

文旅“热”力四射 消费场景焕新

——2025年暑期消费盘点

“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，银幕内外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消费活动——京东开启“3C数码放暑假”促销，叠加以旧换新补贴后部分商品低至四折；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，抗战相关的纪念场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10时，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



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

(新华社发)

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，广州青宫电影城推出“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南三环店举行，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，要加快线上线下消费融合，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’和‘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。

(据新华社北京8月30日电)

聚焦“四小”问题，这项国家重点研发计划在京启动

据新华社北京8月29日电 29日，国家重点研发计划“数智化儿童青少年运动促进健康关键技术和应用研究”项目启动会在北京经开区信创园召开。项目聚焦儿童青少年“小眼镜”“小胖墩”“小豆芽”“小焦虑”等“四小”问题，旨在通过人工智能、大数据等现代科技手段，构建科学、精准、高效的运动健康促进体系。

国家体育总局体育科学研究所所长

曹景伟在开幕致辞中表示，该项目是体育科研服务国家战略、助力健康中国建设的重要抓手，应充分发挥多学科、多单位协作优势，确保项目高质量实施。

项目负责人、国家体育总局体育科学研究所智慧体育创新研究中心主任李祥臣介绍，项目将重点研发适合儿童青少年的可穿戴设备、训练儿童青少年健康垂域大模型，赋能体育教师实现运动

促进健康的智能化、精准化与标准化。

据介绍，该项目将整合运动科学、计算机科学、公共卫生、临床医学、康复工程等多学科资源，致力于研发适合中国儿童青少年体质的数智化运动健康关键技术，推动体育科研数字化转型，为我国青少年健康管理提供系统性科技支撑。与会嘉宾表示，项目的实施对突破当前健康促进瓶颈、培育新兴体育健康产业

具有重要战略意义。

该项目由国家体育总局体育科学研究所牵头，联合北京大学、国家体育总局运动医学研究所、上海体育大学、中国残疾人体育运动管理中心、清华大学、北京同仁医院、山东体育学院、国体智慧体育技术创新中心（北京）有限公司、杭州极智医疗科技有限公司共9家高校、科研机构与高新技术企业共同承担。