

景区
易
瞭
望
人
旺

并非

以旧换新 拉动消费

迭代升级促内需

本报记者 余健

走进位于内蒙古自治区包头市昆都仑区的苏宁广场，客流明显比往常多，尤其是苏宁易购家电区更为热闹。“平常整个家电卖场的日销售额不到20万元，这些天日均销售额能达到200多万元。这主要得益于目前正在推进的家电以旧换新政策。”苏宁易购包头大区总经理冯朝阳说。

冯朝阳告诉记者，消费者在这里购买家电不仅可以享受国家补贴，还有商场补贴以及品牌补贴等，累积起来优惠力度挺大。“从目前的销售数据看，冰箱和洗衣机更受欢迎。大力度的优惠激发了消费者的购买需求，帮助消费者实现对品质生活的追求。”

在家电以旧换新政策推动下，包头市同利家电有限责任公司旗下门店也迎来了销售热潮。该公司采购总监张树新告诉记者，此次家电以旧换新国家补贴自9月17日开启，同利家电快速响应，配合政策落地，组织各家电品牌整合银行政策，形成“国家补贴+同利补贴+旧机补贴+工厂补贴+银行补贴+购物赠礼”等多重优惠，优惠幅度最高可达60%。此外，同利家电加大了广告宣传力度，组织员工开展“送政策进社区、讲解国补进街坊”等活动，销售量实现大幅提升。

包头市民高娃就在同利家电通过以旧换新政策入手了一款冰箱，“花了5000多元，我觉得挺合适。平常优惠有限，但是这次各种活动叠加起来优惠了1000多元，力度挺大”。

“从目前数据看，以旧换新活动的开展对门店销售拉动明显，同比增长达35%；消费者购买符合国家补贴范围的一二级能效或水效产品居多，销售占比达到85%以上。各种优惠活动让大家更青睐中高端产品，切实带动了消费者生活品质提升。”张树新表示，希望能够在此次补贴产品的基础上，增加目前不在补贴范围内但消费者

爱用的一些品类，如吸尘器、洗地机、擦窗机器人等，旨在引导消费者购买绿色、智能、节能的新产品，促进资源循环利用，推动绿色消费。

记者从包头市商务局了解到，今年以来，为了更好地满足群众期待，促进家居家电消费品迭代升级，激发市场活力，释放消费潜能，包头市以“消费促进年”为抓手，通过政府补贴、企业让利、金融机构支持等方式，围绕家电以旧换新开展形式多样的促销活动，并于9月17日在全自治区率先上线运营家电以旧换新小程序。截至目前，全市参与家电以旧换新活动的企业达到88家，举办各类促消费活动200余场，已安排家电促消费补贴消费券1.5亿元，发放消费券超20万张，核销超4.5万张。目前，全市家电销量突破15万台，销售额达到4.3亿元，其中以旧换新近3万台，销售额突破9000万元。

“家电以旧换新可以推动家电行业绿色升级，促进消费结构优化，不仅促进消费、推动市场繁荣，还促进节能减排。”中国家用电器商业协会副理事长、同利家电总经理祁莹说，相关部门应发挥监督和引导作用，大力宣传新一轮以旧换新政策，广泛宣传绿色消费理念，提高公众的环保意识，引导广大消费者积极参与本次家电以旧换新活动。

包头市商务局相关负责人表示，下一步，包头市将坚持“政府搭台、企业参与、全民共享”，最大程度发挥专项资金效能，依托云闪付平台，认真遴选家电销售企业，积极开展家电以旧换新惠民市集等活动，主动对接邮储银行等金融机构，通过政府发放消费券、企业支付端让利、银行刷卡立减等方式，全力抓好全市家电以旧换新工作，以高质量供给满足群众新期待、创造市场新需求，促进居民消费升级，为广大家电消费者送上实惠满满、精彩纷呈的消费盛宴。

日前，文旅部预计今年前三季度国内旅游人数42.9亿人次，旅游花费4.32万亿元，同比分别增长16.8%、17.1%，接近2019年峰值水平。在全国范围旅游人次和花费持续增长的同时，一些网红景区却出现了“人旺财不旺”的现象，尽管游客扎堆，但有的景区收入低迷甚至亏损。有人说，这是消费降级的表现。果真如此吗？

细细推敲，这种说法似是而非。从旅游消费要素看，人们愿意用几天时间去旅游，花在“吃住行”上的费用少则几千元、多则上万元，在“来都来了”的心态下，一般不会舍不得在“游购娱”上再掏点腰包。一些景区出现游客多、消费少的情况，或许不是游客不愿意花钱，而是景区没有值得游客掏钱的产品。从这个角度看，个别网红景区“人旺财不旺”，并非游客消费降级，而是供给出了问题。

首先是大小发展不平衡。近两年，尽管“逆向旅游”“小城游”“县域游”火热，但传统大景区、大城市仍然是承载游客的主力。不少“宝藏景点”受基础设施所限，到达条件和旅游体验有待进一步完善。其次是新与旧转换不充分。随着文旅消费升级，人们早已不再满足于游山玩水、打卡拍照，对智慧旅游、沉浸式体验、配套演出、文创产品等新业态的消费需求与日俱增。如此趋势下，一些网红景区依旧靠门票经济吃老本，收入低迷甚至亏损也就不奇怪了。

从文旅市场整体来看，个别网红景区出现“人旺财不旺”，不仅不是消费降级，反而折射出文旅消费的升级需求。景区想赚游客的钱，关键要做好自己的事。吸引游客来，是文旅供给的“基础分”，只能挣个辛苦钱；留游客消费，才是真正的“加分项”，要让游客愿意掏腰包。

近年来，一些网红景区凭借独特的资源禀赋、浓郁的文化氛围甚至精巧的灯光设计火爆出圈。但是，很多游客来后仅仅是拍张照、打个卡，在社交平台晒一下而已。网红景区要长红，还需在软硬件上持续下功夫。在硬设施上，既要满足停车、用餐、如厕等基本需求，也要完善充电、网络信号等新型基础设施；在软环境上，不能只靠售票、讲解、卖小吃传统“三件套”服务，还需针对网络时代游客个性化需求，持续改善服务内容和质量。

好景区配上新业态，才能更好地促进旅游消费，不过新业态也不是一成不变的。前几年，特色民宿、文创产品、研学体验等还能让人眼前一亮，如今这些几乎已成为标配。为持续释放消费活力，文旅部提出实施新型业态提升计划，将加快发展线上直播、沉浸式体验、邮轮游艇、房车露营等文旅新业态，推广“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着影视去旅行”等特色模式。这些举措，既能让游客有更丰富的消费选择，也为文旅企业提供了更多发展机遇。

陈发明



消费者在位于重庆市江北区的京东电器超级体验店选购电器。新华社记者 王全超摄

扩围加力送实惠

本报记者 夏先清 杨子佩

“孩子结婚，我买了几件家电，通过以旧换新政策节省了1万多元。”近日，在河南省鹿邑县紫气大道西段的天猫优品电器体验店，顾客怀家春对以旧换新政策连连点赞。近期像怀家春这样的消费者不在少数，以旧换新政策出台后，不少人认为这是对家中的老旧家电进行更新换代的好时机。

“我们店是第一批入选‘以旧换新’名单的企业。这款空调原价4000元，补贴完之后3200元，能节省800元。”鹿邑天猫优品电器体验店店长董苗表示，补贴对象不止空调，还有冰箱、洗衣机、电脑等多种电器。

位于紫气大道中段的小天鹅专卖店也迎来了客流高峰。有的顾客来为结婚置办全套家电；有的顾客则趁着活动力度大，一次性换新多台家电。大家纷纷表示，这次以旧换新活动让他们省下了不少钱，真是惠民好政策。

今年以来，消费品以旧换新政策不断扩围加力，持续激发内需市场潜力。鹿邑县把握政策机遇，多方联动、综合施策，各大电器用品店、汽车商家纷纷推出以旧换新活动，在醒目位置张贴“以旧换新”补贴政策标识，工作人员耐心向消费者解释相关政策细节。真金白银的补贴为消费市场注入强大动力。

在县城消费市场火热的同时，乡镇下沉消费市场也迎来了春天。为有力促进乡镇消费水平，切实提高居民生活品质，鹿邑县各乡镇充分利用广播、宣传栏、微信群等多种渠道，全方位宣传以旧换新活动政策。

鹿邑县邱集乡组织乡、村两级干部深入村庄，发放宣传资料，面对面讲解答疑，并通过实例展示等方式为居民详细介绍以旧换新政策和具体操作流程，提高辖区内居民知晓率和参与度。商家在组织娱乐活动时巧妙融入以旧换新的宣传内容，让居民在轻松愉快的氛围中了解政策。为保证活动开展质量，当地对辖区内参与以旧换新活动的商

家从信誉度、服务质量等多个方面进行严格评估筛选，建立全链条监督机制。

湖北镇与鹿邑县城隔河相望，以往居民购买大件商品往往会选择去县城。不过连日来，鹿邑县湖北镇问礼广场家电以旧换新展销服务中心的生意持续火爆，前来选购家电的顾客络绎不绝。“活动举办以来，每天来咨询购买的人都很多。”湖北镇家电以旧换新集中展销服务中心负责人刘萍雪表示，展销服务直接送到家门口，附近居民出门就能看到展品、了解政策，送货上门和售后服务也更近更方便。

除了汽车、家电等大件商品，目前电动自行车、家装厨卫等以旧换新工作也在稳步推进。“鹿邑县商务局副局长苑继业表示，目前全县老旧电动自行车和家装厨卫保有量较大，随着相关活动的开展，预计将带动新一波消费热潮。”

河南省商务厅二级巡视员费全发表示，从9月10日至12月31日期间，河南将对个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电给予补贴。其中，对二级能效或水效产品按最终销售价补贴15%；一级能效或水效产品按最终销售价补贴20%。每位消费者每类产品可补贴1件，每件产品补贴不超过2000元。消费者可通过云闪付APP搜索“河南省消费品以旧换新服务平台”小程序，登录家电补贴专区，完成实名认证，获取补贴资格，在支付货款时直接享受付款立减。

不久前，河南省政府办公厅印发《河南省加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》，对加力支持“两新”工作提出了年度目标，明确了重点任务和具体举措。据了解，河南省将统筹100亿元，用于老旧营运货车报废更新、农业机械报废更新、汽车报废更新、新能源公交车及动力电池更新、家电以旧换新等重点领域。



在家电以旧换新政策推动下，包头市迎来家电销售热潮。图为消费者在同利家电门店选购洗衣机。本报记者 余健摄

网球运动火热升温

本报记者 常理

近年来，我国选手不断在国际网球大赛上创造好成绩，网球运动由此获得前所未有的关注。网球场馆供不应求、网球相关产品销量大增、网球话题持续霸榜，民众参与网球运动的热情空前高涨。

夜幕降临，位于北京奥林匹克森林公园西侧的国家网球中心（南区）迎来了一天中最繁忙的时候。网球场上灯火通明，网球爱好者们结束了一天忙碌的工作，在这里尽情奔跑、挥拍、杀球，挥洒汗水，释放压力和疲惫。作为北京最大的网球运动场地，国家网球中心自2008年建成以来，就成为北京人气最旺的网球场馆。

网球爱好者张常悦已经有10年球龄。“场地很难约，尤其是下班后这个时段最紧张，我在小程序上抢了好几次才抢到。”张常悦告诉记者，网球运动集合了速度、力量、耐力等多项元素，非常有益身心健康。“即使工作、学习再忙，每周我也要挤出时间打上两三场。”

“这几年，参与网球运动的人越来越多，很多网球俱乐部、社群兴起，方便大家一起约球、切磋，氛围很好。”张常悦说。加入网球俱乐部打

球，每次有七八个人，2个小时至3个小时，配有一位教练，一场下来均摊到每个人大概200元。这种方式个人不用操太多心，拿着拍子去打就行了。此外，还可以通过各种网球社群约球，平均一场下来花费80元至100元，性价比比较高。

国家网球中心（南区）经理兰颖告诉记者，国网从2022年开始打造“场景+内容”的运营模式，依托优质运动场馆，营造丰富的线下活动，打造自己的赛事IP，充分调动广大网球爱好者的积极性，吸引更多人加入网球运动。

“我们举办国网自己的网球分级赛事，如潮阳夜精彩、迷你派对赛、红土嘉年华等品牌赛事，打造天天有活动、周周有比赛的运营模式，通过赛事活动提升大家的网球技巧，增强客户黏性。相关特色赛事获得了‘2024年北京市体育旅游精品项目’荣誉。此外，为破解场地紧缺难题，我们还开发了网球墙、AI训练、运动康复方式等多种运动场景，为网球爱好者提供更加专业和便捷的训练条件。”兰颖说。

在北京市网球协会秘书长倪伟看来，近年来网球运动发展呈明显上

升态势。一方面，竞技网球水平不断提升，中国选手在国际重大赛事以及大满贯赛事中不断有突出表现；另一方面，群众网球运动欣欣向荣，大众网球赛事数量与品质都在不断提高。此外，网球场馆的数量也在逐年增加，网球教练员群体、裁判员队伍、赛事运营机构、培训机构以及网球运动相关的产业链逐步延伸，网球运动群众基础扩大。

根据中国网球协会最新数据，目前我国网球运动爱好者约3000万人，且趋于年轻化。天眼查数据显示，截至2024年8月，中国有网球相关企业近5000家，从2023年开始，相关企业注册量同比增长。

“网球热”同样带动了网球装备热销。京东消费及产业发展研究院数据显示，自郑钦文奥运夺冠以来，网球服成交额同比增长246%，网球包、网球减震器、网球鞋、网球手胶、网球拍成交额同比增长均超40%；在得物APP，今年8月份网球鞋、网球拍以及网球衣、裙套装等商品环比增长了300%至400%，郑钦文同款网球拍订单量增长了近10倍。

北京体育大学教授白宇飞认为，中国网球运动已积累了具有一定消

费能力的消费群体。与趋于饱和的发达国家网球市场相比，中国网球经济有持续增长的动力，有望成为新兴的体育消费增长点。

需要看到，网球运动在中国仍处于早期成长阶段，还面临不少“成长的烦恼”。在基础设施、培训体系、商业化运营等方面，还与欧美网球强国之间有一定差距。

如何抓住这波“网球热”，让网球运动在中国枝繁叶茂？白宇飞建议，在竞技层面，要健全青少年网球训练体系，改革创新运动员训练管理模式，积极与国际主流训练方式接轨，鼓励中国选手在国际赛事中积累经验；进一步加强职业赛事体系建设，提升国内赛事的质量与规模，吸引世界顶尖选手来华参赛，并为中国运动员创造更多与顶级选手对练的机会。在普及层面，相关部门应加强对网球运动的宣传推广，加大社区网球场馆的建设力度，降低公众参与门槛；通过开设网球培训班、吸引青少年入校体育课程等方式，将网球纳入学校体育课程等途径，吸引青少年参与；广泛开展各种群众性网球赛事，鼓励普通爱好者参与，激发大众对网球运动的兴趣，推动网球文化传播。



在国家网球中心，网球运动爱好者在练习网球。（资料图片）