

消费日趋多元,“亲水经济”引爆新增增长点

■中国城市报记者 张亚欣

今年入夏以来,高温天气激发了“亲水经济”的活力。

现阶段,“亲水经济”形式呈现出多元化趋势,各大水上乐园引入新IP焕新,以桨板为代表的新晋网红水上运动备受追捧……尽管根据节气已过处暑,意味着“出暑”,但不少地方依旧炎热,人们也趁机抓住暑假的尾巴,体验“亲水经济”。

专家提醒,“亲水经济”的发展不断营造出新兴应用场景,与旅游、零售、体育等多领域深度融合进而激发新的经济增长点的同时,也应不忘守护好安全底线。

水上乐园成 孩子们消暑度假好去处

水上乐园一直是夏季热门消费场所,为吸引消费者打卡,各大水上乐园屡出新招,今年更是拼劲十足。

“最近天气连晴高温,水上纳凉成为游客出游首选,景区亦开展一揽子趣味纳凉活动,营造消暑环境。”重庆市涪陵区红酒小镇景区相关负责人表示,该景区内水上乐园推出了不少新花样,比如推出了滨江休闲清凉游、田园梯田乡村游等出游路线,并且在线上推出多项优惠,吸引不少重庆市内外游客前来纳凉避暑。

欢乐谷玛雅海滩水公园则是南京城东文旅消费新地标。今年,玛雅海滩除了蓝鲸音乐节这个必备热门活动,还

创新引进时尚潮流IP“B. Duck”(小黄鸭),打造小黄鸭主题水公园。据悉,今年6月1日开园当天,1万平方米造浪池里人潮涌动,万余只小黄鸭涌入水池,游客在其中寻找宝藏幸运鸭,赢额外礼品,热闹非凡。据玛雅海滩相关负责人介绍,今年玛雅海滩以“Duck浪一下”为主题,打造一系列富有创意和趣味的活动。同时,为应对高温天气,玛雅海滩今年全新升级配套设施,新增遮阳设施,提升游客体验。

此外,8月16日才刚开园的宁波熊出没欢乐港湾也在水上项目方面“大做文章”,作为宁波方特旅游度假区的重要配套组成部分,熊出没水上乐园是其三大板块之一,以熊出没大电影《熊出没·原始时代》为创意背景而打造,拥有四大特色水上项目及多项特色造景、水上表演和互动活动等,比如真实模拟海洋冲浪的《飓风湾》,拥有多种模式的波浪冲击,消费者可以感受从不同方向冲击而来的刺激巨浪,体验浪花强力冲击的清凉快感等。

“水上乐园在夏季广受欢迎,除了高温炎热的天气原因外,还有一个重要因素就是长达两个月之久的暑假。”资深乐园项目操盘手翟永基在接受中国城市报记者采访时称,家长们为了消暑并释放孩子旺盛的精力,十分乐意打卡格子水上乐园,毕竟除了玩,很多水上乐园提供吃、住、娱、购一站式服务。

“亲水”是生活态度和品质追求

除了水上乐园,水上运动也是“亲水经济”重要组成部分之一。

这个假期,桨板在水上户外运动圈十分火爆,以北京南苑森林湿地公园为例,该公园已成为桨板爱好者的集聚地。据出租桨板的摊主透露,北京是今年玩桨板人数最多的城市,后海、亮马河、潮白河等地都能看到玩桨板的年轻人。“由于南苑森林湿地公园的人流量也很大,所以我们选择来这里出租桨板。”该摊主说,桨板出租每小时80元,150元不限时间。

继滑雪、飞盘、冲浪之后,桨板成为新晋热门运动。据市场研究机构 Research And Markets 预测,全球桨板市场规模在2027年将达到5.5147亿美元,年复合增长率为8.55%。

与此同时,桨板运动在中国的爱好者人数规模也在快速增长。据国家体育总局的信息,2021年,通过考核发放了2841张桨板运动等级学员证书,显示出越来越多的人参与到这项运动中。2023年,中国桨板公开赛(建始站)吸引了800余名选手参赛,刷新了桨板赛事的参赛人数记录。

国家体育总局水上运动管理中心运动一部部长张敏曾接受公开采访时表示,目前全国每年桨板赛事超过30场,持证教练员1500余名,深

度爱好者人群已经达到了12—15万人的规模,并预计到2025年,全国桨板运动深度爱好者将达到100万人。

“与水相关的消费行为备受青睐主要归因于今年入夏以来持续的高温天气,它激发了人们对清凉、休闲活动的强烈需求。这一趋势不仅体现了消费者对健康生活的追求,也反映了在炎热季节中,人们倾向于选择能够带来舒适体验、放松身心的消费方式。”中国城市发展研究院农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受中国城市报记者采访时分析,这种消费倾向代表了一种追求自然、健康、愉悦生活状态的消费理念,即“亲水”不仅是一种避暑方式,更是一种积极乐观的生活态度和品质追求。

桨板爱好者小吴也告诉中国城市报记者,他“入坑”桨板的理由就是桨板很“随意”,想奋力划的时候就当健身,不想用力的时候就随水流飘着,飘着的时候大脑放空,让他亲近自然的同时也能够情绪上得到舒缓。

真正让水花进一步撩动 夏日经济

在各类与水相关的消费行为带动下,“亲水经济”在今夏得以释放。

在袁帅看来,亲水经济既推动了水上乐园、乡村民宿等旅游产品的创新升级,促进了旅游业的多元化发展。水上运动的普及也带动了相关装

备、培训、赛事等产业链的延伸,为体育产业发展注入了新活力。

想要与水亲近,各种装备是刚需。据观研天下数据,2022年,中国游泳用品市场规模已达约400亿元,并有望在2026年前以6.3%的年复合增长率持续增长。

同时,进入夏季后桨板、皮划艇、泳衣、冲浪服等水上装备的咨询量和销量迅速增长。迪卡侬天猫旗舰店内,一款男士专业潜水服的累计销量已超2万件,一款站立式充气桨板累计销量超过4000件。迪卡侬相关负责人也表示,自2022年起,桨板销量开始增长,相关附件类产品销量也增长超过200%。

不难看出,作为体验经济时代的新模式,亲水市场方兴未艾。如何在打理好亲水市场的同时,与旅游、餐饮、零售等多领域深度融合,激发新的经济增长点,真正让水花撩动夏日经济,成为了亲水经济持续发展的关键所在。

上海市长三角科创产业金融服务协同创新中心城乡产业金融研究所所长孙文华在接受中国城报记者采访时表示,相关企业需要提升“亲水”项目的策划和设计能力,创新亲水产品,提供更多元化、高品质的水上娱乐产品和服务。同时,必须要重视的是,地方政府需要加强水上项目的安全工作,制定行业标准,从而引导亲水项目高质量发展。

实际上,“亲水”消费行为在消暑、娱乐的同时也存在一定安全隐患。今年8月,江西武功山景区突遇涨水,一对夫妇乘坐的漂流艇发生侧翻后被大水冲走,据相关报道,2名落水者被迅速救起并送医救治,最终一死一伤;不久前,贵州罗甸县大小井景区内一女子在使用桨板船时不幸侧翻,随即被水流吸入水中,不幸遇难。这些惨剧也再次为水上娱乐项目敲响安全警钟,安全自始至终都是不容忽视的课题,也是产业发展的底线,确保水上娱乐项目的安全性,提高救援速度和质量势在必行。

此外,为促进“亲水经济”发展,焕发更广阔的生机,袁帅建议,一方面,不妨加强跨界合作,通过整合资源、共享客源,实现互利共赢;另一方面,积极拓展营销渠道和方式,利用互联网、社交媒体等新兴平台,扩大品牌影响力和市场覆盖面。

江苏连云港: 加快智慧工厂建设

8月22日,江苏省连云港市赣榆高新技术产业开发区一家企业生产车间内,工人正在生产线上赶制订单。近年来,江苏省连云港市赣榆区不断激发企业数字化转型发展潜能,建设智慧工厂,推动生产制造向高端化、智能化、信息化、数字化转型。

人民图片

