

新供给激发夏日文旅消费新动能

暑期以来,宁夏依托大漠、黄河等自然资源,吸引大批游客前来体验游玩,热度持续攀升。各景区也纷纷升级旅游产品,丰富游客度假新体验。

在宁夏沙坡头、黄沙古渡等景区,连绵的沙丘、壮美的黄河吸引着众多游客前来打卡游玩。人们在这里体验黄河漂流、滑沙等项目,尽情感受沙漠旅游的神奇体验。

为了给游客带来更丰富的旅游体验,宁夏积极打造“白+黑”全时消费新场景,通过举办夜间沙漠音乐会、烟花秀、观星等活动,让景区服务实现从日升到日落的无缝衔接。

在西夏陵博物馆,游客们则通过XR探秘游戏、VR体验动画、4D电影等互动娱乐项目,了解历史脉络,近距离感受文物的沧桑与厚重。

此外,西夏陵景区还推出多种文创产品,游客们驻足在销售区挑选购买自己喜欢的文创产品。

这个暑期,在山东省德州市齐河县,当地通过创新业态激活文旅市场,研学游等多业态协同发力,有效拉动区域旅游增长。

在德州市齐河县一处剧场,一场大型沉浸式史诗剧正在上演,该剧通过现代光影与数字技术,让千年文明“活”起来。观众置身于可升降屏幕与现代机械构建的立体空间中,在剧情演进中体验黄河文化的情感共鸣。演出结束后,园区还会上演烟花秀、水影秀。

此外,当地综合开发文旅资源,开展研学游等文旅活动,让海洋极地世界、动物王国等热度持续飙升。

坐电梯爬山登顶、平缓式漂流、匀速下滑式蹦极,这是最近走红的“低耗旅游三件套”,在刺激、征服与“低耗”之间,不少游客选择了“重在尝试,舒服就行”。这种以最小的体力消耗换取最大心理舒适的出游方式,正成为当下年轻人出行游玩的“新宠”。我们到湖南一些景区去看一看。

在湖南长沙石燕湖景区,不少年轻人趁着暑假期间前来体验蹦极,杨馨怡就是

其中之一。

杨馨怡同行的朋友张吉灵也想体验蹦极的刺激,但是由于有些恐高,因此选择了景区去年推出的缓降式蹦极,与自由落体式的蹦极不同,随着安全绳缓缓放下,张吉灵缓慢地匀速降落,在摄影师的指挥下拍摄照片。

该景区在去年推出“慢速版蹦极”后,吸引了很多年轻游客来打卡,带动景区整体门票销售大幅增长。

针对现在年轻人流行既想拍照出片,又不想太累的旅游新趋势,景区在今年推出了“温柔版”漂流,这种水深不超过50厘米、平缓的漂流方式,吸引了大量游客前来打卡。

湖南省郴州市莽山五指峰景区是全程无障碍山岳型景区,设有3.7公里索道、4台垂直电梯和7台升降机,让整条游玩路线实现了从传统跋山涉水的“苦游模式”到游山玩水“躺平模式”的转变。

通过基础设施改造建设,目前,莽山五指峰景区电梯通行、平坦步道等区域已经占整个景区路线的75%以上,景区今年的游客增加了不少。

在重庆,连续多日的高温橙色预警让市民纷纷选择到室内游乐园、博物馆等场所避暑纳凉,多种游玩活动和清凉体验为暑期文旅市场注入活力。

在重庆一家室内海世界,海豚表演吸引很多小朋友前来观赏。除了海豚秀,海世界还推出了傣式风情的泼水活动,让游客在清凉中感受民族风情。新增的水上寻宝、接力等亲子互动游戏深受游客喜爱。同时,水世界的多场沉浸式演艺结合恐龙主题场景和科普展览,让孩子们在探秘“海底侏罗纪”的过程中边玩边学。

在这炎炎夏日,重庆自然博物馆也成为市民“清凉充电”的热门之选。凉爽的展厅、丰富的展览与趣味活动吸引大批市民全家总动员,前来避暑探秘。馆方预计,今年暑期参观总人次将突破20万大关。

据央视网

市场快评

“菜市场热” 重构城市旅游新图景

近年来,一个个看似寻常的城市空间——菜市场,悄然成为网红文旅打卡点。这些原本服务于本地居民日常生活的场所,正在以“文旅新地标”的身份重构城市旅游图景。这种转变不仅映射出大众旅游需求的深层变化,更揭示了城市旅游价值再发现的命题。

菜市场的“网红化”并非偶然现象,而是多重趋势共同作用的结果。

首先,旅游吸引要素的泛化正在打破传统文旅资源的边界。在传统的“吃住行游购娱”旅游六要素中,“游”是核心的吸引要素,而“游”这一要素的主要载体是旅游景区。随着旅游业的不断发展,像菜市场这类社会资源作为“非典型旅游吸引物”,成为“游”这一吸引要素的新内容,从而推动了文旅资源边界的拓展。

其次,旅游体验内容的演化推动着旅游消费逻辑的重构。过去我们旅游关注“好看”,现在更关注“好玩”“有趣”,特别是像菜市场这样具有生活气息的目的地正在成为旅游体验的新内容。此外,一些地方还通过菜市场与文化活动的混搭构造出一种全新的体验。比如,成都益民菜市的长顺街店和群康路店就分别开启“身边的自然——去逛菜市场吧”展览,实现了日常消费与审美体验的融合。而这种演化也可以看成旅游体验从“景观凝视”向“生活沉浸”的转换。

再次,旅游消费方式的分化催生了旅游市场的不断细分。年轻人作为引领文旅新消费的主要群体,通过探索菜市场旅游这种个性化的消费方式,给旅游市场带来了新的可能。这种分化也倒逼文旅产品从标准化供给转向定制化开发。

最后,旅游主客共享的深化正在塑造新的旅游关系。过去游客的旅游空间和市民的生产生活空间往往是分离的。今天,菜市场这类市民的生产生活空间越来越多地成为游客的旅游空间。这种主客共享不是刻意设计的旅游项目,而是真实生活场景的自然延伸,实现了旅游体验从“表演性”到“本真性”的跨越。

当菜市场变身网红打卡点,过度商业化的隐忧有可能伴生出现。比如,一些菜市场过分迎合游客需求,造成改造后摊位租金的飙升,导致原有商户集体撤离;也有一些网红市集将蔬菜包装成“盲盒”销售的同时,有可能脱离实际消费需求。这种异化本质上是对场所精神的背离,当菜市场沦为拍照背景板,其承载的城市记忆与社区功能也可能随之消解。

保持菜市场的原生性需要智慧,菜市场文旅化改造的关键在于强化而非取代原有的市井属性。其一,菜市场硬件更新需恪守“微改造”“精提升”的原则。比如深圳莲花市场采用可拆卸模块化货架,既满足游客动线需求,又不影响早市撤场效率;昆明篆新农贸市场增设的观景连廊,在提升承载力的同时维持了空间通透性。这种“针灸式”改造可以实现功能提升与文化存续的平衡。其二,菜市场的服务配套应体现人文温度。比如政府为淄博八大局菜市场配套的免费公交服务和志愿者行李看管服务,就很好地解决了青年学生游客群体的痛点,体现了其旅游公共服务的温度。其三,菜市场内容消费需要更多创意。比如,扬州石塔菜场开设“淮扬菜大师工坊”,游客可参与狮子头制作。这种创新没有改变市场本质,却创造了独特的体验价值。

菜市场的文旅化现象提供了城市文旅更新的一种新范式,也提示我们:文旅开发不应止于空间再造,更要关注场所精神的译译;不是简单复制网红模板,而是培育在地文化的生长点。与此同时,这种转型对旅游城市的治理也提出了新要求,特别是需要建立商户、居民、游客的利益协调机制,只有构建共生共荣的生态系统,才能实现文旅价值与社区福祉的双赢。

据《光明日报》

蓄力“金九银十”稳楼市

传统的“金九银十”房地产销售旺季即将到来,房地产领域再度受到市场关注。

今年以来,中央及地方在政策层面持续发力推动房地产市场止跌回稳。据中指研究院统计,今年前7个月,全国各地共出台房地产相关政策超370条。房地产政策“组合拳”取得了积极成效,住房和城乡建设部数据显示,上半年全国新房和二手房交易总量同比增长。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对记者表示,推动房地产市场止跌回稳是今年政府工作的重点任务之一。房地产作为大宗消费品,在做强国内大循环、全面激发消费潜力的过程中发挥着极其重要的作用。

在中央层面,8月18日召开的国务院第九次全体会议要求,采取有力措施巩固房地产市场止跌回稳态势,结合城市更新推进城中村和危旧房改造,多管齐下释放改善性需求。

在地方层面,已有城市推出增量政策支持房地产市场。例如,苏州市住房公积金管理中心日前发布的《关于进一步扩大住房公积金使用范围的通知》将自2025年9月1日起施行,涉及优化住房公积金贷款使用次数认定标准、下调住房公积金贷款首付比例等多项政策内容。

此外,多地表态将继续发力推动房地产市场止跌回稳。广西壮族自治区住房和城乡建设

设厅房地产市场监管处相关负责人表示,广西将以“好房子”供给引领住房消费升级,完善存量房消化机制和购房支持政策,有力有序推进收购存量房,创新运用“文旅+购房”“赛事+购房”等消费场景和房源利用方式,积极稳妥推进投资企稳回升,更大力度推动房地产市场止跌回稳。

湖南衡阳于8月21日召开市政府专题会议,研究促进房地产市场止跌回稳举措方案。会议提出,要加强组织领导,持续聚焦房地产市场发展变化,及时优化、调整、完善相关举措,不断为房地产市场注入活力。

上海易居房地产研究院副院长严跃进认为,“稳住楼市”工作依然重要、迫切。当前是房企去库存的新一轮重要窗口期,也是住房销售提振的关键期,需利用“金九银十”传统旺季做好房源和需求的对接。从各地政策动向看,预计9月份城中村改造相关的地方政策文件会加快出台。轨道交通沿线、高校集中区域、产业集中区域、规模较大的城中村等重点片区项目,将是后续各地持续改造的重点。

李宇嘉预计,未来各地将进一步落实好已有的政策,如严格落实《住宅项目规范》、推进现房销售、结合城市更新推进城中村和危旧房改造等,为市场注入有效供给。

据《证券日报》