

文旅“热”力四射 消费场景焕新

——2025年暑期消费盘点

□新华社“新华视点”记者 王雨萧 徐社 邢拓

文旅市场“热”力四射，红色旅游持续升温，热门IP带动“乐园经济”火热；暑期档百花齐放，银幕后联动助推文化消费提质升级；新业态活力释放，个性化场景激活消费新动能……

今年暑期，消费市场繁荣活跃，各大景区游人如织，消费场景持续焕新，折射中国经济的活力。

暑期电子产品掀起“焕新热”

进入暑期以来，“考后经济”潜能释放叠加8月底开学季购买热潮，手机、相机、电脑等电子产品消费持续走高。

“趁着国补优惠，准备换一台配置更高的笔记本电脑，叠加门店补贴后价格非常划算。”在南京新街口苏宁易购Max店内，大学生刘怡宁正在为新学期升级“装备”。

苏宁易购消费电子产品事业部副总裁冯锦介绍，进入暑期以来，各类3C数码产品销售增长迅速，“818”期间长焦手机、笔记本电脑、平板电脑销售同比增长均超过100%。

各大电商平台也纷纷推出暑期专属促销活动——京东开启“3C数码放肆价”促销，叠加以旧换新补贴后部分商品低至四折起；拼多多百亿补贴推出“开学焕新”活动，学生用户下单文具、数码产品等可额外获赠满减券……

销售火热的同时，更多电子消费品

正在向智能化、个性化“焕新”升级。

在广东阳江一家商场内，人工智能科技体验展吸引大批消费者前来打卡体验。主办方科大讯飞的工作人员介绍：“今年暑期，很多家长和孩子来我们门店和活动现场了解AI相关产品，暑假期间AI学习机的销售额是去年的两倍多。”

“当前居民消费正从‘功能满足’逐渐转向‘体验升级’，AI与电子产品深度融合，进一步激活消费潜力的同时，也不断牵引产业向智造升级。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

红色旅游、“乐园经济”点燃夏日文旅

辽宁沈阳，“九·一八”历史博物馆前，一座巨大的石碑酷似翻开的台历，游客们在此驻足良久。

8月10日，经过维修改造的“九·一八”历史博物馆向市民和游客开放，试开馆首日就有超过4万人次进馆参观。湖南游客焦克说：“在这里感悟伟大抗战精神，我的沈阳之行更有意义了。”

恰逢中国人民抗日战争胜利80周年，暑期红色旅游进一步升温。同程旅行数据显示，7月下旬以来，抗战相关的纪念馆和历史遗迹热度持续上升。

8月25日，今夏正式开园的上海乐高乐园迎来客流高峰，当日门票售罄。

步入园区，26米高的巨型乐高人仔“搭搭”映入眼帘，各种游乐设施色彩缤纷，仿佛进入梦幻的童话世界。

今年暑期，“乐高热”“Labubu热”等带动“乐园经济”持续升温。在去哪儿平台上，主题乐园预订量同比增长70%，上海乐高乐园度假区、广州长隆野生动物世界等热度居高不下。

与此同时，“跟着演唱会去旅行”“跟着展览去旅行”等趋势强劲。飞猪数据显示，成都、上海、广州等城市演唱会等热门文体活动举办期间，场馆周边的酒店及景点搜索热度均大幅攀升。

“更多人关注旅行中的故事感、生活感，情绪价值成为文旅市场的新引擎。”中国旅游研究院院长戴斌表示，供给侧更加注重满足游客个性化、品质化、多样化的旅游需求，这将是未来旅游产业的发展方向。

高品质电影扮靓暑期档

截至8月30日上午10点，2025年暑期档电影总票房(含预售)突破116亿元；观影人次(含预售)破3亿，超去年同期观影人次成绩。

作为全年时间跨度最长的档期，今年暑期档共有100余部影片上映，涵盖历史、动画、喜剧、动作、战争等多种题材类型。

“国产影片表现可圈可点，后劲十

足。”灯塔专业版数据分析师陈晋说，《南京照相馆》《东极岛》等历史剧情片广受关注，国产动画电影也大放异彩，《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》两部动画电影均实现口碑票房双丰收。

为了进一步优化观影体验，暑期档多部影片选择发布IMAX、CINITY等多个版本。《F1：狂飙飞车》成为IMAX GT影厅的观影热门，不少外地影迷前来打卡，上座人数突破1.5万人次，上座率远高于普通厅。”贵阳越界影城区域经理冯志鹏说。

北京吉祥大戏院组织《戏台》观影团活动，不少观众直呼“在戏台下看《戏台》，这体验很别致”；以《长安的荔枝》为主题，广州青官影城推出“荔枝古道游园会”，设置众多特色摊位，观众凭票根体验“荔枝使”的旅程……多家影城突破传统影院局限，主动链接图书、文创、汉服、潮饮等多元业态。

中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆说，影院从单一放映载体发展为综合文化体验场所，形成从观影到体验、再到消费的产业生态闭环，更有利于提升观众黏性，形成长期竞争力。

场景“上新”激活消费新需求

8月26日，一场名为“七夕心动奇妙夜”的交友专场活动在北京京东MALL南

三环举行，吸引不少年轻人打卡参加。

“我们还推出15分钟妆造体验、‘心动甜甜圈’DIY烘焙工坊、游戏IP快闪等互动体验项目，将传统商业空间转化为‘社交+体验+消费’的多元化场景。今年暑期，特色体验区累计接待体验顾客超过10万人次。”京东MALL相关负责人说。

在长沙，小剧场话剧、脱口秀演出人气火爆，“白天逛景点，晚上看小剧”成为年轻人全新的打卡方式；在重庆，5000架无人机光影变幻拉满夏夜氛围，带火附近餐饮、文娱等夜间消费；在杭州，针对年轻消费群体，各类快闪首店携“暑期限定首发”新品扎堆亮相……

“今年暑期，更多‘产品+场景+文化’的多元业态涌现，不断激活消费新引擎。”中国人民大学公共管理学院教授许光建说。

许光建表示，垂直领域的个性化需求孕育着新的消费增长点，要加强线上线下消费融合，不断培育壮大定制、体验、智能、时尚等新型消费。

“我们将会同有关部门，大力发展入境消费、‘人工智能+消费’、‘IP+消费’等消费新业态、新模式、新场景，鼓励各地举办丰富多样的促消费活动，积极培育消费新热点，营造良好消费氛围。”商务部副部长盛秋平说。

(新华社北京8月30日电)

新华网评

让人工智能更好赋能千行百业

□喻思南

会空翻、格斗，能叠衣、调饮，善聊天、“思考”……前不久举行的2025世界机器人大会上，各类机器人本领“进化”、各显神通，展现了人工智能的巨大潜力。

如今，从旅游出行的智能助手，到工厂培训的“最强大脑”，再到装备升级的有力支撑，人工智能扮演着越来越重要的角色。“人工智能+”不断提升效率、优化体验、重塑场景，为培育新质生产力打开广阔空间。

近年来，随着技术跃迁、应用深入，人工智能加快落地。看形势，我国产业结构正积极转型升级，向“新”而行、向“高”攀登，对人工智能等新技术需求旺盛；看优势，我国产业体系完备、市场规模大、应用场景丰富，推进人工智能规模化商业化应用，有条件、有基础、有支撑；看趋势，激发人工智能强大的创新潜能，已经成为全球竞争的焦点之一，你追我赶，奋蹄者先。因时因势而为，才能把资源优势转化为发展胜势，让人工智能更好赋能千行百业。

强化示范引领，让技术与应用实现双向奔赴。作为新兴技术，人工智能用武之地在哪？技术如何加速迭代升级？这离不开应用的反馈。比如，依靠传统方法开发新型高合金材料，往往需要在十几种合金元素的排列组合中试错。中国钢研借助人工智能等技术赋能，构建起专用的“材料数据工厂”，极大提升研发效率。这一过程验证了方法、提升了能力，推动“人工智能+材料研发”再上台阶。

找准着力点，持续改进优化，“人工智能+”方能走深走实。近些年，我国智慧港口、智能矿山、智能工厂等应用场景推陈出新，发挥了较好的示范引领作用。政府部门和国有企业应用场景丰富，应持续开放场景，支持相关技术模式在工业、农业、服务业等门类的垂直领域落地，形成以创新带应用、以应用促创新的良性循环。

开发智能功能，推动技术为终端产品赋能。智能网联汽车、手机、机器人等，是承载人工智能的重要载体。当前，小到办公智能体，大到智能机器人，智能终端从“能用”到“好用”仍有距离。瞄准痛点，以需求为导向，用好用足我国制造业优势，不仅能成为“人工智能+”找到有力抓手，还可以促进消费提质升级。

新一代人工智能既是“智高点”，又是“制高点”。我国已成为全球人工智能专利最大拥有国，人工智能核心产业规模近6000亿元，企业数量超4700家。坚定信心，也要保持清醒，及时补上短板。比如，算力是人工智能发展关键要素之一。我国算力总规模位居全球第二，但高端算力芯片比较缺乏。又如，我国人工智能人才总体规模不小，但顶尖人才相对不足。在“卡脖子”难题上持续发力，让一流人才脱颖而出，才能畅通人工智能发展之路。

来源：人民日报

指数创新高！ 电商物流 夏日持续发力

□新华社记者 叶昊鸣

记者13日从中国物流与采购联合会了解到，7月份中国电商物流指数为112.0点，比上月回升0.2点，刷新年内新高。其中，电商物流总业务量指数为130.9点，比上月回升0.1点，创年内新高。

指数创新高的背后，是电商平台持续刷新的交易额、各地频繁穿梭的物流车辆、跨越多区域运输的快速包裹。

盛夏时节，骄阳似火。新疆喀什地区疏勒县内，时不时能见到疾驰的京东物流车辆。

“上午在电商平台下单的手机，下午就送到了，真是太方便了！”疏勒县的阿依夏惊喜地说道。

电商物流时效更快，点燃了当地老乡们的网购热情。据京东物流疏勒县营业部经理薛浩男介绍，依靠高效的电商平台和京东物流喀什仓，疏勒县已迈入了网购“当日达”时代。

广大农村地区电商消费火热，成为带动电商物流指数上升的重要因素。

昭通苹果、元江的芒果、红河的火龙果……正是夏日当季，云南各类水果集中上市。

云南中通招商负责人朱杨佳介绍，为了让这些农产品更快更便捷地找到买家，中通西南(昆明)智能科技电商产业园提前与当地农业合作社合作，支持商家在仓库直播实现销售前置。同时，中通快递为农产品提供冷链仓储和常温仓储服务，积极运用航空干线高效的运输能力，通过整合冷链、航空、仓储及陆运干线资源，量身打造农产品仓配销一体化服务。“目前，产业园每天发出各类农产品超8万单。”朱杨佳说。

数据显示，7月份，农村电商物流业务量指数为131.5点，比上月回升1.1点。分地区来看，全国所有地区农村电商物流业务量指数均有所回升，中部地区比上月回升1.7点，回升幅度最大。除东部地区外，其他地区农村电商物流业务量指数均高于全国平均水平。

与往年相比，今年7月的电商物流市场并未因年中电商大促等活动结束而沉寂。

“7月促消费政策持续发力，1380亿元‘国补’资金陆续下达，居民消费热情和信心不断增强，带动电商物流需求。”中国物流信息中心副总经济师胡焘说。

随着支持以旧换新的中央资金逐步到位，各地持续做好配套资金支持。相关部门将指导地方进一步优化完善补贴发放方式，确保政策实施更加平稳有序，资金均衡使用到年底。

受高温天气影响，“夏日经济”成为7月上销售的主要驱动力。

“从电商的消费品类来看，医用保健用品、防晒用品、服装和饮料等品类表现突出，加上暑期来临，图书、教育培训等品类销售热度显著提升。”中国物流与采购联合会副会长何辉说。

何辉表示，随着暑期消费旺季的到来，以及开学季期间消费电子产品迎来购物高峰，电商物流市场需求端有望保持增长。

(新华社北京8月13日电)

浙江宁波：农村屋顶光伏项目并网村民共享“阳光经济”

□新华社记者 黄宗治 文/图

8月12日，浙江省宁波市奉化区萧王庙街道滕头未来社区屋顶分布式光伏发电项目正式并网投运。该项目总装机容量达1959千瓦，预计年均发电量约193万千瓦时，采用“自发自用，余电上网”的并网方式，是目前宁波农村单体容量最大的屋顶光伏项目。

据了解，滕头村集体承担屋顶光伏的铺设成本及运营费用，村民仅需提供屋顶资源。在收益分配上，村集体计划前10年为每户村民每月提供免费100度电的福利额度；10年后每户村民每月享有的免费用电量将提升至300度，让村民在“阳光经济”中共享绿色红利。

右图：8月12日，宁波奉化萧王庙街道滕头村村民代表在了解光伏发电项目的智慧平台。

下图：8月12日拍摄的宁波奉化萧王庙街道滕头未来社区屋顶分布式光伏发电项目(无人照照片)。



中阿博览会带动宁夏瓜果蔬菜“出海”

□新华社记者 艾福梅 马思嘉

从清凉蔬菜到石头缝里长出的硒砂瓜，借助中国—阿拉伯国家博览会的平台效应，宁夏特色农产品不仅成功进入阿拉伯国家市场，更沿着“一带一路”加速走向更广阔的国际市场。

“从去年5月2日开始，我们通过货运飞机向阿联酋出口约220吨蔬菜，包括黄瓜、茄子、豆角等，蔬菜从厂房到迪拜的商超只需要36小时，近乎零损耗，品质新鲜。”宁夏兴耘田现代农业开发有限公司总经理魏文涛说。

据魏文涛介绍，两年前，通过中国—阿拉伯国家博览会，他们结识了阿联

酋长国的有关负责人，于是邀请对方到公司的种植基地参观品尝。“他们非常喜欢宁夏蔬菜的口感和品质。我们最初尝试出口了一批上海青，没想到很快被抢购一空。如今，双方已形成了稳定的合作模式。”他说。

阿联酋是我国在中东地区重要的农产品出口国。除蔬菜外，今年8月，宁夏中卫市的知名特产硒砂瓜也首次出口阿联酋，将这份独特的甜送往遥远的阿拉伯国家。

宁夏银冠食品有限公司总经理刘燕说，他们在宁夏种植的辣根品质上

佳，白萝卜更甜更脆。

正是看中这些优势，这家主营脱水蔬菜出口的企业于2023年5月从安徽来到宁夏，发展种植基地、建立加工厂。其落户的银川综合保税区，恰是宁夏打造的“向西开放”重要平台之一。

刘燕说，企业年产脱水蔬菜近2000吨，主要出口俄罗斯、韩国、阿根廷、匈牙利等国家。

持续稳定的出口，打响了宁夏特色农产品在国际上的口碑，也吸引来更多的海外采购商。魏文涛告诉记者，他们刚通过陆运方式将一批蔬菜出口到蒙

古国，还在和沙特、阿曼等中东国家企业洽谈蔬菜贸易。

第七届中国—阿拉伯国家博览会28日开幕。作为参展商，魏文涛精心挑选了出口迪拜的8种畅销清凉蔬菜参展，希望吸引更多客户，进一步开拓国际市场。

中卫市商务局电商(外贸)科科长陆惠远说，以此次硒砂瓜出口为契机，中卫市将持续推动当地旱苹果等农产品出口到阿拉伯国家，并考虑扩大硒砂瓜精细种植面积、提升出口数量。

(新华社银川8月28日电)