

夏日新体验

□ 本报记者 张 雪

暑期旅游开启旺季模式

暑期旅游旺季已经开启。多家在线旅游平台数据显示,近期旅游产品预订量攀升,主打“跟着课本去旅行”的亲子游、选择清凉避暑的旅居游、探索宝藏小城的休闲游构成了暑期旅游市场的三大热点。

各地也正加大暑期优质文旅产品和服务供给。文化和旅游部近期启动全国暑期文化和旅游消费季,围绕消暑避暑、滨海度假、夜间经济、游轮游艇、亲子游乐、研学旅行、非遗美食、博物馆游等热点需求,各地将举办超3万场次文旅消费活动,发放超4.5亿元消费券等消费补贴,让游客畅享美好旅途。

亲子游主打开心又有收获

期末考试一结束,家住北京市朝阳区的马宁宁就带着孩子踏上了前往吉林长白山的旅途,“早就计划好了考完试即刻出发,尽量避开暑期出游高峰”。

不少家长和她一样选择带娃“抢跑”,追求出游性价比。从暑期机票价格看,7月初出行成本显著低于8月。去哪儿大数据研究院研究员杨涵分析,今年多地中小学放暑假在7月10日前后,但航司已提前开始执行暑运加班,航班量、执飞率都保持在高位,航班多、客流少,促成7月上旬的机票价格较去年更低,预计今年暑运高峰将整体后移,呈现“启动较晚、后劲更足”的特征。

暑期亲子游主打一个孩子开心又有收获。途牛旅游网的预订数据显示,8岁以上年龄段青少年家庭更偏好内容多元、兼具知识与探索的深度体验,如高校学府游、历史人文游、文博古建游等,8岁以下低龄段儿童家庭则更注重休闲放松、科学启蒙、亲子互动等相关产品,在轻松愉快的氛围中实现成长启蒙与高质量陪伴。途牛旅游网副总裁齐春光介绍,相较传统的封闭式夏令营或独立营产品,现在越来越多的父母乐于选择亲子共同参与的研学类产品,期望在游玩和探索中增进亲子关系。同时,他们更愿意带着孩子走进大自然、动植物园、博物馆,在“行走的课堂”中收获沉浸式的体验和成长。

除了“寓教于乐”型的研学游之外,“80后”“90后”新生代父母还不断发掘避暑消夏、海边躺平、主题乐园打卡、非遗体验等“花式遛娃”方式,重新定义暑期亲子游的消费逻辑。同程研究院研究员薛冰冰分析,新生代父母不再将亲子游视为单纯的“带孩子出门”,而是期望在同一趟旅行中兼顾孩子的成长与自身的度假体验。这一趋势对旅游产品的分层设计与资源整合能力提出了更高要求,让“孩子有收获、大人能放松”从一种期待逐渐变为可被满足的现实。

避暑旅居成炎夏打开方式

休闲避暑是暑期旅游的必选主题,这体现在东北、西北、西南等清凉目的地预订量的



左图 游客在河北省遵化市一处景区赏景游玩。

刘满仓摄(新华社发)

下图 在新疆伊犁哈萨克自治州伊宁市六星街,两名小游客在体验陶艺制作。

新华社记者 刘莲芬摄

快速增长上。飞猪旅行平台数据显示,截至目前,抚顺、河池、阿拉尔、辽源、鹤岗、图木舒克、商洛、丽水、锡林郭勒盟、黔西南州等目的地的预订量增速较快,远超市场平均水平。在去哪儿旅行平台上,主打山林避暑的小城预订热度增幅显著,黑龙江伊春凭借得天独厚的森林覆盖率成为黑马;到吉林长白山,除了看盛夏清幽的天池,还能扎进密林深处体验野生火山温泉,暑期长白山国际度假区周边酒店预订量增长1.3倍。

在全国暑期文化和旅游消费季启动活动上,中国气象局发布了全国避暑气候资源地图,分析夏季各地常年气候特征、生态环境、灾害风险及气候趋势预测等信息,综合考量气温、湿度、风速等核心体感因子,将全国避暑资源划分为高原、山地、海滨、森林四大类型,其中高原避暑推荐内蒙古乌兰察布、四川丹巴等地,山地避暑推荐河北保定白石山、江西宜春明月山等地,海滨避暑推荐河北秦皇岛北戴河度假区、辽宁大连金石滩国家旅游度假区等地,森林避暑推荐山西晋城太行山王莽岭旅游景区、辽宁本溪桓仁枫林谷森林公园等地。

进入7月,家住江苏省常州市的薛亚林带着老伴儿和孙女开启了一年两次的“候鸟迁徙”,“冬天到更南的地方去避暑,夏天找个凉爽的山区旅居”。在短期避暑游之外,找一座气候舒适、生活便利的城市小住一周、半个月甚至更久的避暑旅居正成为更多游客打开炎夏夏日的方式。途家民宿平台数据显示,今年暑假平台连住15天及以上的旅居订单同比增长22%,云南和贵州的旅居订单同比增长均超过四成。对亲子家庭来说,旅居既能避开高温,也能减少频繁换酒店、赶行程带来的疲惫,因此受到欢迎。

宝藏小城与乡村同步升温

气温日渐升高也挡不住游客的热情,暑期一到,江西“宝藏小城”景德镇迎来客流高峰。在彭家弄一间陶瓷制作体验店里,来自北京的小学生夏紫茵正在体验拉坯,她的妈妈告诉记者,景德镇独特的陶瓷文化是吸引他们前来的重要理由。

今年暑期,一批独具特色的“宝藏小城”热度攀升。在去哪儿旅行平台上,三线及以下城市小机场“进出”同步升温,云广西双版纳、新疆博尔塔拉、贵州安顺、黑龙江伊春等成为搜索热度最高的小城。与此同时,外国游客的足迹也开始向小城延伸。途家民宿平台数据显示,今年暑期,外国游客将入住国内123个城市的民宿,自然风光、民族风情、地方美食和非标准化的住宿体验,吸引着更多外国游客走向中国更广阔的空间。

不止小城,广袤乡村也正从年轻人旅行的途经地变成目的地。同程旅行数据显示,

今年上半年,乡村目的地相关旅行产品预订热度同比增长38%,乡村精品民宿预订量同比增长32%。其中,靠近山水风景、自带小院或露台、能提供在地体验的民宿更为抢手,游客开始更在意住下来能干什么。薛冰冰分析,这种趋势背后反映出乡村“可玩性”的全面升级,一方面,非遗手作、农事体验等在地文化让游客愿意沉浸式参与;另一方面,赛事、露营等潮流新玩法为乡村注入了全新吸引力,随着暑期旅游旺季启幕,赛事等活动的流量将与暑期出游高峰形成叠加效应。“游客想要‘住下来’的本质是寻找一处能让自己真正放松的第二生活空间。游客在乡村的停留时间延长、消费场景拓宽,非遗手作、农事采摘、村超观赛、稻田露营等体验走红,因为它们提供了城市生活中稀缺的慢节奏与参与感,让旅行从‘看什么’转变为‘玩什么、学什么、感受什么’,能带给游客难得的松弛感,因此受到欢迎。”薛冰冰说。

票根经济不是新鲜事了,有些省份已经靠票根带动了几十亿元消费。它今年的进化速度,仍然超出很多人的预期。贵州新增“电影票根”作为第五类主要票根,消费者凭票根就能申领消费券;北京提出推动展会票证与商圈折扣、景区游览、演出优惠互认互通;许多地方还将发展票根经济写进了政府工作报告。

在这股热潮中,票根俨然成为拉动消费的优惠券,例如“一票撬动市场”“串联吃住行购娱”等。为什么票根经济能有如此大的能量?因为它帮人们留存了一份真实的“在场感”,它让志同道合的人找到彼此,它让越来越多商家放下营销套路,用真心回应消费者的需求。从这个角度看,遍地开花的票根经济,正在打开城市消费的更大空间。

票根经济的第一层价值在于,它接住了消费者这份情感需求。商家愿意凭一张票根给出专属优惠,潜台词不仅是“欢迎你来消费”,还有“你经历的那个瞬间,我看到了”。当消费者把票根递给商家,交换的不只是一次折扣,更是一种被认可的感觉。消费者放在心底的情感,在消费过程中获得了积极回应。

票根的第二层价值在于,它像“通行证”一样,打通的不只是餐厅、影院、商场和景区,更串联起了那些因为共同热爱而聚在一起的人们。

社交平台时不时有这样的视频:演唱会散场后,乐迷三五成群走进附近凭票根打折的饭店,拿着同样的应援物,有一种心照不宣的默契,甚至突然开始合唱、相互赠菜。因为大家刚听过同一首歌、为同一个舞台尖叫过,有一种“我知道你也懂”的情感。票根在这里成了一种认同、一种信任,原本只在线上彼此点赞的陌生人,凭着一张票根在线下相聚。这一刻,饭店不再只是一个消费场所,还是一个“据点”,原本只属于个人的体验在这里变成了一群人共享的快乐。

当越来越多商家看到这种情感连接的价值,他们就会转变经营思路,主动回应消费者的情绪,商业就生出柔软的人情味,这是票根的第三层价值。

以往门店核销优惠,只是埋头扫码结算,现在店员看到一张演唱会票根,会笑着问一句“玩得开心吗”。这个瞬间,折扣可能变得不那么重要了,更重要的是对面那个人关心你的经历、你的感受。票根在这里是一个媒介,它让商家有理由也有话题去和消费者建立一次情感连接,而这远比“全场八折”的横幅让人印象深刻。

个人的仪式感、同好的社交圈、商业的温度……票根就这样在消费者的记忆里一次次留下印记,把一座城市和许多快乐时刻绑定在一起,让城市从一个平平无奇的消费场景变成了一个有色彩、有认同、有回应的温暖消费空间。

城市要证明自己的商业价值,经常靠的是消费数据、商圈规模、地标高度。但也许有一天,人们回忆起某座城市时,想不起它的GDP排第几名,或是地标有多显眼,却会记得某张票根带他走过的那几条街,推开门遇见的那几张笑脸。看,这就是票根承载的消费记忆,也是票根背后的城市温度。

本版编辑 孙庆坤 美 编 倪梦婷

黄瓜添了新面孔

本报记者 杨学聪

仲夏时节,正是黄瓜批量上市的时期,口感鲜嫩、价格亲民。随着各种升级版、优质品种不断涌现,黄瓜早已不止“长条带刺”一种面孔。从田间到客厅,从零食到民生,身怀绝技的新品种黄瓜正改变人们的认知。

在日前举行的第三十三届中国北京种业大会丰台春季“鲜锋聚势 链动未来”品种展示活动中,各式各样的新品蔬果让人眼前一亮。摆在站台最显眼处的白富强2.0、小尾香长2.0是两款高端水果黄瓜的升级版。前者瓜色亮白通透,后者瓜条亮绿无刺,不仅完整保留了初代品种皮薄肉脆、清甜爽口的口感,还补上耐寒性差、长势不均等短板,是高度适配高端精品黄瓜标准化种植的优质品种。

“经典高端白皮水果黄瓜‘白富强’曾多次斩获京津冀黄瓜擂台赛擂主奖、最受市民欢迎奖,行业与市场口碑极佳;小尾香长是爆款特色水果黄瓜,曾获2025年京津冀果蔬擂台赛一等奖和2026年擂主奖。”在丰台区种子协会会长彭其明眼中,今年区内企业选育升级的这两款高端水果黄瓜,是丰台以优良新品种赋能产业提质增效的典型案列。

这两款水果黄瓜的“娘家”是北京现代农夫种苗科技有限公司,该公司是一家专业黄瓜育种机构,已育成多种生态型新品种,2024年入选北京市重点种业企业,正推进北京市

乡村振兴农业科技项目中的特色黄瓜生态育种与提质增效技术研究及示范应用项目。其全球首创的“金童”“玉女”获农业农村部新品种权,填补了超小果型黄瓜空白;枫叶型黄瓜植物获PCT国际专利。

该公司负责人崔武子告诉记者,随着育种技术的飞速发展,黄瓜早已突破了传统的华北密刺黄瓜、华南早黄瓜和水果黄瓜的简单分类。从用途和场景出发,不同品种有了不同的标签。

在育种专家眼中,脆甜无籽、不用削皮、一口一个的“金童”“玉女”“樱桃黄瓜”“拇指黄瓜”,是为“随时随地方便吃”研发的零食,直接生吃是对它最大的尊重;观赏性强的“枫叶型叶片黄瓜”,堪称黄瓜界的“颜值担当”,是阳台上的“治愈系绿宠”;此外,还有适合做成酸黄瓜、酱黄瓜的低调“厨房大佬”。而市场上最常见的高产、抗病品种则价格亲民,是无数家庭餐桌上的日常。

当下,市场对特色黄瓜的认可度很高。据了解,现代农夫公司合作伙伴种植的单品“横扫水果黄瓜”每天上市5万斤左右、“横扫樱桃黄瓜”每天上市5000斤左右,主要供应山姆会员店。“从满足温饱到追求风味,从田间地头到阳台窗台,黄瓜的变迁史也是我们生活水平提高的缩影。”崔武子说。

现代农夫是北京丰台聚力种业创新的一个缩影。彭其明告诉记者,丰台作为北京种业之都核心承载区、蔬菜种业创新高地,立足设施农业发展与市场消费升级需求,引导辖区种企持续进行科研攻关,迭代优质品种。目前,丰台区已形成“选育、示范、推广、产销、品牌”一体化种业全产业链,实现从单一育种向全链条价值升级的突破,筑牢了丰台蔬菜种业的特色优势,为首都现代农业发展夯实种源根基。

此前,为发挥丰台区种业优势,进一步提升丰台区种业创新能力、优化种业产业结构、完善种业服务体系,丰台区制定了种业振兴三年行动计划(2025—2027年)。目标很明确:2025年,初步形成种业产业集聚区框架;2026年,种业产业链集聚发展成效初显;到2027年,种业创新成果深度转化,种业产业链实现上下游协同发展升级。

“一个新品种,育种周期一般需要6年到10年,在不同地块、季节反复验证。优质良种一般在口感、外观、抗病性上会有不俗的表现。”丰台区农业农村局农业科副科长刘靖告诉记者,丰台虽没有太多农业科研院所,但在政府引导下,不断推动企业、院所联合攻关。目前,区内新品种主要集中在瓜类、茄果类,其中不少已经在市面上流通,丰富了消费者的餐桌。



在日前举行的第三十三届中国北京种业大会上,工作人员在向消费者介绍黄瓜品种。(资料图片)