

文旅“热”力四射 消费场景焕新

——2025年暑期消费盘点

□新华社记者 王雨萧 徐壮 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”。

苏宁易购消费电子商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，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“在戏台上看《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，大力发展战略入境消费、‘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。

（据新华社北京8月30日电）

工行周口分行：精心打造职工之家 多维度关爱员工

近年来，工行周口分行持续践行以人为本理念，倾力打造职工之家，通过建设和完善职工之家多区域功能，把对员工的关心关爱落到实处。

该行积极发挥工会作用，集思广益、科学布局，打造职工之家，彰显人文关怀。该行在各支行建设温馨舒适的母婴关爱室，配备婴儿护理台、哺乳沙发等设施，为特殊时期的女性员工提供私密、安

全、暖心的空间，让她们感受到工会组织细致入微的关怀。

针对员工的文娱喜好，该行打造了跑步机、哑铃、沙袋等健身器材一应俱全的健身文娱区域，满足员工日常健身需求，帮助员工在工作之余释放压力、强健体魄。健身文娱区域还设有台球桌、乒乓球台等设施，丰富员工的业余生活。阅读区域则是一片静谧

的知识海洋，书架上整齐摆放着涵盖金融专业、文学艺术、生活休闲等领域的各类书籍，为员工营造良好的学习氛围，鼓励他们在学习中提升自我。

该行相关负责人表示，他们通过打造功能齐全的职工之家，进一步增强员工的归属感和幸福感，为该行高质量发展凝聚强大合力。（②12）

（李玉）