

从榜单看消费④

□ 本报记者 张雪

# “五一”出游整装待发

“五一”假期来了,去哪儿玩?怎么玩?有人奔赴大城市“跟着演唱会去旅行”,有人选择宝藏小城“边躺边游”……5天小长假,再加上浙江、湖南等地学生春假与“五一”衔接,并叠加部分游客“请4休11”拼假模式,共同推动着“五一”出游需求攀升。

与此同时,各地正在加紧布局“五一”文旅市场,演唱会、音乐节、球赛、市集……文商旅融合发力,丰富多彩的活动配合诚意满满的服务,以高质量供给拉动假日消费需求进一步释放。

## 预订热度持续攀升

“五一”假期临近,旅游市场预订热度持续攀升。途牛旅游网数据显示,“五一”团期境内旅游产品预订出游人次较去年同期增长10%,其中自驾游产品预订出游人次同比增长超50%,自由行产品预订出游人次同比增长近20%,一二线城市用户是“五一”假期旅游消费的主力军。在同程平台上,“五一”旅行产品搜索热度环比上涨364%,部分热门城市机票、酒店民宿、门票等预订热度同比增长近40%。

随着多地密集发布春假政策,多地中小学春假实现与“五一”假期相连,为亲子家庭创造了更长的连续出游时间。带娃参观历史古迹、博物馆,打卡亲子乐园等是春假出游家庭的最爱。飞猪旅行平台数据显示,热门乐园、名人故居等国内景点门票预订人次同比增长约50%。春秋旅游平台的数据同样印证了家庭化出游的强劲势头,截至4月20日,“五一”假期国内旅游预订人次同比增长超20%,其中国内自由行、私家小团、主题度假等产品增长尤为显著,从客群结构来看,一家三代同行出游成为主流模式。

为丰富假日供给,各地纷纷结合各自资源上新文旅产品,抢占“五一”市场。福建推出首批“闽式生活”百个文旅新场景,上线福建文旅新场景电子地图,发布10条精品旅游线路,覆盖世遗观光、滨海度假、红色研学、康养旅居、非遗体验、美食寻味、海岛探险等多元需求,为海内外游客提供高品质、个性化、沉浸式文旅体验。江苏启动“跟着苏超游江苏”系列活动,将联赛赛程与“五一”、端午、全国暑期文旅消费季等深度融合,进一步挖掘整合各地旅游景区、度假区及地方人文资源,重点打造100条跨区域主题线路产品,涵盖“观赛+非遗”“演艺”“+美食”“+博物馆”等多元维度,为球迷游客提供“看一场球赛、品一城文化、赏一路风光”的沉浸式体验选择,推动观赛打卡向深度漫游转变。

## 大城小城双向奔赴

不想在公众假期去热门景点人挤人,那就选择在这个“五一”假期寻觅一处小城,以相对便宜的价格在小城高星酒店“边躺边游”。小城的旅游资源虽然没有大城市集中,但胜在人少、性价比又高。“五一”假期仍有可以捡漏的“价格洼地”小城,去哪儿旅行平台数据显示,国内热门小城高星酒店均价比北上广深等一线城市便宜四成以上,这让一些小城迎来预订高峰。如主打避世热带慢生活



游客在四川省泸州市纳溪区丰乐镇马村赏花游玩。新华社记者 廖胜春摄

的海南定安,酒店预订量同比增长8.7倍;集古镇美食和酒文化于一身的四川泸州酒店预订量增长5.3倍;岭南人文名城中山的酒店预订量也增长了4.3倍。

与此同时,去哪儿旅行上“五一”飞往部分三线及以下城市小机场航线机票预订量增长超三成,拥有小机场的小城,吸引游客的半径显著扩大,并且也让小城居民更方便地飞到外面看世界,“五一”出行的游客中,属于首次购买机票的三线及以下城市居民增幅达到两成。

去哪儿大数据研究院研究员杨涵表示,大城小城的居民双向奔赴更有利于推动“五一”旅游市场内循环。小城旅游性价比优势在今年“五一”更为凸显,客流目的地更为分散,既为小城文旅发展带来新机遇,也提出了差异化定位、可持续运营的更高要求。

“五一”假期,各地演唱会、音乐节、赛事活动等密集扎堆,这对文旅消费的拉动作用不容小觑。途家民宿平台数据显示,5月3日至5日举办的超级银河左岸音乐节,带动四川泸州民宿预订量同比增长8倍,成为全国增速第一的城市,而广州、玉溪等城市演唱会场馆周边民宿均呈现一房难求的情况。赛事IP对消费的带动效应同样明显。随着2026赛季“苏超”开赛,飞猪平台上“五一”期间江苏包车预订量同比增长45%,酒店预订量同比增长超50%。

## 入境游客足迹延伸

今年以来,入境游持续升温。从“China Travel(中国游)”到“China Shopping(中国购)”,再到“Becoming Chinese(成为中国人)”,越来越多的外国人从更远的地方来到中国,在城市、在县城、在乡村全方位体验一

个传统与现代交融的中国。

“五一”假期同样有不少外国游客选择到访中国。去哪儿旅行平台数据显示,“五一”期间,最热门的国内入境游城市是上海、北京、广州、深圳。从增长情况来看,飞赴三亚、揭阳的外国游客增长1.1倍,增幅首居;飞赴西安的增幅超七成,飞赴太原、常州、昆明、延吉、南宁、武汉的增幅三成以上。还有更多外国人的脚步深入探索中国小城,如南充、大庆、伊宁、阜阳、湛江、鄂尔多斯、西双版纳、大理、洛阳等,都将迎来外国游客的身影。

北京联合大学旅游学院教授孙梦阳表示,入境游客的足迹正从一线城市向中小城市乃至美丽乡村延伸,停留时间明显延长,从走马观花向沉浸式文化体验转移,这为小而美的文旅业态提供了市场机遇。

截至2025年,我国已有19个乡村入选联合国旅游组织“最佳旅游乡村”。孙梦阳认为,以“最佳旅游乡村”为代表的“小而美”



游客在江苏南通洲际梦幻岛欣赏樱花。新华社记者 许丛军摄

## 途牛旅游网数据显示

“五一”团期境内旅游产品预订出游人次  
▲ 较去年同期增长10%

自由行产品预订出游人次  
▲ 同比增长近20%

一二线城市用户是“五一”假期旅游消费的主力军

乡村在推动入境游中,已具备政策、资源、市场、产业、国际国内实践五大支撑条件。现阶段,应以“最佳旅游乡村”为先导,整合农业文化遗产、传统村落、生态景观等核心资源,打造统一、规范、具有国际辨识度的中国乡村旅游品牌体系,实施乡村旅游便利化和国际化提升工程,并充分激活乡村在地资源,打造沉浸式消费场景,通过政策引导,推动“观光游”向“生活方式体验游”转型升级,延长国际游客停留时间,提升人均消费水平。通过这些有针对性的措施,切实推动“小而美”乡村文旅业态成为入境旅游的新增长点。

在第六届中国国际消费品博览会上,健康消费成为备受瞩目的热门主题。事实上,健康消费不只是展会的焦点,更已成长为引领消费增长的重要支点。在消费市场平稳复苏的背景下,健康消费以远超整体消费的增速异军突起,成为拉动内需的重要引擎之一。

健康消费之所以能成为消费领域的“新主角”,根本在于它从“被动需求”走向大众生活方式,并通过技术赋能与外溢效应,不断开辟新的消费增长空间。

健康消费的发展有效激活了多元细分需求。当前,健康消费正越来越多地走向大众生活,成为覆盖全生命周期的多元领域。从婴幼儿的精准营养、青少年的视力保护与体态管理,到职场人的抗疲劳、助眠、减脂代餐,再到银发族的慢病管理与康复护理,健康消费已形成高度细分的产品矩阵。千人千面的精细化供给,使健康消费能够满足不同年龄、收入与生活方式人群的需求,释放出巨大的市场潜力。

技术进步极大拓展了健康消费的产品形态,创造了增量消费场景。过去,健康管理受限于医疗资源的时间与空间约束。如今,智能手表、智能手环等可穿戴设备实现无感化健康监测,让心率、血氧、睡眠分析触手可及;线上问诊、电子处方、慢病管理平台让优质健康服务下沉到家庭。AI健康评估、数字疗法等新业态从无到有,创造出前所未有的消费场景。

健康消费的牵引作用不止于自身,更延伸至关联领域,带动了旅游、体育、餐饮、智能家居等行业的协同增长。冰雪运动、徒步、骑行带火了体育装备与户外装备;健康餐、轻食催生了餐饮新品类;居家健康监测设备与智能家居系统深度融合,推动了智能家电的升级换代。一元的健康消费,往往能撬动数元的关联支出。健康消费正从点状突破演变为网状牵引,成为消费市场提质扩容的重要引擎。

健康消费的蓬勃发展,既是需求升级的自然结果,也离不开供给侧的系统支撑。要让健康消费从“尝鲜”变为“常态”,还需在供给结构、消费环境、开放格局等方面持续发力。

扩大健康产品与服务供给,推动消费结构从基础型向发展型跃升。当前,医疗保健等基础型健康消费已相对成熟,而以疾病预防、健康管理、康养服务为代表的发展型健康消费潜力巨大。下一步应着力完善发展型供给,加快培育健康体检、中医理疗、营养咨询、心理健康服务等新业态,推动健康服务标准化、个性化,满足从“治已病”到“治未病”的消费升级需求。同时,进一步鼓励功能性食品、智能康复设备、居家健康监测产品等创新供给,让发展型消费有载体、可落地。

优化健康消费环境,增强消费者信心与获得感。应加快完善健康产品与服务标准体系,强化质量监管与信用评价机制,严厉打击虚假宣传、夸大功效等市场乱象。同时,推动健康消费信息透明化,建立权威的健康产品认证体系,降低消费者选择成本。

扩大健康产业开放,以高水平开放促进高质量发展。依托海南自贸港全岛封关运作的政策优势与消博会的平台功能,打造健康消费双向开放窗口。一方面,持续引进国际前沿器械、特医食品、保健品,助力国际品牌快速对接中国需求,丰富国内健康消费供给;另一方面,推动中医药等本土健康产品和服务走向世界。同时,持续深化健康消费领域全球合作,在数字医疗标准等方面加强跨国协作,以开放汇聚创新资源,为健康消费注入持久动力。

(作者系中国社会科学院金融研究所副研究员)

本版编辑 林语晋 美编 高妍

# 左手烟火 右手潮流

本报记者 周琳

从家电卖场的排队长龙,到古文化街的摩肩接踵,再到奥体中心的星光熠熠,今年以来,天津南开区以“政策+场景+文化”的组合拳,奏响了一曲文商旅深度融合的“春之曲”。

随着国家安排超长期特别国债支持消费品以旧换新政策的落地,南开区积极承接政策红利,以京东MALL为核心,掀起了一场“焕新生活”的消费热潮。走进京东MALL天津南开店,无论是电竞区年轻人体验顶级赛事的呐喊,还是亲子烘焙区弥漫的温馨香气,都传递着一个信号:这里不再是传统的家电卖场,而是一个沉浸式、场景化的“潮科技家场景”体验空间。店长庄钰说:“我们想做的是把装修家电这些琐碎的麻烦事打包解决,让消费者通过‘一站式’方案图个安心。”数据显示,这家坐落于南开区南马路的新型消费综合体,过去一年已为天津带来超10亿元的消费额,其火爆的背后,是对天津本土生活痛点的精准拿捏:智能床垫的压力监测、软化水质直饮的净水设备,每一项体验都直击消费者的日常生活诉求。

线上领券、线下体验的无缝衔接,更是让“国补”红利精准触达每一位消费者。消费者既可打开京东APP搜索“天津以旧换新”领取补贴资格,也可在门店享受专业讲解、真机体验乃至数据迁移等“私人管家”式服务。这种

“服务确定性”与“政策含金量”的双重叠加,让东南角商圈迸发出蓬勃的新活力,成为南开区春日经济最强劲的“发动机”。

如果说津门都市商圈的喧嚣是城市活力的心跳,那么老城街巷里的烟火气,则是南开区春日经济绵长的韵味。

“选最长的队伍排,准没错。”来自青岛的游客李梦淇举着手机,屏幕上正是“南开区老城津韵全域全景电子地图”,耳边的语音导航将她引向了西湖道上一家排着长队的元宵铺。这家传承着区级非遗“津门火神妙元宵制作技艺”的小店,是这张智慧地图上“碳水狂欢之旅”路线的一个节点。店主刘恩梅正俯身检查箩筐里滚动的元宵,她说:“南方叫汤圆,是包出来的;北方的元宵,是滚出来的,得吃出来香。”这份对传统技艺的坚守,与地图上的数字科技相映成趣,让非遗在烟火氤氲中触达了更多年轻人。

借助精准点位标注和数字孪生、轻量化3D建模技术等,这张地图将“文脉传承之旅”“曲艺雅韵之旅”等十大主题线路串联成珠。古文化街的泥人张世家今年推出的“马上发财”“小财神”系列泥塑,体小巧、寓意吉祥,一上架就成了年轻人的“心头好”。随着气温回暖,位于长虹生态园、水上公园的各色花卉也迎来赏花热潮。游客们可以循着地图赏桃

花、看非遗,感受“左手烟火,右手潮流”的独特津韵。

当夜幕降临,天津奥体中心的灯光亮起,属于南开区的“夜精彩”才刚刚开始。2025年以来,天津奥体中心的明星演唱会档期几乎排满。一场场演唱会不仅刷屏社交媒体,更将数以万计的年轻人“引流”至南开区。

来自河北的程晓东夫妇便是这万千歌迷中较有代表性的一对,他们抢到内场票,提前规划行程,将一场3小时的演出,过成了两天一夜的旅行。他们白天逛景点、品美食,晚上散场后,还能在营业至凌晨两点的火锅店,与同样刚看完演出的年轻人共享美食。这股由演艺带来的巨大流量,并未随着灯光熄灭而消散,而是精准流进了商圈、酒店,乃至古文化街的巷子深处。

面对持续升温的“演艺经济”,南开区的商圈正完成从被动承接到主动运营的角色转变。距离奥体中心仅1.2公里的鲁能城购物中心,在演出期间客流环比增长30%,销售额增长20%,服务人员如同城市向导,为远道而来的歌迷提供行李寄存、停车引导等配套服务。奥城商圈则组建消费折扣联盟,让消费者享受免单、折扣等福利,打造“应援+餐饮+休闲+夜游”的全时段消费场景。



图为位于天津市南开区的天津奥林匹克中心。王英涛摄(中经视觉)