从“买商品”到“买体验”

# 体验式服务消费活力迸发

广东广州，老商圈借“谷子集市”人气高涨；辽宁大连，海上垂钓渐成潮流；江苏苏州，宠物度假区新业态带来新体验……一个个鲜活场景，生动诠释了“为体验与情绪价值买单”的消费新逻辑。

从商品消费到体验消费，映照出什么新趋势？涌现出哪些新场景、新业态？记者在多地进行探访。

## 新业态激发新活力 “谷子集市”聚人气

周末的广州市越秀区地王广场，“谷子集市”如期开市，年轻顾客穿梭于摊位之间。所谓“谷子”，是英语“goods（商品）”的音译，指的是由漫画、动画、游戏等领域版权作品衍生出来的周边产品，如卡牌、徽章、手办等。

25岁的摊主小严从商场转型之初便入驻，先是兼职摆摊，随着集市长期稳定运营，慢慢转向全职经营。“早期卖‘谷子’以日漫周边居多，现在国漫IP、游戏IP、原创设计类‘谷子’也很受欢迎。”小严说，学生和年轻上班族是消费主力，大家不只追爆款，更看重品相、稀缺度和是否为正版，小众冷门IP也有稳定市场。

集市摊主里也活跃着一批年轻原创力量。小廖擅长二次元原创手绘，在集市现场提供约稿服务，8到10分钟就能完成一幅画作，吸引许多人驻足。“这里同好集中、氛围友好，原创内容很受欢迎，我的爱好也有了变现平台。”小廖说。

不少年轻消费者表示，线下集市能现场交流感受，比线上购物更有仪式感。“买的不只是周边，更是情绪价值和兴趣爱好的共鸣。”一名消费者说，集市不仅是消费空间，还是青年的社交空间。

地王广场总经理陆国能介绍，商场此前传统业态低迷，商铺出租率一度极低。2024年瞄准二次元消费转型后，以低门槛、普惠式政策扶持摊主，摊位费每天仅10到30元，商场免费提供桌椅等基础配套设施，让爱好者轻松“出谷”“吃谷”。集市每周五、六、日开放，常设200多个摊位，每期数千人抢位，节假日一席难求。

“这一业态之所以深受年轻人青睐，关键在于精准契合了青年群体的情感表达、圈层社交与自我认同需求。同时，限量、收藏、社交分享等模式，进一步放大了购买行为带来的情绪获得感。”暨南大学经济与社会研究院副教授刘诗濛说。

对商场来说，也实现了双赢。“转型以来，商场周末客流较此前增长3到4倍，整体销售额提升超200%，二次元相关营收占比达80%。”陆国能介绍，“谷子集市”日均创造400余个灵活就业岗位，不少学生、青年摆摊、逛集两不误。

## 新场景带来新体验 海上垂钓渐兴起

清晨，辽宁大连长海县獐子岛镇的港口，船长葛琦轻点手机，很快在“海钓e港”小程序上完成出海报备。引导4名钓友登船，启动北斗定位，白色的渔业休闲艇驶离码头。不一会儿，钓点“筏子地”就到了。

停锚，挂饵，挥竿。“中鱼了！”竿尖猛地一沉，游客张杰斌紧握钓竿，收放鱼线，几番周旋，钓起一尾鲽鱼。葛琦接过，放进活鱼舱。

葛琦是獐子岛镇居民，也是岛上首批海钓经营者之一。早年他以传统打鱼为生，发现经常有登岛游客询问能否海钓，便抱着试一试的心态，买下第一艘海钓艇。10年间，从一艘小艇到成立公司，如今葛琦已有6艘专业海钓艇。

“近几年，客流量和营收都翻倍，还有外国钓友专程来体验。”葛琦说，消费群体也持续年轻化，“90后”“00后”越来越多。

大连海事大学经济与管理学院教授时建人表示，海钓正向集旅游、运动、社交于一体的综合性消费模式转变，越来越多的年轻人将海钓视为一种潮流生活方式，不只追求渔获本身，更注重过程中的情绪价值和亲近自然的体验。

葛琦算了一笔账：单次出海，船长费600至700元，整船包船每天2500元，每船可载四五人。多数钓友上岛后都得钓个两三天，有的甚至一住就是半个月。去年，他们公司单艘海钓艇的营收额达15万元。

为推动海钓发展，长海县推出多项举措：规范休闲渔船管理，每船配备北斗定位，为乘客购买保险；统一划定31处海钓区域，2025年培训旅游从业者超5000人次，提升服务规范与安全意识；开发“海钓e港”小程序，实现钓船预约、气象预警、消费联动等一站式服务……目前，长海县已培育专业化海钓俱乐部10家，共有休闲渔船557艘，2025年海钓客群达19万人次，相关旅游收入1.3亿元，同比增长44%，带动民宿、餐饮、渔具销售等产业链消费增长超30%。

## 新需求牵引新供给 宠物街区引客来

上周末，位于江苏苏州工业园区阳澄湖半岛旅游度假区的重云巷OMITOFEE宠物街区十分热闹。

市民顾景菲带着自己心爱的宠物狗逛起品类丰富的店铺：在宠物摄影店，摄影师定格宠物的可爱瞬间；在风雨操场，宠物狗们尽情奔跑；在宠物鲜食餐厅，小巧餐桌整齐摆放，宠物零食等琳琅满目。

重云巷OMITOFEE总经理施叶然介绍，开业半年多以来，街区单日最高接待量突破5万人次，还有不少来自外地的游客。

这个宠物街区的前身是一个文旅街区，因位置偏远、业态单一，一度门庭冷落。“我们调研后发现，当下宠物消费市场持续升温，‘带宠出行’成为越来越多养宠家庭的需求。”苏州工业园区相关负责人介绍。为此园区投入约1亿元，将原有街区改造成占地42.5亩、建筑面积1万多平方米的宠物主题街区，并引入宠物行业品牌企业来运营。

改造后的街区集展示、体验、消费、社交于一体，配套了宠物餐饮、美容、摄影、住宿等多种服务。施叶然介绍，街区经常举办各种活动，如宠物时尚周、爪爪生活市集、“毛孩子”音乐会等，吸引大量客流，有时一场活动就能带来数十万元的消费。

南京市社会科学院研究员郑琼洁认为，宠物市场项目将宠物消费场景化、体验化、社交化，通过创造超出预期的情绪价值来激活消费潜力。对于消费者而言，购买宠物产品或服务时，购买的不仅是物品本身，更是一种情感体验和生活方式。

数据显示，2025年城镇宠物（犬猫）消费市场规模已超3000亿元，许多宠物主人有携宠出行意愿，直接催生了宠物主题酒店、宠物度假区等新业态不断涌现。

（人民日报 姜晓丹 刘佳华 王伟健）

上半年，服务零售额同比增长5.3%——

# 服务消费成扩大消费重要动力

沉浸式文博展陈前排起长队，音乐节、演唱会现场人潮涌动，各地夜市、集市里烟火气升腾……今年以来，服务消费市场热度持续攀升。国家统计局近日发布的数据显示，今年上半年，服务零售额同比增长5.3%，增速高于商品零售额4.2个百分点。国家统计局有关负责人表示，服务消费成为扩大消费的重要动力，居民消费从以商品消费为主向商品和服务消费并重转变，消费新增长点不断培育，新业态新模式持续激活发展动能。

## 文旅消费市场活力释放

国家统计局贸易外经统计司司长王全众介绍，今年以来，各项促消费政策协同效应持续释放，消费市场继续扩容，服务零售增势较好。

数字消费持续活跃。“在一系列扩大服务消费政策带动下，服务消费供给丰富优化，消费新场景加速涌现。”王全众介绍，上半年，通讯信息服务类零售额增速保持较高水平。

文旅消费市场活力释放。上半年，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额均实现两位数增长，分别增长11.3%和10.4%。有关数据显示，旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长12.3%。“服务消费支出的占比在提高，上半年居民人均服务性消费支出占居民消费支出的比重比上年同期提高了0.2个百分点。”国家统计局副局长毛盛勇说。

服务消费还有更多看点。7月初，文化和旅游部启动2026年全国暑期文化和旅游消费季，活动覆盖整个暑期，全国将举办超3万场次文旅消费活动、发放超4.5亿元消费补贴，聚焦消夏避暑、亲子研学、夜间文旅等热点需求优化供给。

“随着人们生活水平提高，服务消费日益成为释放消费潜能、拓展消费空间的重要领域。”毛盛勇说。

## 新场景、新业态、新模式涌现

消费新场景、新业态、新模式不断涌现，有效激发了服务消费市场活力。

网上零售保持较快增长。上半年，网上服务零售额增长6.0%，增速高于服务零售额0.7个百分点；直播电商零售额突破1万亿元，增长6.5%；即时零售交易额增速超过20%。

业态融合和模式创新有效推动消费市场扩容提质。王全众介绍，零售企业积极推进数字化、融合化转型，更好对接居民多样化消费需求。上半年，限额以上仓储会员店、无人值守商店零售额同比增速均超过25%；集合店、购物中心零售额增速持续加快。

新型消费增长较快。今年暑期市场，沉浸式、体验式消费已成为多地激活文旅消费的重要引擎。毛盛勇介绍，有关数据显示，上半年文艺表演、博物馆等沉浸式体验类的销售收入增速分别达到28.3%和24.6%。

入境消费热度不减。中国优化入境免签政策，同步优化离境退税、境外移动支付等配套服务，便利境外游客来华出行、购物。上半年，免签入境的外国人约1782万人次，同比增加30.6%，海关累计监管海南离岛免税购物金额199亿元，增长18.8%。

## 促进服务消费提质惠民

服务消费持续活跃，背后是服务业整体平稳运行。

国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司负责人王冠华介绍，服务业总体平稳增长，在支撑产业升级、满足民生需要等方面发挥了重要作用。上半年，服务业增加值41.4万亿元，同比增长5.2%，快于经济增速0.5个百分点；占GDP比重59.5%，是国民经济的第一大产业；对于经济增长的贡献率达到66.1%，比上年同期提高近6个百分点。

中国社会科学院财经战略研究院研究员张德勇认为，现代服务业深度融入经济各环节，生产性服务业推动“中国制造”稳步向“中国智造”转型。生活性服务业持续满足居民多样化、品质化需求，成为扩大内需“新引擎”。

服务业对外开放也在稳步扩大。“近年来，中国在旅游、运输、金融、电信等重点服务领域持续推进更深层次对外开放，今年1—5月份，服务贸易总额同比增长6%，服务贸易逆差收窄20%左右。”王冠华介绍，高技术、高附加值的服务出口竞争力持续提升，知识密集型服务出口增长12.2%。

在政策层面，近日印发的《扩大消费“十五五”规划》，明确了“十五五”时期消费领域发展的思路目标、重点任务和政策举措。促消费6大重点任务中，“促进服务消费提质惠民”位列第一。

毛盛勇表示，下阶段，中国消费扩容提质具备良好的条件。要着力提升居民的消费意愿和能力，持续优化消费环境，多措并举夯实消费增长的基础，更好释放我国超大规模市场的消费潜力。

（人民日报海外版 孔德晨）

# 暑期旅游旺季 这些目的地成“黑马”

随着全国各地进入三伏天，避暑游迅速升温。7月17日，同程旅行发布了《2026避暑游趋势报告》（下称《报告》），最近一周平台有关“避暑”的搜索量环比增长超50%，一年一度的避暑季全面开启。《报告》显示，今年居民避暑游需求多元化趋势明显。一方面，贵州、云南、东北、内蒙古等传统长线避暑游目的地人气持续走高；另一方面，一批“清凉小城”人气高涨，其中既有长线“宝藏避暑小城”，也有大都市近郊的周末纳凉度假胜地。在“反向避暑游”潮流带动下，一批避暑游“黑马”目的地热度增幅显著。

《报告》显示，进入7月份以来，同程旅行平台主打避暑概念的主题线路预订热度环比增长超两成，贵州、云南、东北、内蒙古等传统长线避暑游目的地人气持续走高，新疆8至10天的长线行程是当下最受游客欢迎的出游选择。结合同程旅行平台住宿及交通预订数据，贵州贵阳、山东青岛、云南昆明、贵州六盘水、辽宁大连、黑龙江哈尔滨、山西大同、内蒙古呼伦贝尔、青海西宁、河北承德位列2026全国长线避暑游热门目的地TOP10。

整体而言，贵州、云南、东北、内蒙古等传统避暑游目的地依然是大家的主流选择，生态旅居、海滨度假、草原纳凉等依然是避暑游的热门玩法。《报告》显示，游客挑选的不仅仅是一个足够凉爽的度假好去处，而是更看重当地的生态资源、人文底蕴和特色玩法，适合全家人出游的避暑目的地相对更受欢迎。

相对于传统避暑胜地，潮流青年则更热衷于寻找“宝藏避暑小城”。《报告》显示，云南香格里拉市、四川九寨沟县、四川康定市、贵州雷山县、吉林抚松县、四川松潘县、黑龙江漠河市、浙江德清县、新疆昭苏县、云南腾冲市在避暑游县级目的地中位居全国前列。这些热门“清凉小城”主要分布于云贵川、西北和东北三个区域，不仅足够凉爽，并且都拥有绝佳的生态环境和丰富的文旅资源。

有人追逐传统、热门，就有人寻找小众、清净，暑期“反向避暑游”热度不减。《报告》显示，贵州黔东南州榕江县、云南玉溪市、浙江金华磐安县、湖北恩施州利川市、福建宁德周宁县、陕西汉中留坝县、山西晋城陵川县等地的避暑游热度增幅位居全国前列，跻身今年暑期避暑游十大“黑马”目的地之列。

今年夏季全球多个地区出现了异常高温天气，“找清凉”成为相关地区国际游客的出游动机之一。《报告》显示，7月份以来，爱丁堡、巴塞罗那、伦敦、马德里、罗马等欧洲城市飞往中国的机票预订热度环比增幅均超过两成，英国至中国主要城市部分航线的预订热度同比增幅突破了80%。除了一线城市外，四川成都、新疆乌鲁木齐、陕西西安、贵州贵阳、黑龙江哈尔滨等地的入境航班客流量也均有不同程度的增长，其中不乏到中国“找清凉”的外国游客。

“找清凉”同样也是暑期国内居民的出境游动机之一。飞过赤道到南半球“反季避暑”的独特体验颇受欢迎。数据显示，7月前两周，从北京、南京、上海、深圳、杭州等地飞往新西兰、澳大利亚相关目的地的航班预订热度环比增幅普遍超过了60%。（据央广网）