

毕业游催热暑期旅游市场 学生群体成消费主力

本报讯(记者 常欣月) 每年七月,一大批中、高中生以及大学毕业生组成的毕业族群,成为“毕业游”的主力消费群体。记者从我市各大旅行社了解到,目前“毕业游”的相关产品已全面上架,与往年不同,随着个性化旅游需求的增加,美拍、轻徒步、露营、骑行等年轻游客喜爱的主题游产品占比增大。

据了解,从5月中旬开始,“毕业游”已成为家长和年轻游客咨询最多的线路主题。由于7月份已到期旺季,机票、酒店等旅游接待设施的采购价格有所上涨,毕业旅游产品的总体价格与淡季相比有一定涨幅。

“毕业游”市场需求增加。采访中,一家旅行社的业务员张莹莹告诉记者,该社通过微信发送的旅行信息和毕业亲子游的产品被询问的较多,近六成受访者有意愿参加毕业旅行,初中、高中、大学毕业生成为“毕业旅行”的主流人群。

记者从市场中了解到,今年毕业

生的毕业旅游方式正发生着一些小小的改变,比如小团体的个性化毕业定制旅行,在市场上的需求正迅速增加。因此,旅行社毕业游线路在保留整班旅游团队出行的同时,半自由行、当地玩乐的旅游产品数量也在迅速攀升,约占毕业旅游产品的50%。

年轻人玩法多,“05后”消费能力强。销售人员告诉记者,毕业季的游客中,很多是“05后”的孩子,家长们也非常支持孩子们以旅游的方式增文广识。出境游市场中,短线自由行、长线跟团游以及邮轮产品深受毕业生欢迎。日本、印度尼西亚、马来

西亚、马尔代夫、泰国等亚洲国家,以及新西兰、意大利、法国等远程目的地预订热度排名靠前。国内线路则是以西北地区的线路较为热门。据了解,云南、贵州、内蒙古位列最受毕业生欢迎的国内旅游目的地前三位。

采访中,旅游业业内人士坦言,随着经济条件的提高,“05后”父母对于孩子毕业游的消费支持力度在不断增加,毕业生的脚步已不再局限于周边地区和国家,“定格青春”的毕业游呈现越走越远的趋势,未来“毕业游”的市场会越来越大。

一趟越南游花去10000元。一本护照,一本旅行签证,一张机票和一个行李箱,早早写完毕业论文的大学生黄月娟和好友一起坐上出境的飞机,开启了筹备多时的毕业旅行。

“大学时光即将一去不返,怎么也要以一种精彩的方式纪念一下。”数月前,在讨论去哪里游玩时,黄月娟和好友颇费了一番心思。“工作前的最后一次旅行,必须要玩得尽兴

点。”抱着这种想法,黄月娟和朋友最终选择了越南,可以体验心仪已久的泥巴浴和浮潜,也爬上美奈的沙坡看阳光从海平面升起。

和国内游相比,前往越南的毕业旅行花销自然更大。包括旅行团和游玩、饮食和购物等的花销大概花了10000多元。“每个月父母给我的生活费,肯定不够这趟毕业旅行的。”为此,出发前两个月,两个好朋友便开始通过兼职做摄影师助理来攒钱。虽然很辛苦,但她们总觉得是值得的。

在记者的采访中,多数学生都是选择伸手向父母要钱来完成自己的海外毕业游。今年的毕业游市场在“05后”的推动下,展现出鲜明的个性化、潮流化特征。无论是境内还是境外,热门目的地和特色旅游产品都呈现出火爆的预订态势。这不仅为旅游市场注入了强大活力,也促使旅游行业不断创新,以满足年轻一代多样化的旅游需求。

2025年高校毕业生等青年 就业服务攻坚行动启动

人力资源社会保障部7日宣布启动2025年高校毕业生等青年就业服务攻坚行动。行动从7月持续至12月,面对2025届离校未就业高校毕业生和登记失业青年,集中提供政策落实、实名登记、职业指导、招聘对接、困难帮扶、能力提升、权益维护等全方位就业服务。

行动还要求各地加快推进就业创业政策落实,用足用好稳岗返还、社保补贴、税费减免、培训补贴、担保贷款等惠企政策,拓宽一次性扩岗补助范围,延续实施国有企业增人增资政策,综合运用“直补快办”“政策计算器”等方式,推动就业创业政策及时兑现。

行动提出,实施百万青年职业技能提升行动,深化百万见习岗位募集计划,全面推广求职能力实训营,提升高校毕业生等青年求职就业能力;密集举办“职引未来”系列招聘,提高招聘服务精细化、多元化、专业化水平。

(新华社)

国开行上半年物流领域 基础设施贷款发放同比增长67%

今年上半年,国开行发放物流领域基础设施贷款120亿元,同比增长67%,服务扩内需、促消费。

国开行围绕推动有效降低全社会物流成本和促进现代物流高质量发展,积极提供中长期融资支持,根据项目特点定制综合金融服务方案,重点支持了国家物流枢纽、国家骨干冷链物流基地、中欧班列、集疏运体系、多式联运示范

工程等物流基础设施项目建设。

国开行交通运输业务部相关负责人表示,下一步,国开行将强化职能定位,聚焦主责主业,加大对“通道+枢纽+网络”现代物流运行体系建设的中长期融资支持力度,促进物流与产业融合发展,持续为现代物流高质量发展贡献金融力量。

(新华社)

国家发展改革委新增下达 100亿元以工代赈中央投资

国家发展改革委日前新增下达100亿元中央预算内投资,开展以工代赈助力扩围促进重点群体就业增收行动,支持26个省(区、市)和新疆生产建设兵团实施1975个项目,预计发放劳务报酬45.9亿元,助力31万名重点人群稳就业增收。

本批1975个以工代赈项目瞄准返乡回流重点群体集中、务工需求大的地区,围绕城乡融合发展和农业农村领域中小型基础设施建设,充分挖掘工程建设、服务保障、项目管理和建后管护等各环节工作岗位,预计吸纳带动31万名重点人群就近就业,包括脱贫人口及防返贫致贫监测对象、返乡农民工、其他农村劳动力等群体。

本批投资将项目劳务报酬占中央投资的比例提高至不低于40%,优先实施人工用量大、材料成本低、机械使用少的村

道巷道硬化、乡村生产道路改造、小型排灌沟渠疏浚、生态护坡护坝等劳动密集型工程。

截至6月底,国家发展改革委联合财政部共下达2025年度以工代赈中央投资295亿元,支持地方实施以工代赈项目近6000个,预计吸纳带动70余万名困难群众就地就近就业,将发放劳务报酬超过110亿元,有效拓宽群众就业增收渠道。

据悉,下一步,国家发展改革委将立足当前就业形势,积极主动作为,督促指导地方推动已下达投资的以工代赈项目全部开工建设,抓实抓牢重点群体务工组织和劳务报酬发放等关键环节,同步做好项目常态化滚动式储备,推动以工代赈切实发挥稳就业、促增收的逆周期调节作用。

(新华社)



近年来,休闲娱乐消费呈现多元化趋势,兼具趣味性与互动性的体验项目备受青睐。捞鱼作为源自传统游园文化的娱乐项目,凭借参与门槛低、互动趣味性强等特点,已成为商圈、夜市、亲子乐园的热门业态。这是在我市一家商场内,小朋友正在体验捞鱼的乐趣。

本报记者 常欣月 摄

“文化+”激发消费新活力

经济论坛

近年来,各类新潮的消费场景不断涌现。在上海某商场,数千平方米的空间被分割成10多个演艺新空间,“进商场看戏”为商圈带来火爆人气。在江苏,有轨电车被改造成“流动咖啡馆”,串联起沿线消费节点……“文化+商业”,丰富了城市消费生态,为文旅消费市场注入澎湃动能。

随着消费升级和需求日益多元,传统建筑场所的功能边界正在被打破,“文化+商业”的深度融合催生多元的新型文化空间,丰富了人们的消费场景。例如,四川成都的一些书店集聚文化、艺术、商业等多种元素,开设阅读区、咖啡区、文创区、服饰区等,并经常举办签售会、艺术展览等各种文化活动,为消费者提供了一个可以放松身心、获取知识、感受文化氛围的好去处。新型文化空间突破了物理空间的限

制,以多元融合的场景设计激发了消费的“乘数效应”,试图打造一个城市生活综合体,让城市的每一个角落都有可能成为经济增长的“引爆点”。

新型文化空间焕发生机,离不开传统文化的赋能。通过对文化资源的深度挖掘和创新表达,为消费场景增添独特的文化内涵,引发情感共鸣。在一些商圈的演艺新空间中,既有国际经典剧目的“空降”,又有本土文化IP的沉浸式改编。比如,一场热门的光影互动剧就是以江南园林为背景,通过全息投影技术重现《牡丹亭》的经典场景,观众不仅能“游园”,还能与“杜丽娘”互动,甚至通过手势操作影响剧情走向。这种将传统文化元素与现代科技、互动体验相结合的形式,让年轻人在“玩”中领略到中华优秀传统文化的魅力,激发文化消费的热情。可见,当传统文化转化为兼具参与性、消费性和传播性的“活态文化”时,一条集“文化体验—情感共鸣—消费行为”于一体的完整价值链条也将形成,从而有效激发文化消费潜

力,成为提振消费、推动经济增长的新引擎。

新型文化业态的提质,与新技术的发展应用始终相伴。当前,以大数据、人工智能等为代表的先进信息技术加速普及落地,不仅显著提升了消费体验的沉浸度,更深层重塑了文旅产业的商业模式,为文旅经济高质量发展注入持续动能。比如,许多旅游景区借助虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术打造沉浸式游览项目。游客佩戴上VR设备,仿佛瞬间穿越时空,置身古代宫廷或未来世界,在虚拟的场景中自由行走、互动,触摸那些看似真实的建筑与文物。同时,通过大数据分析游客的兴趣爱好、行为习惯等信息,能够精准地为游客推荐个性化的沉浸式体验路线及相关服务,有利于带动相关产品及服务消费。值得一提的是,新技术的加持进一步创造了新型消费场景,如AR导览、虚拟排队等,这些技术的应用使传统商业空间的坪效得到进一步提升。

可见,从“进商场看戏”到“移动

咖啡厅”,从传统文化IP的创新表达达到新技术的场景赋能,“文化+商业”的融合已不再局限于简单的“空间叠加”,而是演变为一场关于消费场景、文化内核与技术应用的系统性变革。这种变革不仅激发了城市的消费潜力,更让文化成为经济增长的推进器和催化剂。

文化消费新业态的蓬勃发展,对推动城市更新与文旅产业升级也不无启示。比如,城市更新不能仅停留在物理空间的改造,可以尝试构建“文化+科技+场景”的复合生态系统,尝试将闲置工业遗产转型为创意产业园区,或把历史街区改造成沉浸式文化消费街区等,实现从“硬件更新”到“内容焕新”的跨越。在具体实践中,可通过新兴媒体精准传播、文化IP活化运营等多种方式拓展“文化+”消费场景,在线上深度融合、智能个性服务优化、多元业态跨界创新的过程中实现价值创造。期待更多充满活力的文化消费新业态加速形成、蓬勃发展,为城市高质量发展增添更多动能。

(新华社)



创建文明城市 让生活更美好

开展和谐宜居城市提升行动