



编者按

今年年初,中办、国办印发《提振消费专项行动方案》,与此同时,从商品消费到服务消费,人们的需求个性化、多样化趋势明显。在政策推动和市场引导下,今年以来,各地紧跟需求新趋势,打造新场景、新业态、新模式,为人们带来了消费新体验,也激发了消费市场更大活力。大连多措并举积极创新消费场景,消费市场热度持续攀升,上半年社会消费品零售总额实现1125.7亿元,同比增长7.4%,位列15个副省级城市第一位,高于全国2.4个百分点,高于全省1.1个百分点。本期《深读·关注》版通过各地商业、餐饮、文旅等消费新场景打造,一窥当下消费的新动能和新活力。

新场景——新业态——新模式 新消费市场活力奔涌

1 新商业

科技+MALL 逛街『未来感十足』

人形机器人腾空跃起,完成高难度动作;机器狗大队同步表演,生动演绎炫酷舞蹈……近日,京东MALL北京双井店开业现场,23个品牌的26款机器人与用户实时互动,炫技表演、“赛博带货”、互动打卡等新潮体验吸引了大量游客。焕然一新的购物方式让不少消费者感叹,逛商场比以前有趣多了,正变得“未来感十足”。

商区内设有D-park数字娱乐公园、装机体验区、家庭游戏区、京选生活空间和美食体验区等多样功能区。专业机械臂现场冲调饮品,电竞体验区消费者热情被点燃,充满科技感的场景吸引消费者驻足参与。在“AI上新生活”专区,小米、小度、ThinkPad等品牌带来了AI电脑、AI音箱、AI平板等多款新品。卷轴屏笔记本、沉浸式智能眼镜、折叠屏设备等“黑科技”产品现场首发,成为最受欢迎的“打卡点”。

“对消费者来说,体验最重要。只有真正试用,感受到产品设计和场景氛围,才会产生购买的兴趣。”刚刚入手一款AI产品的顾客杨柳婧说道。杨柳婧体验过不少其他京东MALL,裸眼3D屏、全息投影、VR装备和电子价签等科技装置令人印象深刻。

不仅“玩的方式”不断更新,“买的过程”也变得更加智能便捷。00后学生田媛媛是“魔镜”彩妆体验的忠实粉丝。在AR“魔镜”试妆设备前,她轻点几下屏幕,就能通过增强现实技术模拟不同色号的口红、腮红等彩妆效果,实时预览妆容变化。“现在不用卸妆也能直观看到妆效,系统还会推荐最适合的妆容风格,并能对比妆前妆后效果,既提升了试妆效率,也让选购过程变得更加便捷舒心。”田媛媛说。

此外,智能货架、3D扫描、AR试衣等多项技术也在悄然改变零售场景。这些“黑科技”不断拓展购物边界,打造出“千人千面、千店千面”的个性化购物体验。

不少商家表示,如今的消费已不只是“买产品”,更是“买场景、买氛围、买情绪”的综合体验。希望借助科技手段,打造沉浸式、互动性强、富有温度的购物空间,让“科技+情感”的融合更懂消费者的心。

(王珂 张玲 宋佳航)

2 新餐饮

地标美食+旅游 观精彩表演 品特色美食

在河南体验依托洛阳新商业综合体十三坊打造的升级版“武皇盛宴”,在北京老舍茶馆深度体验戏曲文化和饮食文化,在南京的金陵梦华里沉浸式体验一场大明御宴,在云南一边品尝特色美食一边观看少数民族歌舞……不少餐饮企业引入特定主题的体验式演艺,打造餐饮新场景,以独特人文体验吸引消费者关注。

餐饮业是提振消费的重要抓手。近年来,餐饮消费需求品质化、个性化、多样化不断取得新发展,为经济增长作出了积极贡献。2024年,全国餐饮收入达到5.5万亿元,占社会消费品零售总额的比重超过11%,餐饮业经营主体超过1000万家。今年以来,非遗美食、“地标美食+旅游”等新场景不断涌现,成为餐饮消费增长和行业高质量发展的新亮点。

今年3月,商务部组织开展“中华美食荟”系列餐饮促消费活动,推出120多项特色餐饮促消费活动,贯穿2025年全年。今年将组织开展丰富多彩的餐饮消费活动,如“跟着电影品美食”等“美食+”活动,推出“餐饮+电影”“餐饮+赛事”等服务。

同时,商务部指导各地拓展创意菜、节气菜、老年餐、养生餐、亲子餐和文化主题餐饮等细分赛道,推出一批特色创新菜品、特色主题宴和餐饮首店,增加优质服务供给,释放餐饮消费潜力。

(王珂 张玲 宋佳航)



8月3日晚大连英博主场战胜青岛海牛,共有61039人现场观战,本赛季迄今为止,梭鱼湾已有6场比赛观众人数超过6万人。(来源:海坦新闻微信公众号)

- ①注入时尚流行新概念的南山街区成为年轻人的“心头好”。
- ②大连啤酒节带动城市旅游市场迅速升温。
- ③大连自然博物馆火爆,8月5日一整天都排着长长的队伍,两个多小时才能入馆,常常是馆内人挨人,馆外排队长。
- ④暑假里大连老虎滩海洋公园成为热门打卡点。
- ⑤大连201路有轨电车吸引了众多游客打卡拍照。

大连新闻传媒集团记者王韬飞 摄

5 新赛事/演唱会

眼下,从一线城市的体育馆到下沉市场的演艺中心,一场场演唱会正以密集的排期填满日历。跟着赛事、演唱会去旅行也成了新时尚,各地的演唱会、音乐会日程表吸引着游客目光,有效带动举办城市消费增长。当演唱会的最后一个音符落下,这场文化盛宴带来的经济涟漪才刚刚开始,在城市肌理中扩散。“来都来了,总得逛逛。演唱会结束的第二天,我就去了趵突泉打卡。”近日特意到济南看演唱会的上海歌迷王女士说,她的行程表上还列着大明湖、曲水亭街等景点。

相关专家表示,演唱会经济的本质是“情感消

带动城市经济“飙高音”

费”带动的全域消费。当粉丝为热爱奔赴一座城市,其消费行为早已超越演出本身,成为激活交通、住宿、餐饮、文旅等产业的“多米诺骨牌”,成为拉动内需的新增长点。

据中国演译设备技术协会的公开数据,今年一季度,中国演唱会市场总演出场次达536场,大型演唱会较去年同期增长7.3%;与此同时,一季度全国演唱会票房收入25亿元,演出经济辐射效应持续放大。

(郑新钰 鲁元珍)

本版文字来源:人民网、光明日报、中国城市报

3 新假日

玩法上新 假日经济升级

暑期,各地迎来假日文旅热,景区人潮涌动,毕业旅行的学生相伴而行,共赴自由而畅快的“青春远征”;孩子们在家长陪伴下走进游乐园、博物馆,在趣味与温情中收获成长;避暑纳凉的人们来到高山草原、乡村田野,尽情享受清凉一夏……

为满足游客需求,丰富多彩的旅游线路和产品不断推出,一系列促消费政策精准发力,多地发放文旅消费券,进一步激发人们的出游意愿。中国旅游研究院预测,今年暑期国内旅游人数有望突破25亿人次。

不仅旅游人数激增,旅行方式也日益多元化、个性化,小城度假、疗愈式漫游成为新风尚,更多游客奔赴县城、古镇、乡村等小众目的地,从观光打卡游转向深度体验游。“没想到这个县城里藏着‘世外桃源’。”在河南许昌市鄢陵县唐韵康养小镇,武汉游客张瑞君被美景和古韵深深吸引,她决定和父母在这里多住些时日,感受生态养生的舒适美好。

这些鲜活的场景,映射着文旅融合热潮下,假日经济欣欣向荣的气象。今年上半年,国内居民出游32.85亿人次,同比增长20.6%。假日经济升级正为中国经济高质量发展注入澎湃的“幸福动能”。(鲁元珍)

4 新文旅

从『看景』到『入戏』把专属回忆带回家

江苏苏州古城的平江历史文化街区,白墙黛瓦、河街相邻,婉转雅致的评弹声从路边茶肆传出,游客们看演出、逛小店,乘着摇橹船漫游河道间。“一条平江路就是半部姑苏史,这里不仅延续了唐宋以来的城坊格局,还保留了很多古建筑、老手艺,历史文化氛围浓郁。”游客江艳走在古巷间,手持一把苏扇,讲述着这座江南水城给自己留下的深刻印象。

在旅途中体验文化是个必选项。在河南洛阳,游客身着唐装提灯夜游,沉醉于“风起洛阳”VR体验的盛唐气象;在福建泉州,游客观赏木偶戏之余,可以体验非遗提线木偶的精妙操作;在四川洛带古镇,独具韵味的客家美食和文化活动让游客流连忘返;在浙江横店影视城,游客化身古装剧中的主角体验“穿越回唐朝”,乘坐有轨电车与机甲战士并肩作战……一个个沉浸式旅游项目让游客突破时空界限,感受影视文化的魅力。

技术创新是横店影视城打造沉浸式项目的“硬核”支撑。寻宝主题VR双人摩托体验项目《盗墓奇兵》,带游客穿越到20世纪90年代的上海街道,在探险中收获4D全感体验。入选浙江省“虚拟现实+”典型场景应用的《电车之旅·生死营救》,首创将双曲面胶囊式屏幕应用于主题公园,通过720度动感穿越,让游客在老上海的摩登光影里与怪兽激战。而室外大型演艺节目凭借户外特效,配合高科技舞美,给体验者带来更为震撼的视听享受。此外,沉浸式项目的蓬勃发展,还带动景区文旅消费同步增长。横店影视城将沉浸式体验与人文风光、文创产品深度融合。

从文化底蕴深厚的历史名城、人文古迹,到历史悠久的江南小镇、古老村落,从文化研学、博物馆观展到非遗体验……游客早已不再满足于“走马观花”。从“看风景”到“入情境”,沉浸式文化体验正成为吸引游客停留更久的核心要素。

“融合与创新已成为文旅产业高质量发展的重要路径。同时,文旅跨界促进消费增长,折射出人民消费品质持续升级态势,印证了中国经济内生动能的强劲韧性。”北京联合大学旅游学院教授刘敏说。

(鲁元珍 王珂 张玲 宋佳航)

