

从“买产品”到“享时光” 体验经济成消费新风尚

“五一”假期，体验经济悄然吹暖消费市场。有人走进文创工坊，亲手设计定制专属“娃娃”，在指尖创作中治愈自我；有人置身实景剧场，一秒入戏穿越千年丝路古港，在互动演绎中触摸历史；有人暂离都市喧嚣，奔向郊野田园，在农事体验中拥抱松弛时光。

当下，大众消费需求持续升级，不再满足于拥有物品，愈发注重参与感，更愿意为一段时光、一次体验、一份记忆买单。多元体验场景遍地开花，以个性化、有温度、重互动的全新模式，激活消费市场新活力，勾勒出消费升级的崭新图景。

从“购买”到“创作”

在广西壮族自治区博物馆的瓦砾工坊内，来自广东珠海的游客曹女士，正带着孩子们为手中的玩偶精心挑选壮锦头饰。

“我们从社交平台上看到这里可以定制民族风‘娃娃’，就特地过来了，孩子们很喜欢。”曹女士说。工坊长桌上，10余只玩偶排着长队等待换上新装，师傅们则加班加点，忙着赶制订单。

在这里，每位访客都是设计师。从挑选纹样、搭配银饰到敲定款式，市民和游客亲手参与设计搭配，为心爱的玩偶打造专属民族风造型。许多人将手作成果分享至社交平台，吸引更多网友专程前来打卡。

小小的手工制作，不仅是缓解焦虑的情绪消遣，更折射出大众消费观的转变。人们不再单纯追求实物商品的拥有，而是乐于亲身参与、动手创作，为体验过程、情绪价值与自我表达付费。

这类轻量化、沉浸式的体验业态，正不断催生文创创新场景，挖掘个性消费潜力，有效激活多元消费市场。

放眼全国，“非遗”手作体验正蓬勃兴起。从城市博物馆的创意工坊，到乡村院落的民俗作坊，山西花馍草木染、云南鹤庆银器、海南黎锦织造、福建茶百戏、扬州漆器剪纸等体验项目陆续走红。手艺人不再局限于批量售卖成品，而是开放手工体验、个性化定制服务，让传统技艺走出展柜，融入大众日常生活。

“因为有新的场景，大家获得了更好的情绪价值。”广西民族文化艺术研究院副院长闫雪梅说，“非遗”元素的植入，将文化吸引力高效转化为消费行动力。游客在沉浸式场景中“心动就行动”，收获即时的幸福感和满足感。

从“看景”到“入戏”

跟着虚拟“馆长”的脚步，既可以采摘蕨类植物，又可以投喂温顺的三角龙……在南宁市恐龙奥秘科学馆，戴上VR头显的游客，仿佛身临白垩纪秘境，脚下是茂密葱郁的史前植被，耳边回荡着恐龙的低沉嘶吼，沉浸式感受远古世

界的独特风貌。

南宁市恐龙奥秘科学馆常务馆长梁芷瑜说，游客不再是隔着玻璃观看化石的旁观者，而是以第一视角深度参与其中，在趣味互动中探索远古奥秘、学习古生物知识，在体验中收获新鲜感与乐趣。

随着AI、VR、AR等新技术落地应用，极大地丰富了体验经济的内涵。供给端打造出沉浸式展览、虚拟场景互动等创新内容，打破了传统游览的边界，让风景可互动、历史可触摸、探索可参与，增强了吸引力。

当前，旅游业已进入情感驱动的新阶段，故事感与生活体验愈发重要。依托实景沉浸业态，海丝首港景区年消费收入超2000万元，生动展现情绪价值作为文旅新引擎的巨大潜力。

中国旅游研究院院长戴斌表示，供给侧更加注重满足旅游者个性化、品质化、多样化的旅游需求，传统文化再造与旅游资源融合的探索，让文旅市场从“有内容”迈向“有体验、有情感”，这正是供给侧创新对市场产生的深层影响。

从“买产品”到“买生活”

白天投喂小羊、采摘时令水果，在蕉林里体验种香蕉、蕉叶造纸，入夜后前往火龙果基地观赏万亩灯海……周末闲暇时分，南宁市民罗志明便带着孩子，前往市郊的小穗农场，尽享田园慢生活。

“过去的农家乐形式单一，吃顿农家菜、买些果蔬就匆匆离开，缺乏参与感。”罗志明说，现在的农场体验，孩子能亲近自然、感知劳作，大人也能暂离城市喧嚣、放松身心，这种有温度、有记忆点的体验，让大家愿意常来，主动为这份田园乐趣买单。

从单纯售卖农产品，到打造沉浸式田园场景，乡村休闲业态的转型，正是体验经济下沉乡土的生动注脚。

小穗农场负责人莫盛进说，瞄准不同群体的情感需求，农场所属农业集团在传统种植业的基础上，拓展休闲游乐空间，延伸出农事劳作、自然研学、亲子陪伴等多元体验项目，以高参与感、强治愈感的体验吸引游客停留，有效拉长消费链条，实现农旅融合、双向增收。

不止于乡野田间，沉浸式体验的消费浪潮，同样席卷城市文旅发展。各地纷纷挖掘自身特色，突破传统观光模式，打造多元化、场景化的深度出行体验。

华东师范大学社会发展学院教授魏万青认为，政策端的持续发力，也推动了体验经济的火爆。从中央到地方，消费券密集发放，一系列支持文化、旅游、体育、健康等消费跨界融合的措施接连推出，各地积极打造文旅、文创等消费场景，使体验经济成为新风尚。

（据《经济参考报》记者/陈一帆、黄凯莹）

服务消费创新升级 商品消费扩容提速 “五一”消费账单彰显内需活力

全国各地举办文旅消费活动约1.37万场次，发放消费券超2.84亿元，演出消费、重点平台租车订单量、酒店订单量等均呈增长态势……“五一”假期的一份份成绩单折射出中国消费市场的活力。

这个假期，从古城“入戏”到赛事演艺，从“票根经济”到以旧换新，服务消费创新升级、商品消费扩容提速成为鲜明特征。受访专家认为，假期历来是观察经济的重要窗口，“五一”市场的这些亮点，不仅彰显了中国经济的韧性与活力，也为全年扩内需、促消费提供了有益启示。

数据印证了这股文旅热潮。“五一”期间，开封万岁山武侠城热度上涨超100%，景区通过几千场演出和千余名非玩家角色(NPC)为游客构建了“全员入戏、全天有戏”的超沉浸式场景，让游客从“旁观者”变成“剧中人”。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云表示，“从看客旁观到主角体验，沉浸式体验已成为游客悦己消费的一种重要形式。游客在文化旅游中，越来越倾向于深度参与、沉浸式感受文化魅力，获得自我认同和精神共情。”

“热”出圈的还有各地轮番上

演的赛事、演艺活动，“票根经济”效应持续发酵。“五一”假期，广东、江苏、福建等地的城市足球联赛不仅吸引了本地居民关注，也获得不少外地游客青睐，呈现出一派“一省一超、以赛促游”的热闹景象。而叠加各类“票根”促消费举措，热门赛事对举办地的文旅消费带动效应明显。

南开大学金融发展研究院院长田利辉表示，演唱会、足球联赛不再仅仅是文体活动，越来越成为拉动城市综合消费的超级流量入口。

吴丽云进一步表示，全国性5天假期叠加部分地区春假制度，让今年的“五一”旅游呈现前所未有的热度。从“从众”到“悦己”，不仅是消费偏好的变化，更是一场关于假日旅游意义的深层重构。在此背景下，政策红利精准“滴灌”至游客，也促进了“五一”消费市场潜力的充分释放。“今年‘五一’假期，我们不仅看到了人流的涌动，更感受到中国内需市场发展的强劲动力。”田利辉说，以文旅市场为例，从“观光游”“流量经济”向“体验游”“留量经济”转型，呈现出供需两侧共振的文旅产业结构性升维。

（据《经济参考报》记者/韦夏怡、王文博、段菁菁）

零关税助力非洲好物 拥抱中国大市场



2026年5月1日，上海海关关员对埃及鲜橙进行查验。

新华社发

南非鲜苹果、埃及鲜橙、肯尼亚牛油果……2026年“五一”假期，随着零关税范围扩大到我国对所有非洲建交国，一批非洲好物以更具竞争力的价格抢登中国市场，为中非经贸往来开辟更大合作空间。

资源丰沛的非洲大陆孕育了种类繁多的产品物资，既有贝宁菠萝、卢旺达干辣椒、马达加斯加羊肉，还有加纳黑皂、突尼斯迷迭香、尼日利亚决明子。

如今，中国以更大力度

向非洲敞开大门，不仅针对最不发达国家，对包括南非、埃及、尼日利亚、阿尔及利亚等相对具备较强经济实力的国家也全部实施零关税，这就意味着，更多非洲好物将加速走进中国千家万户。

据海关总署统计，2025年，我国与53个非洲建交国双边贸易总值达3480.8亿美元，创历史新高。2026年一季度，这一贸易额为921.6亿美元，同比增长26.8%。

为适应产品数量的增长，海关围绕物流仓储、检验检疫

等方面持续完善配套措施。

立足深化中非务实合作大背景，配套举措不断完善，政策加力释放红利。

海关总署全面优化检疫准入程序，配套制定了对有关非洲建交国实施零关税项下的原产地管理办法，明确原产地货物判定标准和享惠流程；商务部会同相关部门继续按照平等协商、互利共赢原则，落实好零关税举措，推进与非洲国家商签共同发展经济伙伴关系协定，深化中非经贸制度性合作……

“中国海关最近修订完善了进口食品境外生产企业注册管理规定，相关政策措施将于2026年6月1日起正式施行，届时也将大大便利非洲农食产品输华。”海关总署国际司司长郭雪艳说。

零关税举措是中非经贸合作提质升级的重要里程碑。郭雪艳表示，随着产业规模扩大，包括中国在内的国际资本、技术、管理经验将会更多进入非洲，促进非洲产品质量和标准水平、供给能力与产业协同水平稳步提升。（据新华社记者/邹多为、丁乐）