

多元业态激发夏日经济活力

热浪翻涌间,夏日消费市场正龙腾起蓬勃活力。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物科普课,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艘次邮轮将从天津启航出海。

避暑出游火热的同时,暑期赛事、演出市场加速升温。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预订订单同比增长近60%。随着世界杯、城市足球联赛、乒乓球嘉年华等各类赛事轮番登场,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,群众的消费需求也在不断释放。不少冷饮门店集中推出夏日新品,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,夏日消费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。

多重因素助力夏日经济持续升温

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爆火社交网络;罗刹河溯溪则凭借天然“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,到亲手制作徽墨、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民对美好生活的向往。

——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,是假日经济持续升温的坚实支撑。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”等八大系列共百余项特色内容,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,夏季消费的全新面貌,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。

纵深提质激活消费增长新动能

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崧等人认为,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。

(新华社记者 唐强 郑瑞璇 郭方达)

38个富民车间就在“家门口” 广安市前锋区代市镇富民产业蓬勃发展

“目前车间稳定就业人数40人,月产量可达15万至18万件,订单量稳定,工人收入就有保障。”枫桦服饰负责人胡建明介绍,公司依托标准化生产和精细化管理,严把产品质量关,持续稳定吸纳本地劳动力就业。

针对农村群众“务工远、顾家难”的现实问题,代市镇创新推行“车间务工+家庭做工”灵活就业模式,适配留守妇女、中老年劳动力就业需求,让群众既能进厂务工增收,也可居家灵活做工,实现就业顾家双向兼顾。

“在家门口务工特别方便,平时上班挣钱,闲了可以打理庄稼、照顾老人小孩,不用外出奔波,生活安稳又舒心。”富民车间工人唐国琴说,就近就业的模式让她切实感受到了富民车间带来的便利与实惠。

富民车间是激活乡村发展动能、带动群众增收致富的重要抓手。小微企业的落地发展,让乡村闲置劳动力得到有效盘活,产业发展红利更是精准转化为群众实实在在的收益。下一步,代市镇将持续完善车间基础设施与配套建设,推动富民车间扩容提质,新增就业岗位,持续

业态优效益稳

昨日,位于代市镇的广安枫桦服饰有限公司(以下简称“枫桦服饰”)的生产车间,各类制衣设备高速运转,打版、裁剪、缝制、整烫、检验等工序高效衔接,工人们分工明确、操作娴熟,各条生产线有序运转,现场生产高效、秩序井然。

据了解,枫桦服饰专注童装、女装等产品加工,业务覆盖国内市场,外贸订单主要远销俄罗斯,其富民车间占地约1200平方米,主营各类成衣加工。依托成熟完善的产销体系,该公司订单储备充足,生产运营稳定,为当地群众提供了稳定的就业岗位。

为严格落实特种设备安全法律法规,切实守护广大群众生命财产安全,近日,四川省成都市崇州市市场监督管理局组织开展特种设备安全日系列活动,同步开展电梯安全宣传和液化石油充装应急演练,以科普赋能、排查提质、实战练兵的多元举措,筑牢辖区特种设备安全防护体系。

电梯安全宣传现场,工作人员通过挂横幅、设展板、发手册、现场答疑等多种方式,开展沉浸式安全科普宣传。针对电梯困人、突发骤停、开关门异常等群众关切的问题,工作人员细致解答,普及“困梯不慌张、不扒门、不攀爬、及时呼救”的科学自救常识,并现场纠正倚靠梯门、超载乘梯、梯内嬉戏等不安全行为,引导群众树立文明乘梯、安全乘梯的良好意识。

液化石油充装应急处置实战演

练现场聚焦充装作业高发安全风险,真实模拟液化气泄漏突发险情,严格对照专项应急预案流程标准化开展。演练过程紧张有序、贴合实战,参演人员反应迅速、分工明晰、操作规范,严格执行停机断电、区域警戒、气体浓度检测、精准堵漏、人员撤离等关键处置程序,高效圆满完成全链条应急处置。

此次系列活动实现了安全科普宣传与应急演练的有机融合,既普及了电梯、液化石油充装等特种设备安全法规和专业知识,筑牢了全民安全防范思想防线,又夯实了一线从业人员的应急处置能力,规范了岗位操作流程。下一步,该局将持续开展特种设备安全宣传、隐患排查和应急演练工作,常态化筑牢特种设备安全防线,保障辖区安全生产形势稳定向好。

通讯员 周建 文 / 图

月月 315·消费提示

认清虚假宣传套路 律师手把手教取证索赔

□本报记者 马工枚

7月,车辆维保、软装定制、洗护餐饮、暑期预购消费需求持续走高,暑期消费升温的同时,各类消费陷阱层出不穷:车主更换刹车片遇商家谎称原厂配件、承诺两年质保,使用后刹车异响、制动乏力;门店拒不负责;定制窗帘商家宣传高遮光、水洗不缩水,安装后透光、清洗大幅缩水,商家拒绝整改。四川省保护消费者权益委员会律师顾问团为您逐一解惑,明确各类消费纠纷的维权依据、实操路径以及法律权益,教您留存关键证据、合理主张诉求,让您的暑期消费全程无忧、放心选购。

问题一

张先生到线下汽修店更换刹车片,门店宣称原厂配件、制动灵敏、质保两年,使用不久后出现刹车异响、制动乏力状况,门店拒不负责。

律师解答

该汽修店在提供刹车片更换服务时,对外宣称所售刹车片为“原厂配件”“制动灵敏”并承诺“质保两年”,但实际使用不久后即出现刹车异响、制动乏力等严重性能问题,且门店拒绝承担责任。该行为属于对商品质量、性能及服务保障作出虚假且引人误解的商业宣传,已构成消费欺诈,违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条关于经营者不得作虚假或引人误解宣传的规定。张先生可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》要求门店办理退货退款;若有证据证明门店存在欺诈故意,还可主张按更换刹车片所支付价款的三倍索取惩罚性赔偿;若赔偿金额不足五百元,则按五百元标准赔付。

需要特别提醒指出:刹车系统直接关系到行车安全,该门店的行为已不仅是财产损害问题,还可据此向监管部门举报其可能涉及的安全隐

患。建议张先生对刹车异响进行清晰录音录像,记录制动乏力时的具体感受与行驶状态,拍摄新旧刹车片对比、施工单据、门店宣传承诺(如微信聊天记录、广告牌、质保卡等),并妥善保管付款凭证、门店营业执照信息等证据材料。取证完备后,先与门店正式协商,明确指出其虚假宣传、销售不合格配件、拒不履行质保承诺的违法问题,依法提出退货退款及三倍赔偿诉求。协商未果的,可向辖区市场监管部门投诉举报,要求行政查处并请求调解。若仍无法解决纠纷,可依法向人民法院提起民事诉讼,要求退还全部费用并赔付各项相关损失。

问题二

周女士在窗帘门店定制遮光窗帘,门店宣称窗帘高遮光、水洗不缩水,安装后窗帘透光严重,清洗后大幅缩水,商家拒绝整改。

律师解答

窗帘门店在定制交易中宣称产品具有“高遮光”“水洗不缩水”等性能,但安装后透光严重,清洗后大幅缩水,实物质量与宣传描述存在显著不符,且商家拒绝整改。该行为属于针对商品使用性能进行虚假且引人误解的商业宣传,已构成消费欺诈,违反《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条相关规定。定制商品虽通常不适用无理由退货,但因质量、性能与约定严重不符构成违约并构成欺诈的,消费者同样有权要求退货退款。周女士可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》要求商家退货退款;有证据证明商家存在欺诈情形的,还可主张按定制窗帘价款的三倍索要惩罚性赔偿,赔偿金额不足五百元的,按五百元赔付。建

释放乡村增收潜力。

“我们将从政策、资金、服务等方面帮扶本地富民企业,减轻企业经营负担,常态化开展经纺技能培训,让更多群众掌握一技之长,真正实现以产业带就业、以就业促富民。”代市镇宣传文化服务中心工作人员邵姣姣说。

底蕴足服务暖

从单家企业稳步发展到38个富民车间集聚成型,涵盖制衣、制鞋、箱包、玩具等多个领域,吸纳超3000名群众就业,代市镇富民产业的蓬勃发展,绝非偶然,而是本地资源优势与精准政务服务双向赋能的成果。

作为前锋区人口大镇,代市镇劳动力资源充沛,经过多年轻工产业培育,本地积累了大量熟练产业工人,工人实操经验丰富,上岗速度快、用工稳定性高,能够快速适应小微企业生产节奏,有效降低企业招工和培训成本,这成为众多小微企业扎根代市镇的核心优势。

在此基础上,代市镇全程跟进小微企业发展需求,推行全周期精准赋能服务。该镇盘活镇村闲置校

舍、老旧厂房等存量资源,大幅降低小微企业落地投产成本,压缩建设周期。同时简化办事流程,助力企业轻装上阵、快速发展。

针对小微企业用工难题,该镇建立常态化用工摸排和精准对接机制。企业订单旺季用工缺口扩大时,镇村工作人员就会主动摸排辖区留守劳动力,通过专场招聘会、订单式速成培训,手把手教授缝纫、组装等基础技能,让村民快速学成上岗,精准补齐企业用工缺口,既保障了企业稳定生产,也帮助辖区闲置劳动力就近增收。

“我们坚持按需服务、精准赋能,从企业落地、建设到运营全程跟进,做好保姆式服务,助力企业稳生产、扩规模。”邵姣姣说,全方位的暖心服务让富民产业集聚效应持续凸显,实现了企业发展、群众增收、乡村提质的多方共赢。

代市镇相关负责人表示,该镇将持续优化营商环境、夯实产业基础,不断壮大富民小微产业集群,持续拓宽群众就近就业增收渠道,以特色富民产业为乡村振兴持续赋能。

沈仁平 刘国伟 范群星 丁彦博



物时拍摄的衣物受损照片或视频、衣物购买或付款凭证以及与商家沟通协商记录等相关证据,向市场监管部门或消委会投诉,请求其核查或者协调调解,调解后争议解决无果的,施女士可依法向人民法院提起诉讼,维护自身合法权益。

问题四

俞先生在线下餐饮店预订团建套餐,门店宣传食材新鲜、分量充足,用餐时发现菜品有异物且严重缺斤少两,商家拒绝赔偿道歉。

律师解答

俞先生预订的团建套餐在用餐时发现含有异物且分量严重不足,商家的行为既触犯了食品安全红线,也涉嫌构成消费欺诈。

一方面,菜品含异物违反了《中华人民共和国食品安全法》关于食品应符合安全标准的规定,俞先生可依据该法第一百四十八条主张价款十倍或损失三倍的惩罚性赔偿(不足一千元按一千元计);另一方面,商家宣传“食材新鲜、分量充足”却严重货不对板,涉嫌虚假宣传,若构成欺诈,可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条主张价款三倍的惩罚性赔偿(不足五百元按五百元计)。由于商家的同一个行为同时触发了上述两种法律责任,司法实践通常不支持消费者同时获得两份惩罚性赔偿。建议俞先生比对两种方案的赔偿数额,择一主张,以最大化自身利益。建议俞先生准备订单与支付凭证、消费明细(点菜单、小票或发票)、菜品异物证据、菜品缺斤少两证据、与商家交涉沟通等相关证据,可向市场监管部门或消委会投诉,请求其核查或者协调调解,调解后争议解决无果的,可向人民法院提起民事诉讼,要求商家承担损失责任。