

# 中高考后家长为孩子更新“装备” 数码产品市场“暑期效应”显现

本报记者 常欣月

随着暑期的到来和中、高考录取结果的公布,考生们悬着的心终于落地。不少家长开始为孩子更新“装备”,挑手机、买电脑、选平板,一时间数码产品市场迅速升温,商家的“促销大战”也随之打响。连日来,记者在市内各大数码卖场了解到,为应对暑期销售高峰,众多数码品牌纷纷推出促销活动,以吸引学生消费群体关注。目前,包括笔记本电脑、平板电脑、一体机、智能手机以及时尚的智能穿戴设备等,都已加入暑期促销行列。

数码产品暑期“大放价”。“买笔记本电脑送拉杆箱”“凭录取通知书优惠多”等被悬挂在电子产品柜台的醒目位置。连日来,记者走访我市多家数码卖场,发现前来选购的学生一族明显增多。为能在暑期消费旺季里分得一杯羹,各大数码商家也已提前推出了各类促销活动。

“为了服务学生族,早在六月我们就在策划各种促销活动方案了。”某品牌手机店负责人张爽介绍说,由于前几个月销售持续低迷,他们一直在暑期打一个翻身仗,所以

现在给出的优惠政策可谓“亲民”。据了解,今年暑期促销在时间上有所提前,在促销形式和渠道上也比以往更多。销售人员介绍,“当前市场上,各大厂家升级后的新机及各类赠品等暑期促销资源都已陆续到位,所有机型基本都有数百元到上千元的优惠,加上国补等优惠政策,综合优惠幅度在20%左右,还有多种赠品以及现场换购、延保等增值服务。”

“6月起,学生们陆续放暑假,需要置办手机、电脑等数码产品,此时优惠活动最多,将出现一个销售

高峰。”华为品牌手机销售人员李楠告诉记者,现在每天的销量是正常时期的两倍多,这种状态预计还将持续到大学开学前。

学生成最大买单群体。按照惯例,每年中、高考过后的暑期,都会迎来学生消费电子产品的旺季。

9日上午,记者在新华大街的各大手机卖场看到,不少学生前来挑选手机。短短15分钟内,一家摊位就连续来了10多名学生询问相关信息。该摊位销售人员告诉记者,暑假开始后,不少学生已经迫不及待地开始置办手机、笔记本电脑等数码产品。“店内手机的销量明显上升。”

“高考前,父母怕数码产品会影响学习,一直不允许我用手机。现在录取通知书已经拿到了,父母也答应买个新款手机和电脑。”高三毕业生刘欣彤告诉记者,她和几个同学约好一起团购新手机,在咨询了几家手机店后发现,针对学生有很多优惠套餐,凭学生证、准考证或

录取通知书,都可以在最终价格的基础上进一步优惠,算下来便宜了近千元。

性价比高、造型时尚的产品受青睐。采访中,记者发现,对学生族来说,性价比是他们在选择数码产品时的一项重要参考指标,此外,造型是否时尚也是学生群体关注的焦点。

“作为学生,我们的消费支出大多源自父母,所以在挑选数码产品时首先考虑的是性价比。”刚高考完的何楠楠正准备为自己买一部新手机,她表示,自己想选一部造型时尚但价格不贵的手机。

“符合这样要求的智能机在市场上有很多,价格大都在2500元到4500元不等,其中,华为、OPPO、vivo等品牌最为畅销。现在,学生在购买手机、笔记本电脑时普遍会将性价比考虑进去,特别是一些外观时尚的新品更受年轻消费者欢迎。”华生商厦的一位销售人员介绍说。

## 夏季垂钓兴起 渔具市场销售火热

本报讯(记者 常欣月) 钓鱼是一项休闲健身运动,近年来,我市加入钓鱼休闲活动的人数不断增加,已经成为除广场舞、健步走之外的又一参加人数众多的健身活动。随着天气不断升温,选择到湖边垂钓的人也越来越多,记者采访发现,随着钓鱼这项休闲活动的快速发展,产品专业化、细分化正成为行业的趋势。

“现在生活水平越来越好,钓鱼队伍不断壮大,对渔具产品的需求一年比一年旺盛。”在南湖市场附近经营渔具生意的李雨泽告诉记者。记者看到店内柜台上的渔具产品五花八门十分齐全,销售人员告诉记者他们代理的渔网、鱼钩、鱼漂等渔具产品有多个品牌,产品种类达上千种。“钓鱼爱好者对装备的需求越来越多元,专业化程度也越来越高。”销售人员介绍,以前配齐一套进口渔具几千元,现在资深钓鱼爱好者根据个人的爱好和财力,配下来两三万元的也不少。比如钓箱,普通的四五百元,高端的带保鲜功能的则要两三千元。而像鱼钩、鱼线、浮标等小配件,高档的也多在百元左右。

如今,人们对垂钓的方式也越来越讲究。不少垂钓爱好者不仅活跃在小河沟、小池塘,周末很多人还会开着私家车去郊外一些大型垂钓点进行垂钓。记者在山门附近的一家旅游度假村看到不少钓鱼爱好者围坐在河边进行垂钓。一名正在钓鱼的市民张松告诉记者,“我和钓友都约好了,只要有时间就来河边钓鱼,一坐就是一天,看着自己钓上来的鱼特别有成就感。”

记者在公园北街的一家渔具店看到的户外自驾配套神器,如车顶帐篷、应急电源套装等等。据店主称,这种折叠式车顶帐篷是为远途夜钓自驾游人士设计的,晚上钓鱼累了又想体验户外休闲的乐趣,就可以直接爬上车顶帐篷睡觉。白天则可在车旁支起顶棚,钓鱼时就能坐在顶棚下防晒。不过记者看到这种帐篷售价高达四五千元。

“现在生活越来越好,喜欢钓鱼的人在不断增加,渔具的需求一年比一年旺盛。”店主告诉记者,不少垂钓爱好者不仅活跃在河边、湖边,有的甚至还发展到海钓,对装备的需求也越来越专业、越来越专业。

## 经济资讯

### 今年我国夏粮实现稳产丰收

国家统计局10日发布数据显示,2025年全国夏粮播种面积基本稳定,单产持平,夏粮总产量14973.8万吨(2994.8亿斤),其中小麦产量13816.0万吨(2763.2亿斤),全国夏粮实现稳产丰收。

统计数据显示,今年全国夏粮总产量比上年减少3.1亿斤,下降0.1%;全国夏粮播种面积3.99亿亩,比上年减少52.0万亩,下降0.1%,保持基本稳定;全国夏粮单产375.6公斤/亩,比上年增加0.1公斤/亩,基本持平。

分地区看,主产区中山东、河北、四川分别增产4.1亿斤、3.6亿斤和2.2亿斤,河南、陕西受旱情影响分别减产7.1亿斤和2.9亿斤,新疆受种植结构调整影响减产4.0亿斤。国家统计局农村司

副司长魏锋华说,今年全国夏粮虽略有减产,但减产幅度很小,总体保持稳定。魏锋华介绍,今年,河南、陕西等主产区发生了较旱情,对夏粮生产造成不利影响。受旱地区积极引水调水,全力抗旱保苗,大部农田实现了有效灌溉,有力减轻了旱情影响,特别是近年来高标准农田建设在抗旱减灾中发挥了重要作用。此外,其他灾害偏轻发生,深入推进大面积单产提升行动等,也是今年夏粮单产在受旱情影响下能够持平的主要原因。

“2025年我国夏粮实现稳产丰收,为稳定全年粮食生产奠定了坚实基础,为应对复杂严峻国际形势、推动经济持续回升向好提供了有力支撑。”魏锋华说。(新华社)

### 我国6月份CPI同比上涨0.1%

国家统计局9日发布数据显示,6月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比由上月下降转为上涨0.1%;扣除食品和能源价格的核心CPI同比继续回升,上涨0.7%。

国家统计局城市司首席统计师董荆娟分析指出,6月份CPI同比上涨0.1%,为连续下降4个月后的首次回升。CPI由降转涨主要受工业消费品价格有所回升影响。工业消费品价格同比降幅由上月的1.0%收窄至0.5%,对CPI同比的下拉影响比上月减少

约0.18个百分点。其中,油价变动影响能源价格降幅比上月收窄1.0个百分点。

分类别看,6月份,食品价格同比下降0.3%,降幅比上月收窄0.1个百分点,其中牛肉价格结束28个月连续下降,转为上涨2.7%;猪肉价格下降8.5%,为连续上涨后首次转降。服务价格同比上涨0.5%,涨幅保持稳定。

今年上半年,CPI比上年同期下降0.1%。(新华社)

### 2025年我国快递业务量突破1000亿件

根据国家邮政局监测数据显示,截至7月9日,2025年我国快递业务量突破1000亿件,比2024年达到千亿件提前35天。

据了解,今年第1000亿件快递为一台从广东中山发往江苏常州的“以旧换新”家用空调。

我国快递业务量已连续5年突破1000亿件。国家邮政局有关负责人表示,今年千亿件的更快诞生,凸显了我国消费市场不断扩大、电商渗透率持续攀升。快递“规模经济”效应继续

放大,对产业拉动和经济带动能力不断提升。

今年以来,我国持续加大实施扩内需、促消费政策,对消费品以旧换新政策进行品类扩容。

这名负责人表示,为更好促进以旧换新政策落地见效,邮政快递业构建起高效便捷的一体化服务体系,数百万从业人员共同努力,不断优化用户体验,将为降低社会物流成本、推动资源节约型社会建设贡献力量。(新华社)

### 上半年我国汽车产销量首次双超1500万辆

中国汽车工业协会10日发布的数据显示,2025年上半年我国汽车产销量首次双超1500万辆,同比增长两位数,汽车产业活力持续释放。

具体来看,今年上半年,我国汽车产销量分别为1562.1万辆和1565.3万辆。其中,新能源汽车产销量分别为696.8万辆和693.7万辆,同比分别增长41.4%和40.3%。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的44.3%。

以旧换新政策持续显效,带动内需市场明显改善,对汽车整体增长起到重要支撑作用。1至6月,汽车国内销量达到1257万辆,同比增长11.7%。6月单月,汽车国内销量环比同比增长。

值得一提的是,6月单月,新能源乘用车国内销量占乘用车国内销量比例超过三分之一,新能源商用车国内销量占商用车国内销量比例达到四分之一。

汽车出口继续保持增长。1至6月,汽车出口308.3万辆,同比增长10.4%,其中新能源汽车出口增长迅速,达到106万辆,同比增长75.2%。

“展望下半年,‘两新’政策将继续有序实施,叠加企业新品供给持续丰富等,将有助于拉动汽车消费持续增长。”中汽协副秘书长陈士华说,接下来需进一步规范市场竞争秩序,加强行业自律,强化政策引领与监督,助力行业健康平稳运行。(新华社)



扫码下单后,两三分钟时间就能自动做出一支漂亮的棉花糖。在我市的一家商场内,这种操作简便、有多种样式可供选择的自助棉花糖机,吸引了不少家长和孩子驻足购买。

本报记者 常欣月 摄

## 从陪爬服务走红看旅游消费新趋势

### 经济论坛

在江西萍乡武功山海拔1600米的高山草甸之上,23岁的朱剑锋正引领着他的第200单客户向金顶勇敢进发。这位专业的“陪爬”从业者,不仅需精心规划路线、协助客户背包,还需随时为客户提供按摩、背娃以及心理鼓励等全方位服务。这项新型旅游服务,于今年暑期呈现出爆发式增长态势——仅在6月份,朱剑锋的团队便完成了29天的陪爬订单。武功山景区上半年接待的262.85万人次游客中,越来越多的年轻人开始为这种蕴含“情绪价值”的服务买单。

“陪爬”服务的迅速走红,绝非偶然。这反映出新一代消费者对旅游体验的全新定义。与传统导游不同,“陪爬”者所提供的

远不止路线指引,更多的是情感陪伴与个性化支持。朱剑锋团队中20余名“00后”从业者的实践表明,当代旅游服务正经历在落实标准化的基础上进一步追求人性化发展的新阶段。正如湖北恩施大峡谷所尝试的“聊天式讲解”与“鼓励式爬山”所揭示的:现代游客所追求的,不仅是终点的到达,更是在这一过程中被看见、被理解、被赋能。

变革背后,是深刻的代际更替。武功山游客量的增长,与年轻群体成为旅游市场的主力军有关。他们既渴望挑战“特种兵式旅游”的极限,又需要专业支持来弥补体能上的差距;既追求独立探索的自由,又难以抗拒社交陪伴的温馨。这种复杂心理催生了新型服务市场的蓬勃生长。当情绪价值成为可量化的商品时,供给侧改革已迫在眉睫。

然而,行业的爆发式增长也

暴露出一些隐忧。目前,绝大多数的“陪爬”服务仍处于个体经营状态,通过社交平台完成的非标准化交易隐藏着诸多风险。对此,需要更加完善的制度设计,进一步规范市场行为。此外,将“陪爬”视为传统导游的升级版而非替代品,或许能为行业规范提供新的思路。这意味着,既要保留传统导游的灵活性,又要建立起从业资质、服务标准、安全保障等基础框架。一方面,通过政策松绑激活灵活就业潜力,允许本地居民经报备后提供合规服务;另一方面,建立行业标准与服务规范,明确从业资质、价格指导、合同范本等基准,强化平台监管与信用体系建设,为“私人陪爬”划出红线。

从更宏观的视角来看,“陪爬经济”的崛起,折射出服务业的范式转移。当武功山的游客愿意为一句鼓励、一次搀扶付费时,本质

上是在为“被重视感”定价。随着年轻一代成为旅游市场的主力军,个性化旅游服务的需求正呈现出爆发式增长。“陪爬”服务精准填补了传统导游服务与自主登山体验之间的空白,既保留了游客的探索自由,又提供了必要的专业支持。这种介于标准化服务与自助服务之间的“第三种选择”,有助于重塑行业价值坐标体系。

站在产业发展的十字路口,既不应将“陪爬”简单视为消费主义的泡沫,也不应放任其野蛮生长。当景区管理者、从业者与监管部门都能深刻理解“情绪价值”背后的真实诉求时,旅游业方能完成从“提供风景”到“提供体验”的质变,也只有完成如此质变,更多像朱剑锋这样的年轻人才能在帮助他人登顶的同时,更好实现人生价值。(新华社)