

上海乐高乐园喜迎客,“乐园经济”又成区域经济引擎

以“乐高”之名,拼出夏日文旅新图

从筹划启动到盛大开业共历时10年,7月5日,中国首家乐高乐园度假区终于在上海正式开业,引发强烈关注。作为继上海迪士尼乐园后上海又一重磅文旅项目,乐高乐园再次展现了超凡的“乐园经济”——尚未开门,对周边经济的拉动效应已凸显,带动当地民宿、酒店预订量快速上涨。

7月6日,深圳乐高乐园度假区最大单体建筑“乐高乐园创想世界”也成功封顶,标志着该主题乐园建设取得关键进展,同样引发欢呼。这个夏天,“乐园经济”以“乐高”之名,彰显出其话题热度和吸金实力,诠释着“区域经济新引擎”这一重要角色。

乐高IP“魅力四射”,周边酒店预订超七成来自外省

最新开业的上海乐高乐园坐落于上海金山枫泾,占地31.8万平方米,是专为2岁-12岁亲子家庭打造的乐高主题乐园和酒店综合度假区,拥有八大沉浸式主题区,超75项互动骑乘设施、表演和玩乐景点,以及由超过8500万块乐高积木搭建而成的数千个乐高模型。

这个夏天最火的文旅IP,除了LABUBU,“乐高乐园”应有一席之地。早在5月,上海乐高乐园官宣将于7月5日开园迎客消息发出仅两小时,“上海乐高乐园度假区”在美团App上的实时搜索热度就突增6倍以上,居上海地区实时搜索突增排行榜首位。今年“五一”,上海乐高乐园搜索量环比节前一周增长155%,其中近六成成为30岁-40岁家长的亲子家庭,“乐园门票”“乐园附近酒店”等均成为关联热搜。

作为今年国内暑期亲子游的新热点,乐高乐园在民宿市场也引发连锁反应——早从3月起,途家民宿平台关于“乐高乐园”的搜索热度持续升温,搜索次数每月递增。临近暑期,6月份的搜索次数比3月份猛增10倍,达到历史最高峰。

随着上海金山区迎来这次“出圈”机会,主题乐园的“乘数效应”正在以乐高乐园这一新视角不断放大。数据为证:6月以来,去哪儿平台上海乐高乐园搜索量环比5月增长5倍,7月乐高乐园门票预订量跻身上海热门景区TOP5;截至7月4日,暑期上海乐高乐园所在地上海金山区的酒店预订量比去年增长3.5倍,其中亲子房搜索量同比增长5倍。

途家民宿数据显示,金山区跃升为上海夏季旅游目的地新宠,今年暑期金山区民宿预订量同比增幅达到6倍,在上海16个行政区中排名第一。2025年7月至8月,金山区的民宿预订量比去年同期增长6倍。

值得注意的是,上海乐高乐园让



金山区不再局限于只是上海人的周边游目的地,展现出超乎寻常的辐射力。

“上海乐高乐园一早就进入今年暑假我的必打卡清单了,连同已经去过两次的上海迪士尼乐园,这次准备约上几个同学,一起来个‘双乐园魔都之行’。”在广州海珠区某高校读书的市民小K告诉记者。关于旅行预算,她这样算了笔账:“来回机票、交通、住宿、吃饭,加上门票花销以及‘必须’购买的一些周边,预计人均花费在5000元左右。”

“截至7月4日,预订乐高乐园周边酒店的用户主要来自上海、北京、青岛、成都、南京、宁波、广州、南昌、无锡和西安。”去哪儿旅行相关负责人说,今年暑期,金山区上海本地旅客的酒店预订占比仅三成,超七成成为外省旅客。而在去年同期,上海本地旅客预订占比超过五成。

主题乐园释放“乘数效应”,商家乐享“泼天流量”

公开资料显示,作为世界第二大的旅游景点运营商,英国默林娱乐集团将上海乐高乐园视为其在中国市场布局的关键项目,这一全新度假区及周边配套项目投资超100亿元,项目落成后预计每年将吸引300万至500万人次的客流量。

类似的“乐园效应”,早在北京环球影城开园时便已上演:以通州为核心辐射带,带动多个商圈延时营业、住宿餐饮配套扩容,成为一条完整的文旅经济链条。在上海金山,这样的演化路径正在复制。据悉,目前金山区正打造串联金山北部地区的“文化旅游连廊”。上海乐高乐园度假区有望与枫泾古镇、新义田园综合体、花开海上生态园、千年古刹东林寺、顾野王故居地等历史人文景区形成集聚联动效应,进一步带动客源,增加过夜率。

大型IP主题乐园一直是周边经济的强力拉动引擎。如郑州中牟县被称

为“中国主题乐园第一县”,拥有包括郑州方特欢乐世界、只有河南·戏剧幻城、郑州海昌海洋乐园等8家主题乐园。去哪儿数据显示,今年暑期,中牟县酒店预订量比未建成主题乐园的2019年同期,增长50倍。

今年夏天,常州中华恐龙园爆火出圈,首次跻身暑期去哪儿平台热门主题乐园TOP10,带动常州暑期酒店预订量同比增长三成。持续霸榜的北京环球影城、上海迪士尼度假区周边酒店和民宿预订量比去年增长近四成。

去哪儿大数据研究院研究员陈晓双分析,暑假本就是主题乐园的“黄金俩月”,对周边酒店餐饮等消费的拉动“乘数效应”愈发凸显。今年暑期,去哪儿平台主题乐园预订量比去年增长七成,截至7月4日热度最高的十大主题乐园中,大湾区占据三席,分别是香港迪士尼乐园(第三)、珠海长隆海洋王国(第五)、广州长隆野生动物世界(第六)。从热度来看,高于上海乐高乐园度假区(第九)和常州中华恐龙园(第十)。

据悉,不少上海乐高乐园周边酒店提供免费接送站和行李寄存服务,有周边民宿还专门打造了中国风、城堡风等亲子主题套房,并配备了儿童游乐场、足球篮球场等,吸引亲子旅客前往度假。

据途家民宿介绍,截至2025年5月,金山区的途家民宿数量比2024年11月——官宣乐高乐园开园时间前增长了2.8倍。别墅、Loft、亲子公寓等多种类型的房源集中上线,力图迎合家庭出行和中高端用户的需求。瞄准乐高乐园可能带来的“泼天流量”,途家民宿房东周亚东在金山区投资了民宿。为了贴合乐高的理念,他专门把民宿命名为“积想家”。和周边的不少民宿一样,该民宿可为住客提供往返金山北站和乐高乐园的免费接送服务。

(羊城晚报 刘星彤)

中国面膜市场规模2025年预计突破960亿元

敷面膜不仅为护肤也为情绪



▲胶囊面膜具有携带方便、使用场景丰富的特点。

◀冰激凌亲肤质感的面膜膏体更受年轻消费者欢迎。

盛夏,又到了密集型护肤的旺季。记者留意到,作为护肤品类中的重要细分赛道,面膜品类近年呈现出从基础护理走向精细化、科技化、场景化、情感化的趋势。据《2025中国面膜市场创新与全球消费趋势报告》数据,2025年中国面膜线上市场以484亿元规模领跑全球。行业数据显示,中国面膜市场2025年预计突破960亿元,面膜市场量价齐升。其中,体验型面膜备受年轻消费者关注,卡通面膜、冰激凌质地便携面膜等潜力巨大。

“疗愈护肤”成面膜市场新“蓝海”

“我其实也很喜欢日常敷面膜的过程,在15至20分钟内拥有片刻宁静。”年轻消费者雯雯告诉记者,尽管医美手段高效快捷,但她也不会放弃“费时”的面膜时刻。

事实上,像雯雯这样的消费者越来越多,他们认为护肤过程是每日重要的减压时刻以及自我愉悦的时间。《2025中国面膜市场创新与全球消费趋势报告》指出,“悦己护肤”关注度上升2169%,香氛面膜、仪式感包装(如奶冻质地涂抹面膜)更受欢迎。

“专注于情绪释放和压力舒缓的面膜产品将成为市场新焦点。”广州某美妆品牌市场部总监黄女士向记者称,以高性价比抢占日常悦己场景是必然趋势,这一趋势不仅能为品牌开拓新蓝海,也是新挑战。

在面膜品类中,如何做到具有疗愈与愉悦的体验感呢?记者走访市场发现,产品的外包装设计以及使用的仪式化设置,是让消费者感官愉悦的第一步,而使用后的产品亲肤感和嗅觉体验,则是第二步加分项。

以一款货架上热卖的胶囊面膜为例,半透明的外包装

有点像冰激凌,涂抹型软膏体的产品质地带点冰凉,香气清新自然,携带也很方便。

此外,也有一些针对SPA级香气与肤感体验的面膜产品,颇受消费者欢迎。位于广州天河商圈的商超导购员向记者透露,卡通动物类的可爱片装面膜一直是畅销款。

“相比起以往,今年比较明显的突破是在物理场景营造上。”品牌总监黄女士举例,比如次抛面膜的便携设计,不仅能适配差旅场景,更能匹配通勤的碎片时间,例如午休一小时,约会前半小时等,“做疗愈类面膜的关键是从细节入手,保证产品功效的同时,全方位打造感官体验。”

“凉感”美妆夏日正“火”

当情绪价值为体验型面膜打开新的细分赛道时,一种新兴的“凉感”美妆也在年轻消费者中悄然诞生。

“亲肤触感自带冰凉感的美妆产品,能让人迅速开启属于夏日的多巴胺。”美妆博主蜜儿告诉记者,新崛起的“凉感美学”,不仅聚焦在产品使用体验上,还表现在视觉审美上。“比如上妆前,我可以先给唇部做一个5分钟的冰激凌唇膜,然后再涂抹上具有透凉感的口红,再喷上夏日花香前调、海洋气息尾调的香氛,‘凉感’美妆完成。”蜜儿举例说。

时尚商业分析师小唐告诉记者,面膜作为美妆护肤行业的一个切口,未来将需要担当更多的角色,不仅要以功效解决消费者的肌肤基本需求,还要以疗愈体验满足消费者的情绪价值。如何能让产品从功能到情感顺利落地,如何能将情绪经济可持续发展,如何结合衍生的美妆美学继续发掘潜力市场,将是未来品牌与企业需要深度思考的问题。

(广州日报 谭伟伦)

2025年上半年我国快递市场规模保持高位

记者14日从国家邮政局举行的三季度例行发布会上获悉,今年上半年快递业务收入有望超7000亿元,同比增长8.5%。行业发展稳中有进,市场规模保持高位。

国家邮政局发展研究中心产业经济研究部副主任朱丽介绍,今年上半年,我国快递业务量预计超950亿件,同比增长19%,日均业务量预计超5.2亿件,较2024年提前18天突破500亿件。其中,1至2月,日均业务量约6.2亿件,超2024年“双11”日均水平。

朱丽说,今年上半年,我国快递市场规模持续增长,充分满足直播带货、假日经济、消费品以旧换新等寄递需求,深入挖掘文旅、赛事等场景潜在寄递需求,带动线上消费需求不断释放。假日、电商大促扩容发展,春节、“五一”等节假日期间,快递业务量均比去年同期增长超20%,6月16日至22日均日业务量超5.8亿件。跨区流动支撑有力,一季度异地快递业务量累计完成405亿件,同比增长23.5%,高出行业增速1.9个百分点;二季度异地快递业务持续增加,对快递

业务量增长的贡献接近95%。

朱丽表示,今年上半年,我国快递行业着力提升服务水平,增强保障能力,加快推动智能化、绿色化、国际化发展,丰富“快递+”服务业态,高效支撑线上消费活力释放,在服务生产生活、畅通经济循环等方面发挥了现代化先导性作用。

“预计下半年,行业发展动能将进一步释放,产业协同深化发展,服务供给日益丰富,发展态势将持续向好。”朱丽说。

(新华社 叶昊鸣)