

## 执点热评

# 读懂“聪明游”背后的消费新需求

王珂

今年暑期,我国文旅市场持续升温,各大景区人流如织,热闹背后,旅行方式正悄然改变:曾经“说走就走”的随性出行,正越来越多变为精心规划的“计划性旅行”;盲目追逐热门景点的热潮渐渐退去,“小众秘境”探索成为新风尚……这些被网友称作“聪明游”的新型旅行方式,不仅是暑期文旅市场的亮眼风景,更反映出消费者旅游观念的转变。

“聪明游”的“聪”,彰显于数字赋能下的高效决策。随着数字技术深度融入文旅领域,旅游服务平台愈加完善,旅行攻略、比价工具、服务指南等信息获取便捷,游客决策周期大幅缩短,决策质量却显著提升。从目的地天气、人流预测,到景区实时客流、酒店真实口碑,数字技术构建的全景预判体系,让出行更具确定性和规划性。部分旅游平台数据显示,今年暑期,旅游产品预订周期显著提前,“早鸟订单”占比同比提升超30%,出行规划的精细化程度明显提高,这正是游客决策智慧的生动注脚。

“聪明游”的“明”,体现在理性务实的消费选择。如今,游客愈发注重旅行的性价比与体验感,既愿为高品质的深度体验买单,也精打细算规避不必要的消费。今年暑期,文旅市场呈现订单量、出行距离、停留时长“三增”态势,而消费重点正转向能提升旅行品质的领域。以自驾游为例,神州租车发布的数据显示,暑期跨城自驾订单量同比增长400%,租车订单量创下历史新高。从出行距离看,800公里以上的长途订单占比超30%,同比增长近四成。从出行目的地看,许多县城小城迎来

租车自驾高峰,成为暑期市场新的增长亮点。这些场景生动诠释了“聪明游”的消费逻辑——体验为王、性价比至上。游客一次次“用脚步投票”,勾勒出旅游需求升级新轨迹。

“聪明游”的走热,本质是供需两端同频共振的结果。从需求端看,经过多年市场培育,消费者旅游认知更趋成熟,告别“走马观花”的打卡式观光,追求个性化、沉浸式体验,为“聪明游”提供了土壤;从供给端看,各地各部门主动作为,以创新回应需求。故宫博物院推出数字沉浸体验项目,让文物“活”起来;苏州拓展园林夜花园开放范围,丰富夜间消费场景;广西推出景区“一票游多日”优惠政策,降低出游成本……这些创新实践既丰富了优质文旅供给,也为市场注入新活力。

“聪明游”的兴起,更揭示出文旅产业发展的新方向。当前,我国文旅产业正从规模扩张向质量提升转型,进入存量竞争、品质为王的新阶段。“聪明游”不仅是旅行方式的迭代,更是大众生活态度的折射,彰显着消费者的理性与自信,也倒逼文旅行业加速向精细化、个性化、优质化升级。游客“聪明游”,市场须“聪明供”。文旅行业想要赢得消费者,既要在优化体验、创新产品上苦练内功,推出更多契合消费需求的特色服务,也要在规范市场、提升服务上做足文章,筑牢安心消费的基础。读懂“聪明游”背后的消费新需求,持续打造让游客安心、舒心、动心的文旅新供给,才能不断激发文旅市场内生动力,推动行业高质量发展。

## 期待外卖平台转向“卷服务”

静子

外卖平台服务“新国标”,在路上!

9月24日,市场监管总局组织起草的《外卖平台服务管理基本要求(征求意见稿)》,正式面向社会公开征求意见。征求意见稿聚焦平台收费、促销行为等重点问题,帮助外卖平台企业规范服务管理、提升服务质量,减轻商户经营负担,引导平台企业公开有序竞争。

外卖平台是平台经济的重要载体之一,在促消费、稳就业、惠民生等方面发挥了重要作用。最新数据显示,自2008年我国第一笔线上外卖诞生,外卖行业正快速崛起——骑手超1000万名、日均配送超8000万单、相关联的消费超万亿元。然而,外卖平台企业也面临“内卷式”竞争等不少“成长的烦恼”,严重阻滞着平台经济的健康发展。正因此,征求意见稿聚焦治理之痛,通过引入标准化方法规范外卖平台服务管理行为,以帮助平台企业提升服务质量。

从经济属性看,外卖平台的实质是连接供需双方、优化资源配置,但部分平台企业为追求短期利益,将“规模优先”凌驾于“规则优先”之上,出现平台之间的“内卷式”竞争,以及平台与入驻商家之间的“裹挟式”竞争等,形成“双输”甚至“多输”的严重局面。今年以来,市场监管总局会同相关部门对主要外卖平台企业进行集中约谈,原因正在于此。征求意见稿锚定外卖平台这一主体,一方面明确了对价格促销管理的要求,包括确保促销活动公开透明、促销规则公平合理等;另一方面规定了收费管理的具体要求,提出平台应规范收费项目、公示收费信息、进行合规审核等,可谓靶向施治,有利于维护市场公

平竞争秩序。

从社会属性看,外卖平台如桥梁,一头连着商家,一头连着消费者。近年来,网络餐饮发展迅猛,但也出现诸多乱象,特别是部分无餐饮经营资质的商户借“画皮”经营“幽灵外卖”,隐蔽性强、迷惑性大,给“舌尖上的安全”埋下了严重隐患。筑牢市场准入防线,才能更好地守住食安底线。征求意见稿要求商户提供真实证照、门店场景信息,甚至是“一镜到底”的定位视频,并且由平台执行商户准入与动态审核,辅以“网上亮证”的社会监督,旨在从源头处阻断违规商户的进入通道。这一全方位、多手段的监管方式,值得社会期待。

从人文属性看,外卖平台批量带来新“饭碗”的同时,也不免让这些“端饭碗的人”困在算法系统里。加之此前备受热议的外卖员社会保障问题等,一度拷问着各平台企业的社会责任。外卖骑手的权益应该被看见、受重视。征求意见稿聚焦配送员社会保障、劳动报酬、工作时间、职业发展等方面,要求平台规范用工关系,保障配送员合理收入与劳动时间,加强业务培训与职业保障,推动建立公平、合理、可持续的配送员权益保障机制。一连串的务实举措,必将有力提升外卖小哥的获得感、幸福感、归属感。

平台经济,有规矩才能走得更远。在征求意见阶段,期待听到更多“好声音”“金点子”,助力这一新规趋向完善,为平台企业提供行为指南,为有关机构提供监管抓手,为社会化监督提供公共依据,加快形成公平、有序、可持续的市场格局。

## “双节”文旅消费 如何既有“量”又保“质”

方可

今年,国庆与中秋相遇,居民文化旅游消费需求将集中释放。文旅部将启动“全国国庆文旅消费月”活动。消费月期间,各地将开展超过25000场文旅消费活动,发放超过3.3亿元消费补贴。电影市场也不甘寂寞,共13部影片定档2025年国庆档。

从国庆档的多部电影到文旅部的活动安排,文旅消费市场不只是规模变大,品质也在升级,既精准回应居民消费期待,更体现出政策对文旅市场的积极引导。

分众化选择让“好内容”精确匹配“好受众”。从电影来说,今年国庆节当天将有七部新片同日开画,不仅将档期扩容,在类型选择上也更加丰富:战争历史片《志愿军:浴血和平》、奇幻片《刺杀小说家2》,也有适合孩子们的《三国的星空第一部》和《猪猪侠·一只老猪的逆袭》等。从旅游来说,不少城市推出以疗愈和放松为主题的“慢度假”项目,也有针对年轻人的“电竞嘉年华”和“酒类文化节”。例如昆明机场推出了“八香”迎客的特色服务,让游客在机场就能体验当地的独特魅力。这些丰富的选择,既弱化了同质化竞争,也让群众的消费需求得到充分满足。

政策引导让“好供给”精准对接“好需求”。在今年国庆期间,文旅部将正式启动“百城百区”文化和旅游消费三年行动计划,协调中国银联、金融机构、平台企业推出消费券、支付满减等优惠活动以及入境旅游消费便利措施。仅以北京为例,国庆假日期间,北京以“京彩四季”为主题,全市联动,商文旅体展深度融合,将推出500余项促消费活动。在这样的政策引领下,消费券、支付满减这些优惠实实在在帮消费者“省了钱”,降低了大众参与门槛。这种“真金白银”的支持,不仅让更多人敢消费、愿消费,还能从需求端带热整个文旅消费市场,带动供给端的企业商户更主动地开发丰富的新产品,形成“消费者得实惠,供给者添活力”的良性循环。

科技赋能让“好体验”深度契合“好期待”。近年来,文旅消费越来越需要“情绪价值”的共鸣感和“看得见摸得着”的体验感。从西湖水上夜游项目的AR游船到湖北博物馆《穿越青铜纪》的VR数字空间,从湖南博物院“山海”App数字讲解人到敦煌研究院“数字藏经洞”数据平台。这些科技的实体应用不再让文旅消费停留在“陈列展示”或者“走走看看”的表层体验,而是让更多人沉浸式地触摸、感受、互动,满足了消费者想要“更近一步”的期待。在双节的气氛烘托下,用科技让文旅消费更精准对接假日出行的消费者对高品质体验的期待,将为市场注入更多活力。

“双节”推动消费市场进入旺季,各地文旅部门需提前布局,更好地激活文旅市场的内在动力,推动文旅消费既有规模又有品质,让更多消费者在大街小巷中体会快乐,才能让“双节”的烟火气更浓郁。



## 利润由降转增

国家统计局9月27日发布数据显示,1至8月,在宏观政策发力显效、全国统一大市场纵深推进,叠加去年同期低基数等多重因素作用下,全国规模以上工业企业实现利润总额46929.7亿元,同比增长0.9%。  
新华社