

业态融合化、消费品质化、场景多元化等特征鲜明 多元业态激发夏日经济活力

新华社北京7月6日电 热浪翻涌间，夏日消费市场正蓬勃起蓬勃活力。从一杯新茶饮的清凉惬意，到一场溯溪漂流的酣畅淋漓，从一票难求的夏日音乐节，到灯火璀璨的夏夜市集，这个夏天，多元业态交织共振，勾勒出一幅热力四射的夏日经济图景。

业内人士认为，今年的夏日经济呈现出业态融合化、消费品质化、场景多元化等鲜明特征，户外潮流消费持续走高，夜间消费延时扩容，文旅深度融合打造消费新闭环，成为我国经济内生动力不断增强的生动缩影。

夏日经济热潮涌动

避暑是夏日旅游的重要主题，今年夏天，小众目的地、特色旅游持续走俏，让游客避暑有了更多新选择。

在浙江遂昌，一座废弃萤石矿被改造成“地心世界”景区，溶洞成了天然纳凉地。“我们第一次乘坐缆车深入地下200米，体验了一把‘地心漂流’，还跟孩子一起上了一堂矿石科普课，收获满满。”游客张先生说。

三亚、大理等地则瞄准年轻群体，推出海岛冥想、落日瑜伽等服务，将短期避暑转换为一种新生活方式。

“专列行”“邮轮行”也成为今夏潮流。同程旅行平台数据显示，今年暑期旅游列车预订热度较去年同期提升七成以上。不少游客登上东北避暑专列，沿途游遍大兴安岭、呼伦贝尔、长白山等优质避暑目的地。天津开启了暑期邮轮季，预计近50艘邮轮将从天津启航出海。

避暑出游火热的同时，暑期赛事、演出市场热度也在加速提升。携程预订数

据显示，暑期部分演唱会带动所属城市旅游产品订单同比增长近60%。随着世界杯、城市足球联赛、乒乓球嘉年华等赛事轮番登场，杭州等地创新打造赛事“第二现场”，联动景区商圈、夜市市集、滨江营地开设观赛场景，将赛场流量转化为线下客流。

夏日炎炎，群众的消暑需求也在不断释放。不少冷饮门店中推出夏日新品，涵盖鲜果冰茶、椰乳特调、低脂冰沙等品类，主打鲜果、低卡特色，受到许多消费者青睐。京东发布的家居日用618全周期数据显示，凉感床品销量同比增长168%。

华南师范大学旅游管理学院教授李军表示，夏日经济的火热并非季节波动，而是居民消费观从“拥有”转向“经历”、从“功能”转向“意义”的缩影，为畅通国内大循环、培育新质消费力提供了鲜活注脚。

多重因素助力“升温”

业内人士表示，夏日经济“升温”的背后，是消费需求升级、业态跨界融合、政策配套护航等多重因素的叠加共振。

——消费需求之变：从“避暑刚需”到“体验享受”。在年轻人消费偏好引领下，传统避暑玩法正发生结构性变革，高自由度、强参与感的户外体验迅速走红。以“玩水”为例，贵州高过河漂流以惊险刺激的河道体验火爆社交网络；罗秋河溯溪则凭借天然“玻璃水”的高颜值和包含瀑降、溯溪、跳水的多元玩法出圈。

暑期不可或缺的“研学游”也在拓宽深度与广度，升级为更具获得感的高沉浸体验。从在云南雨林与象同行的生态游，到亲手制作微墨、参与扎染、学习苗银锻造的非遗主题之旅，越来越多游客开始为“体验的厚度”买单。

——业态融合之深：“一业兴、百业旺”的乘数效应。夏日经济的火热，同样得益于业态融合的深度突破，“避暑+”“赛事+”“夜间+”等跨界模式打破行业边界，构建起全链条消费生态。

日头西沉，位于天津海河赤峰桥畔的津旅左岸空间人头攒动，由闲置老旧建筑改造而成的这座新空间内，潮流零售、津味文创、特色餐饮等多元业态吸引着众多游客驻足。在挑选文创产品的间隙，来自北京的游客卢女士对记者说：“白天逛了五大道，晚上来海河边吹吹风、吃点小吃，感觉天津的夏天特别有味道。”

在李军看来，“夏日+”业态融合的创新价值，在于精准契合了消费升级与供给侧结构性改革的深层逻辑，是文旅产业向新质生产力转型的生动实践，其本质是以场景创新回应人们对美好生活的向往。

——政策配套之暖：为夏日经济发展松绑赋能。精细化服务兜底、多层次供给赋能提供了坚实支撑。今年夏天，多个省份相继推出夏日消费系列活动和真金白银的补贴政策，主动承接消费升级势头。

广东推出“暑假当然来广东”文旅主题活动，通过形态丰富的研学游以及一系列促消费政策，打破单一消费场景局限，构建起全域夏日经济新生态；天津则策划在夏季举办1000余项文旅活动，重点推出“水波荡漾”“夏日清凉”等八大系列百余项特色内容，让更多市民与游客共享文旅发展成果。

浙江旅游职业学院教授章艺表示，夏季消费的全新局面，根源在于大众消费心态与需求层次的深刻变化，如今人们不再满足于基础的消暑休闲，更追求沉浸式体验、文化浸润与情绪价值，消费选择朝

着个性化、多元化、品质化方向大步迈进。

繁荣背后亦有隐忧

夏日经济的蓬勃发展，不仅丰富了居民生活消费场景，更有效拉动餐饮、文旅、体育、零售等多行业增长，成为服务业消费提升、内需市场扩容的重要抓手。

然而，繁荣背后亦有隐忧。天津东疆综保区文旅局副局长苏頔等人认为，夏日经济带有强烈的时令特征，一方面很容易形成季节依赖，从而导致短时间内的过度投资建设；另一方面，部分消费业态缺乏核心IP支撑，容易出现“千城一面”的同质化困境。

对此，浙江工商大学工商管理学院教授易开刚表示，地方发展夏日经济，不宜盲目追求“网红”效应，要秉持“长期主义”，跳出“靠旺季冲流量”的传统思维，依托暑期消费热潮，深挖地域文化特色，将“短期流量”转化为“长期消费”。

李军建议，各地要将短期政策红利转化为长期的营商环境优势与品牌资产沉淀，通过数字化转型与绿色理念植入，培育具有内生韧性的竞争力，确保经济热度从“现象级爆发”迈向“常态化繁荣”。

“对天津而言，要充分发挥文化独特性、业态多样性和服务国际化等重要城市特质作用，进一步推动消费升级。”南开大学旅游与服务学院院长徐虹说。

章艺认为，在政府层面，还要进一步做好全域统筹与服务保障，提前布局暑期交通运力、优化夜间公共交通配套，在落实安全管理的前提下放宽夜间消费场景的时空限制，通过精准发放文旅消费券、推出景区门票减免等真金白银的举措更好撬动消费需求。

今年“两重”建设项目清单全部下达完毕

新华社北京7月6日电 记者6日从国家发展改革委获悉，2026年第三批“两重”建设项目近日已下达，共安排超长期特别国债资金1935亿元。至此，今年“两重”建设项目清单已全部下达完毕。

今年以来，国家发展改革委联合有关行业主管部门，共安排8000亿元支持了1417个重大项目建设，涉及科技创新、长江流域生态保护修复、长江沿线重大交通基

础设施、城市地下管网、重大水利工程、西部陆海新通道、高等教育提质升级、“三北”工程等重点领域。同时，加快推进规划编制、政策制定、体制机制创新等措施，包括完善铁路投融资和价费机制，支持长江沿线城市开展污水处理收费模式改革，研究制定各类防洪工程设施稳定运用年限标准，深化农业水价综合改革等，高质量推进“两重”建设各项任务。

热门经济问答

欧洲造空调为什么这么难

新华社北京7月6日电 今夏，高温炙烤欧洲，不少家庭忙着抢购空调，安装预约甚至排到数月以后。

业界人士注意到，欧洲市场上销售的空调多来自东亚地区，特别是中国企业的份额持续提升。欧洲曾孕育了强大的高端制造业，为什么没有形成世界级家用空调产业？这背后折射出怎样的全球制造业竞争格局演变？

欧洲空调产业缘何弱

欧洲制冷技术处于行业前列，特别是大型工业制冷和环保天然制冷技术，在中央空调、轨道交通制冷、冷链物流等方面长期保持竞争力。既然如此，欧洲为什么不能迅速制造空调来应对高温？

真正制约欧洲国家形成世界级家用空调产业的是市场需求。家用空调产业是典型的规模经济，一台空调制造涉及压缩机、换热器、铜管、控制系统、模具等多环节，只有市场足够大，才能持续扩大生产规模、摊薄成本，并推动产品迭代升级。

“欧洲的基础设施是按照以前的气候建设的。”美国有线电视新闻网在报道中这样分析。过去几十年，欧洲多数国家气候温和。英法等国家住宅设计更多依赖厚墙体、百叶窗或自然通风降温。多家媒体报道，欧洲住宅空调保有率只有约20%，在部分国家甚至不足5%。市场需求有限，自然难以孕育庞大的家用空调产业。

欧洲新闻电视台网站援引法国国际环境与发展研究中心研究员文森特·维吉耶的分析报道，由于气候原因，空调一直没有真正成为欧洲人的生活必需品，但现在这样的情况正在发生改变。

有分析人士认为，欧盟对在历史建筑和老城区安装空调外挂机存在一定限制，再加上近年来在节能环保领域不断收紧相关法规，也限制了空调的普及。不过，英国《卫报》指出，欧洲空调普及率低的根本原因还是需求不足、住房租赁比例高以及能源价格偏高，而非简单行政限制。随着热浪频发，欧洲正努力平衡制冷现实需求和节能减排法规。

“中国风”如何送清凉

炎炎烈日下，中国品牌空调及其他降温产品在欧洲市场受到青睐。与欧洲不同，中国形成了完整算法、核心部件、整机制造全产业链环节；在龙岗区的全国首个“机器人街区”，喝一杯机器人制作的咖啡、看一场机器人足球赛、听一场机器人乐队音乐会；甚至在深圳湾公园里跑步、骑行，都有可能与机器人擦肩而过……

据统计，2025年，深圳机器人产业总产值达2426亿元，创历史新高。“创新之城”深圳正以硬基础、软实力构筑起机器人产业“外骨骼”，加速奔向“人形机器人第一城”。

(新华社)

河北石家庄：“露营+”融合新业态 赋能乡村振兴

近年来，河北省石家庄市积极打造“营在石家庄”城市文旅品牌，大力培育“露营+”融合新业态，通过常态化开展星空露营节、户外休闲季、房车露营大会等主题活动，不断丰富短途微度假产品供给，成为石家庄推进生态惠民、提振消费、赋能乡村振兴的全新抓手。

图为7月4日拍摄的河北省石家庄市灵寿县锦绣大明川露营地景色(无人机照片)。新华社发



在深圳触摸机器人产业的“外骨骼”



穿上外骨骼，开机、起步、加速，体验者像被赋予了超能力一般，健步如飞……走进极壳科技(深圳)有限公司，科幻电影场景已然成为现实。过去笨重昂贵的外骨骼产品，变得更加轻便易穿，悄然走进大众生活，重塑着人类行动能力的边界。“外骨骼是一项科技赋能人类的技术，它应该属于大众。”极壳科技创始人

及首席执行官孙宽说，“如今我们已经在全球70多个国家拥有数万用户，产品广泛运用在户外作业、户外运动场景，并受到‘银发族’等体弱受限群体欢迎。”

从2021年创立至今，五年间，极壳科技的消费级外骨骼产品已在国际市场建立了领先优势。

极壳科技的快速成长并非偶然。在企业所在的深圳市南山区，在阳台山与塘朗山之间，一个“机器人谷”正在加速崛起。众多年轻的团队、企业在这里飞速生长，集聚领跑行业的势能。这里正逐步成为全国乃至全球机器人技术创新的策源地、产业应用示范区之一。

“在这里，我们可以快速组织起融合了机器人、人因工程学、具身智能运动医学等方向的专家团队，完善的产业资源帮助我们能够快速地完成产品化和全球化。”孙宽说，“深圳非常丰富的绿化给我们的产品提供了绝佳的测试环境。”

近年来，深圳开放应用场景，把整座城市当作“机器人的试验场”，为机器人产业的发展提供了强大“孵化器”和“练兵场”。7.4万余家机器人产业链相关企业构筑起蓬勃的产业生态，也为这座城市的居民和经过这里的游客，创造了充满“未来感”的独特体验。

在深圳市养老护理院、深圳市福利

中心等养老机构，机器人能陪伴照料老人；在宝安区的全球机器人开发选品选型服务中心，可以全景式了解人工智能算法、核心部件、整机制造等全产业链环节；在龙岗区的全国首个“机器人街区”，喝一杯机器人制作的咖啡、看一场机器人足球赛、听一场机器人乐队音乐会；甚至在深圳湾公园里跑步、骑行，都有可能与机器人擦肩而过……

据统计，2025年，深圳机器人产业总产值达2426亿元，创历史新高。“创新之城”深圳正以硬基础、软实力构筑起机器人产业“外骨骼”，加速奔向“人形机器人第一城”。

(新华社)

文明健康 有你有我

人人参与环境保护 天天享有健康生活

