空调、防晒衣等产品销量激增,城市夜间消费订单大涨,避暑胜地迎来客流高峰

# "凉经济"乘"热"而上,消费市场"新"意十足

"不少热销款商品已经卖断货了,只能为您调货。"近日,记者走访北京市多家商场发现,进入夏季以来,各类防晒用品迎来销售热潮,许多热销单品如凉感防晒衣、连帽防晒口罩等不时出现断码、断货的情况。

近期,全国多地发布高温红色预警。8月4日至6日,我国仍有大范围高温,陕西、四川、重庆、湖北、河南等地局地最高气温或超40℃。炎炎夏日,"凉经济"乘"热"而上——空调、防晒衣等清凉产品销量激增,贵州、云南等避暑胜地迎来避暑游热潮,夜经济更成为城市消费的新引擎……这场由高温催生的消费热潮,正以多元形态激发夏日经济活力。

### 清凉产品品质升级趋势明显

"所谓'凉经济'是指由高温气候驱动、以满足降温避暑需求为核心的消费活动和产业形态的总和。"山西财经大学经济学院副教授荆文君告诉记者,近年来,高温天气显著提升了市场对清凉产品的刚性需求。

"人夏以来,我一天最多要装12 台空调,每天都忙到晚上八九点。" 负责北京市朝阳区小米空调安装的 工程师李超振告诉记者,气温持续 攀升带动空调销量暴涨。奥维云网 最新数据显示,2025年上半年,空调 市场整体销售呈现出量额齐升的积 极态势。

随着消费观念的升级,空调健

康、节能等功能性能更加受到消费者关注。苏宁易购数据显示,6月下旬以来,全国新一级能效空调销售同比增长82%。奥维云网同期报告显示,健康需求激增的当下,搭载新风、除菌功能的机型逐渐成为线下市场旗舰产品。

防晒用品方面,继去年防晒衣品类线上销售额同比增长267.4%之后,今年防晒服配市场规模继续保持增长,预计将接近千亿元级别。北京市朝阳区某知名防晒品牌负责人告诉记者,今年防晒用品更注重兼顾功能和颜值,修身防晒衣、时尚编织款防晒帽备受欢迎。

消费需求的持续增长进一步带动了产业发展,除了传统防晒品牌继续深耕外,不少知名时尚品牌、运动品牌也跨界布局清凉产品赛道。例如,优衣库推出空气衣、速干衣和太阳镜等夏日服装和配饰,迪卡侬的泳装、沙滩裤和溯溪鞋等夏季户外装备也纷纷热卖。

"相较于传统季节性消费,'凉 经济'对舒适性的需求占比更大。" 荆文君分析称,"随着居民健康意 识不断提升,防晒用品、降温产品 消费正从基础防护向品质需求转 型升级。"

### 夜经济爆火激发城市活力

盛夏高温难挡消费热情。入 夏以来,各地夜间消费场景花样上新,夜经济如火如荼,消费潜力持续释放。

7月18日晚9时,北京潘家园夜



市灯火通明,入声鼎沸。日天太热了,根本不想出门,晚上逛夜市既凉快又好玩。"住在附近的95后张女士告诉记者,她每周至少来夜市两次,"即便不买东西,饭后也想逛逛,溜达一圈"。

记者注意到,像张女士这样的年轻"夜市常客"不在少数。据市场统计,潘家园每场夜市平均客流量已突破1万人次,其中年轻人占比超过60%。

高温天气催生的夜经济也促使各大商圈纷纷延长营业时间,推出夜间专属活动,餐饮、娱乐、文化等业态也在积极调整经营策略,以适应这一新的消费趋势。7月21日,淘宝闪购发布的暑期消费系列数据显示,夜经济发展潜力巨大,127个

城市夜间订单环比超100%, 露宫地、公园等夜间订单环比增长超120%。

为吸引消费者和游客,全国多地景区纷纷推出夜游项目。7月11日,"西安千灯会"系列活动启幕,每晚呈现主题灯展的光影艺术盛宴及精彩演出;神农架首届"消夏美食烧烤季"在7月开幕,每晚都有特色美食与乐队、舞蹈、非遗等多元文化表演;京郊古北水镇推出了"提灯夜游司马台""一个人的星空长城"等丰富多样的特色夜游产品。

荆文君认为,夜经济可以看作是"凉经济"的重要载体。"在居民收入稳步提升、消费能力持续增强的情况下,夜经济会成为持续发展的经济形态。"荆文君建议,各地发展

夜经济根据自身的产业禀赋和资源 特征,因地制宜地推进。

#### "凉资源"变为"热产业"

"为了看大九湖的晨雾,我们清晨6点就出发了。"在湖北神农架和

家人一起度假的胡女士告诉记者, "这里的平均海拔有1700多米,三 伏天也很凉快。"眼下,神农架林区 已进人旅游旺季,来自全国各地的 游客纷纷前来游玩、露营,甚至短期 旅居。 随着全国多地进入"高温模 式",像胡女士这样追寻清凉的游客 正推动形成独特的"避暑迁徙"现

武",像胡女士这样追寻清凉的游客 正推动形成独特的"避暑迁徙"现象。美团旅行发布的《2025暑期热 点及趋势报告》显示,7月以来,避暑 成为游客的核心诉求,"避暑游"搜 索量大幅上涨,同比增长 47%,西 北、东北、西南地区成热门目的地。

当高原游、草原游和亲水游持续火爆时,新的消费趋势悄然显现。"今年夏天,内蒙古呼伦贝尔、乌兰布统,张家界猛洞河漂流,以及西南的云贵高原是最受欢迎的避暑线路。"康辉旅游旅行策划师李倩倩告诉记者,"山西宁武、甘肃甘南等小众避暑地也受到游客关注,定制游订单量增加显著。"

"'凉经济'有高度依赖气候的特点。"对此,荆文君建议,要积极推动产业融合与业态创新,尝试将资源优势与产业特色融合,形成"清凉+文旅+产业"深度融合的产业发展模式,延长产业链。

(工人日报 刘笑笑)

### 瞄准"兴趣"创新"场景"

## 多地出招催"热"暑期消费市场

美术馆、博物馆客流"爆棚"、文创销售"火爆",露台、天台、观景台成为热门消费场所,景区公园增加主题展演和夜游项目丰富游客体验……多地正瞄准人们的"兴趣价值""情绪价值",打造新场景、推出新项目、拓展新服务,推动暑期消费"热"起来。

傍晚5点许,上海浦东美术馆内观众熙熙攘攘。上海市民白琳与8岁的儿子报名聆听"缔造现代:来自巴黎奥赛博物馆的艺术瑰宝"大展夜场讲解,了解学院派、印象派、纳比派等艺术家代表作及背后的故事。直到晚间近9点,母子俩仍意犹未尽,离开前他们到馆内文创店购买了"梵高"毛绒挂件、"饿了猫出逃博物馆"冰箱贴等多款"爆款"文创商品。

"暑期以来人们观展热情高涨。7月26日周六,浦东美术馆接待观众超过1万人次,创下开馆4年来单日客流量新高。7月以来文创商店日均销售额是去年同期的10倍多!"浦东美术馆副馆长盛丹丹说,客流"爆棚"折射出越来越多消费者愿意为他们对美的追求"买单"。

为更好满足观众需求,浦东美术馆在暑期延长开放时间,加大讲解频率,增设行李寄存处,丰富餐饮供给;同时,联动陆家嘴商圈、周庄古镇景区、多家酒店和展览馆等推出凭票减免活动,让"票根经济"惠及更多观众。

这个暑期,多地掀起"文博热" "文创热"。上海自然博物馆"龙吟 九州·中国恐龙大展"、上海天文馆 "大器星成"陨石文化展、吉林省博 物院和北京鲁迅博物馆联合主办 的"向大师致敬——北京鲁迅博物 馆馆藏美术品展"等暑期迎来大客 流。人们参观博物馆、美术馆,购 买美观实用的文创商品,物质和精 神上都得地大大器公工公司是

一些地方依托露台、天台、观景台打造的消费新场景也在火热"出圈"。

"天台上视野特别辽阔,从高处看这座城市,很震撼,很惊喜。"暑期来重庆游玩的安徽游客张朋在来福士探索舱·云端乐园观景平台一边打卡拍照一边兴奋地说,"我还准备去体验高空秋千,来一场惊险刺激的云端冒险。"

人们置身来福士探索舱·云端 乐园观景平台,满城灯火、两江交 汇、跨江大桥尽收眼底;在重庆世 贸大厦"天台131",游客体验高空 游玩项目。相应地,重庆相关单位 每周六晚或节假日开展无人机灯 光秀展演。夜空中,无人机在两江 交汇处演绎"轨道穿楼""重庆小 面"等标志性图案,展现山城特色 与魅力。

多地通过发展"天台经济",进一步延展消费时间与空间,激活暑期消费市场。重庆在天台重点引入IP策展、文艺演出、数字体验、空中餐酒吧等休闲体验业态,目前

已形成20余个天台群落,7月以来的周末,日均客流量约5万人次; 上海多个社区、商场在露台引人 "泡泡水枪大战""露天演唱会""星 空电影节"等活动,既拓展了纳凉、 社交空间,也延长了顾客停留、消 费时间。

还有一些地方的传统公园,通 过创新引入互动性、沉浸感强的活动,令经典风景变得更加"立体"。

盛夏傍晚,长春动植物公园 里人头攒动,人们争相与网红"雪 饼猴"互动。扮演者王铁柱带来 诙谐幽默的"五行山下的脱口 秀",还打趣问儿童游客"暑假作 业做了吗"?

"各式《西游记》人物和场景,勾起我儿时的记忆,既亲切又新鲜。" 来自天津的游客刘彬彬说。

长春动植物公园园长慕德俊介绍,从西游主题夜游项目,到《真假美猴王》《三打白骨精》等经典剧目演艺活动,游客的热情被中国传统文化经典IP点燃。今年截至7月27日,公园已累计接待游客115万人次,同比增长16%。

西南大学经济管理学院教授 黄庆华说,抓住暑期消费旺季节 点,各地发掘自身特色,通过差异 化场景设计和文化赋能,推动"文 旅+百业"融合,满足人民群众日 益增长的美好生活需要,有效激发 消费潜力,为经济社会发展注入新 动能。

<sup>49) HB 。</sup> (新华社 陈爱平 周闻韬 王帆)

### 快闪店火爆 "小体量零售"正流行

近来,众多体验式的快闪店游走在城市各大商圈,聚焦品类为潮玩、美妆、服饰等。记者留意到,这类主打"精准下沉"的"小体量零售"正在刺激着年轻商圈业态。业内人士认为,这类快闪项目的成本较低,更新速度快,对新消费者也有足够吸引力,是时尚类品牌从规模扩张到价值深耕过程中的重要尝试与变革。

### 暑期快闪店涌现核心商圈

"广州的快闪店有货!""这个特别款会先在POP UP STORE上架。"近来,"暑期限定"成了年轻人社交"硬通货"。记者留意到,以潮玩IP为主导,各式各样的快闪特别体验店逐步"占据"城市主流商圈。以广州为例,今年6月,位于天河商圈的LABUBU快闪店门票秒售罄,更有游客专程跨省前来许至

"多次踩点"现象同样也出现在美妆、服饰甚至家居类别的快闪店。7月,上海张园,宽阔的园区内,年轻人聚在某一栋建筑前。"在三天的限定开业时间内,我们每天都得限制人流入场。"位于上海张园的某美妆快闪店品牌负责人透露。

"有些现场展示的商品消费者可以触摸得到,但暂时还不能买回家。"杭州某女装设计师品牌主理人告诉记者,预订下单是一个很常见的快闪店交易模式,这对新品牌或者新系列的"试运营"来说非常高效,而对老品牌来说,则是一个重新构建消费者形象的

重要"试水温"渠道。

### 小体量商业项目快速崛起

随着新世代消费群体的兴起,消费模式从功能向体验的转起,待统大体量商业的运营模式迫切需要改变。与此同时,"长租约+固定品牌组合"的招商模式在逐步退潮,"轻量化、低投入、高灵活、快迭代"的小体量商业项目快速崛起,承接住了这一

波新消费需求。 时尚业内资深人士也表示,这 类小体量商业通过与不同业态的 组合,完成在地化需求的精准捕捉。从本质看,快闪店售卖着"小份装"的商品与体验,不仅能更精 准贴合当下年轻消费者的需求,更 能借助单位时间内的爆炸式人气 与讨论度,带动提升消费热度。

### 城市商业从"规模扩张" 转向"价值深耕"

记者注意到,小体量商业项目的崛起,底层逻辑是城市商业从"规模扩张"转向"价值深耕"的缩影。有业内人士分析,一线城市和区域已进入"存量优化"阶段,这类核心商圈的客流量可成为小体量商业项目的强大依托。从"大而全"的标准化商场,到"小而美"的"微场景"快闪驱动,时尚消费品牌可通过如主题咖啡馆、买手集合店、社区艺术空间等新鲜多变的商业模式,在这一波商业模式变革的浪潮中,重夺高净值客群与年轻新消费市场。

一(广州日报 遭**伟婷**)