

暑期文旅“热”力足 点燃消费市场新引擎

在山川湖海间沐浴温暖阳光、至古镇静谧处感受古朴风情、赴茫茫大漠中探索神秘的驼铃声声……随着暑期的来临,旅游市场迎来新一轮出游热潮。

今年以来,我国旅游市场“热”力十足,新型消费持续发展,文旅市场欣欣向荣。暑期以来,文旅热度不断攀升,避暑游、亲子游、研学游、毕业游等游玩选择受到人们青睐,夏日文旅市场呈现出新热点、新活力,在规模、消费能力和产品创新方面均表现出较强的发展势头。

为迎接暑假旅游旺季,进一步释放暑期文旅消费需求,各地积极提升文化和旅游消费体验,推出丰富多彩的文旅活动,更好地满足游客品质化、个性化的消费需求。

暑期是毕业游的高峰期。相关旅行平台数据显示,6月以来,“毕业旅行”相关搜索热度环比上月提升超3倍;高中、大学毕业生旅游预订量同比去年增长九成。除了传统的旅游关键词,户外、国潮、定制化等要素成为毕业生旅

行的新亮点。作为旅游主体的年轻人,更强调个性化、沉浸式的体验,因此,以生动有趣为特点的新型旅游消费模式受到更多游客青睐。

近期,甘肃敦煌特别推出了“2024毕业季·敦煌行”文旅活动,包括“文化润心之旅”“诗与远方之旅”“仰望星空之旅”“相忆敦煌之旅”“味蕾青春之旅”等5大主题精品旅游线路。此外,敦煌还打造“莫高记”“演艺记”“旅拍记”等18款旅游体验项目及相关优惠政策,通过凭中高考准考证免门票等形式“喊话”毕业生前往敦煌旅游。

业内专家建议,相关行业可以开发更多富有情感价值的产品和服务,如主题旅行、故事体验、文化探索等,以优质的产品满足年轻人的消费需求;同时,利用情感化的内容和故事讲述来吸引年轻消费者,为其提供定制化、个性化的旅行规划服务,以更好地满足年轻消费者的需求。

据有关部门初步统计,各地将在暑期举办超4000项约3.7万场次文旅消费



7月14日,游客在广西桂林市阳朔县遇龙河乘坐竹筏漂流观景 新华社发

活动,推出包括发放消费券、票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民措施,多措并举助“燃”暑期消费市场。

江苏南京为中考、高考考生提供了免费游览金牛湖、天生桥等自然美景的机会,同时,面向大学毕业生免费开放栖霞山、达摩古洞等9个收费景点,让游客在感受文化魅力的同时,领略到大自然的壮丽风光;山东济南推出“泉在济南·盛夏狂欢季”系列主题活动,包括九顶塔泼水狂欢节、空谷花园露营节等60多项丰富多彩的夏日旅游

活动,满足游客暑期旅游消费需求;贵州把握旅游“暑期档”,策划了“多彩贵州”夏季音乐节等一系列文旅活动,为游客带来一场场音乐盛宴和互动体验,还通过门票减免、一票多用、高速五折等优惠政策吸引更多游客感受魅力贵州……

暑期文旅“热”力十足,业内专家表示,消费场景持续更新,新玩法、新产品、新业态层出不穷,激发了文旅产业的生机活力,为消费市场点燃新引擎。
据人民网



7月16日,中国一汽第900万辆解放牌卡车驶下生产线 新华社发

新华社长春7月16日电 16日,一辆解放J7创领版高端重卡在吉林省长春市缓缓驶下生产线。这标志着我国自主研发的第900万辆解放牌卡车正式出车,同时也标志着“新中国汽车工业的摇篮”中国一汽总产量达到6000万辆。

当日举办的中国一汽第6000万辆汽车暨第900万辆解放牌卡车出车活动上,一汽解放历时3年打造的“J7创领技术平台”也同步发布。该平台面向高效干线物流运输场景,为即将上市的解放J7创领版重卡量身打造,突破了16项核心技术,标配L2级智

我国自主研发的 第900万辆解放牌卡车出车

驾系统,已经过累计2000万公里用户真实场景的验证。

从1到900万,解放牌卡车用七代车的更迭,见证了中国汽车工业从无到有、从弱到强的发展历程。统计数据 displays,今年1至6月,一汽解放累计整车产量达14.33万辆,同比增长4.11%;累计整车销量达15.18万辆,同比增长15.4%。

中国一汽董事长、党委书记邱现东表示,中国一汽将不断培育壮大新质生产力,掌控关键核心技术,树立民族汽车品牌,打造用创新的产品和服务不断创造价值的移动出行科技公司。

1956年7月13日,新中国第一辆国产解放牌汽车驶下装配线,结束了新中国不能制造汽车的历史。自诞生之日起,解放牌汽车自主创新脚步从未停止,获得了国家科技进步奖一等奖等多项荣誉。

“雪糕刺客”身影难觅 平价雪糕成今夏主流

近日,“冰淇淋重回5元时代”登上热搜,不少消费者发现,今年夏天,曾经红极一时的网红高价雪糕的存在感大大降低。记者走访北京多家便利店、零售商超发现,平价雪糕成为今年雪糕市场的主流,“雪糕刺客”身影难觅。

记者在位于北京市西城区的一家便利店内看到,两个冰柜内分别放着不同价格段的雪糕,其中一个冰柜内雪糕单支价格在1.5元到6元不等,另一个冰柜内雪糕价格在7元到22元不等,但大多单支价格也在10元以内。“今年没有‘雪糕刺客’了。”店主向记者介绍,进货多以平价雪糕为主。

在另一家小超市里,记者看到张贴的伊利华北大区北京南区2024年产品价格表,从每支1元的“冰工厂”和“小布丁”到每支16元的“须尽欢”系列,所有雪糕价格一目了然。在90种产品中,5元以下的平价产品占比超六成。

价格分布反映市场变化,雪糕消费逐渐从追求新奇和高价转向注重性价比,消费者选择产品更加理性。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,今年雪糕市场整体销售与去年相对持平,价格分布呈现“掐头去尾”的态势,低端产品和高端产品体量较小。这既是行业竞争的结果,也是满足差异化需求的表现。

除了平价雪糕占据主流外,市场也出现了一些新的亮点。一方面,复古雪糕经久不衰。不少消费者愿意为儿时回忆和情怀买单,部分品牌适时推出的复古产品不仅价格亲民,品牌效应也吸引了众多消费者。另一方面,文创雪糕热度不减。以创意为核心卖点,以文旅场所为主要消费场景,文创雪糕在保持良好销路的同时,也是较好的宣传推广载体。在天坛公园,记者看到,天坛祈年殿造型雪糕售价为28元,有不少游客排队购买。
据《经济日报》

各地文旅拼服务 让游客不再“负重旅游” 杭州将推出行李寄存+快递服务

带着行李辗转于交通站点、酒店和景点,“负重旅游”是影响旅游体验的槽点。杭州正向社会征集“轻松游”行李服务的LOGO设计方案,将推出“寄存+动态多场景快递”服务,在全市形成寄存网络,游客既能轻松游玩,也可以将行李从寄存点快递到家、交通站点等。

据介绍,杭州的清河坊历史文化特色街区等处6月底已设置首批19个

行李服务柜供寄存,还将在灵隐公交站、杭州东站、湖滨商圈等人流量大的景区和商圈推出。

记者梳理发现,北京、上海、南京、郑州、苏州、青岛、厦门等城市已推出游客行李寄存服务,寄存点大多设在车站、地铁站和景区、商圈等地。北京地铁公司在5座车站投入9组共享寄存柜,小柜可存放背包、购物袋,中柜存放大型背包,大柜可存放29寸行李

箱。到6月上海已有232家文旅场所提供行李寄存服务,包括景区、美术馆、博物馆、图书馆等。7月中下旬开始,上海地铁也将试点提供乘客行李寄存服务。厦门将3个地铁站点作为首批“地铁+快递”配送试点,以快递经营网点、地铁运力为依托,利用地铁低峰运力帮助游客、旅客将行李托运至车站、机场等。

据《北京晚报》