑博物院授权超30个品类的“岁岁鸭”商业合作,推出了180余款“岁岁鸭”文创。“岁岁鸭”作为江西特色文创代表亮相多个国内文旅展会。

2025年以来,“岁岁鸭”文创营收超千万元。

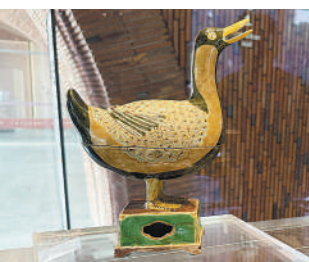
突破文创IP边界,“岁岁鸭”走下货架。

2025年,博物院发起“把岁岁鸭带回家”主题研学活动。在考古遗址公园,孩子们跟着专家探秘南麓遗址,寻找镇馆之宝;在陶艺教室,揉一团泥,亲手制作属于自己的香薰鸭;在“绘色雅集”活动中,为素胎鸭子填色……

俞彦俊说,这种沉浸式体验,让文物不再是教科书上的冰冷名词,而是可触、可感、可玩的生活美学。截至目前,博物院开展“岁岁鸭”主题研学活动超120场次,覆盖超1.5万人次。

近年来,景德镇不断挖掘文物背后的故事,推出了“岁岁鸭”、“无语佛”、瑞兽系列等一批爆款IP,2025年全市各类陶瓷文创销售额超20亿元。

文物里的潮生活



上图:以素三彩鸭形香薰为灵感制作的“岁岁鸭”毛绒公仔。

景德镇御窑博物院供图

左图:景德镇御窑博物院的素三彩鸭形香薰。

本报记者 周欢摄