

各地依托资源禀赋，丰富产品供给

新场景新体验，暑期文旅新意足

林中入梦，“睡”出康养新业态

“深睡眠时长2小时46分钟，睡眠评分92分。”在江西省抚州市资溪县南源民宿的睡眠体验中心，上海游客李帆扬一觉醒来，拿到了自己的睡眠健康报告，深睡眠时长、心率、呼吸频率等数据列得详细。“昨晚房间开启睡眠模式，自动调节亮度、温度、湿度等环境参数。躺下一会儿就入睡了，好久没有体验这么高质量的睡眠了。”李帆扬说。

高质量的睡眠，是体验资溪县生态康养旅游的第一步。87.7%的森林覆盖率、平均每立方厘米3万个负氧离子，赋予当地发展生态康养的天然优势。清晨，沿着大觉溪生态步道慢跑，在竹林休闲健身；中午，品尝灵芝、竹笋等本地食材制作的康养药膳；下午，尝试特色理疗……游客能在山水之间体验丰富的康养生活。

来自上海、杭州、深圳等地的年轻白领、注重养生的银发群体和亲子家庭，成为康养消费的主力。“以前大家问得最多的是附近有什么景点，现在更多是咨询睡眠体验怎么预约、康养线路怎么安排。”南源民宿经营者林涛说，每到假期，民宿100余间客房基本满房。

“过去游客来资溪，主要是看山看水，停留时间短，消费也比较单一。”林涛说，随着健康消费需求不断增长，民宿以睡眠体验为切口，整合森林康养、中医药康养等项目，推出一站式康养

度假产品，颇受消费者青睐。

“资溪把生态优势转化为康养产品，推动文旅产业从‘卖风景’向‘卖体验’‘卖生活’转变。”资溪县文化旅游体育局党组书记周萌介绍。围绕“睡眠+”，资溪县与江西中医药大学等合作，打造数字睡眠体验中心，推出森林徒步、森林瑜伽、生态骑行等项目，研发30余款康养药膳，建设热敏灸馆、中医生活馆，并将灵芝、黄精、竹产业、资溪面包等特色元素融入康养旅游活动。截至5月底，资溪县今年累计接待游客358.58万人次，实现旅游综合收入16.23亿元。

游客慢下来，乡村“活”起来。越来越多村民返乡，在家门口吃上了“生态饭”。南源民宿所在的大觉山村村民王建国将老房租给民宿，每年收入1万元，在民宿当保洁月收入3000元，再加上果园收入，年收入超5万元。

南昌大学旅游学院副教授王雯表示，资溪以“睡个好觉”为突破口发展全域康养，折射出森林康养正从小众体验走向大众健康消费的新趋势。

露台微风，“吹”来休闲新空间

傍晚，微风拂面。登上位于北京红桥市场五层的观坛艺术空间露台，艺术装置与天坛祈年殿落日晚霞相映成趣。游客刘晓阳品尝着祈年殿造型的甜点，不时举起手机，记录美食、美景。“在露台上看天坛祈年殿，别有一番滋味。”刘晓阳说。

类似的场景正在北京东城区许多露台发生。去年，在“微风露台计划”启动仪式上，东城区发布第一批30余处优质露台，绘制打卡图鉴。消费者可跟随图鉴在微风露台品味城市古韵、打卡观景视角，观

坛艺术空间就是其中之一。

“消费者看中露台上的好风景，更在意凭栏休闲的体验。我们在经营上做了针对性设计，打造露台消费新空间。”观坛艺术空间负责人明敬说，落日音乐会、露天话剧、时尚走秀……观坛艺术空间不定期举办各类文艺活动，餐食和饮品也体现天坛元素。

中轴线上文化观景、胡同中休闲体验、商圈里潮流社交，不同露台匹配不同消费特点。“今年4月，东城区推出约300处露台，吸引众多市民游客打卡体验，露台正成为可观赏、可停驻、可体验的文化会客厅。”东城区文化和旅游局局长王铁峰介绍，露台是东城区特色文旅消费场景之一，不仅是现有消费空间的延伸，也展现着“空中庭院”的浪漫与诗意。

如何让露台上的消费新场景保持热度？东城区通过“政府引导、平台赋能、金融支持”的模式，为商户构建良性循环的支撑生态。社交平台负责线上引流与消费转化，搭建专属活动空间；在线旅游平台开发“住宿+露台”产品套餐，并制作双语地图，拓展入境游客源；打车软件提供定向出行补贴，引导客流到店；金融机构提供包含专属贷款、消费补贴在内的多重权益。

“加入‘微风露台计划’，就进入了一个持续获客的生态系统。官方发布、平台种草、用户到访、现场消费、拍照分享，一个完整的商业闭环正在形成。”一名露台经营者说。

“我们希望让每一方露台都成为讲述故事的窗口。”王铁峰说，下一步，东城区将继续支持“微风露台计划”，使其从单体活动成长为可持续运营的IP，与社会发展更好共融共生。

夜市烟火，“串”起融合新路径

夜幕降临，人流涌入，近500个摊位的灯光渐次点亮。烹饪声、吆喝声与说笑声，在辽宁省沈阳市皇姑区塔湾兴顺夜市里此起彼伏。

“快看！”一声“凤鸣”引

（本报记者 杨颜菲 潘俊强 刘佳华）在清凉林中寻找一场安眠，在微风露台享一刻清闲，在热闹夜市品一城烟火……炎热天气催生独特消费需求，也带来发展新机遇。各地依托资源禀赋，结合暑期消费特点，因地制宜打造消费新场景、培育文旅新业态、激活增长新动力。

得不少游客抬头：身着华服的演员坐在凤凰造型的装置上，缓缓掠过夜市上空。夜市中间的露天舞台上，欢快的歌舞、鲜活的民俗节目轮番登场，台下市民游客驻足观赏、不时喝彩。

“比赛开始！”大屏幕切换画面，东北地区城市足球联赛（“东北超”）的赛场呈现眼前。热闹的夜市，成为“东北超”观赛的第二现场。桌上摆满东北特色美食：沈阳烤鸡架、本溪豆腐皮、鞍山大油边……球迷李继峰感慨：“没想到夜市观赛氛围一点不输现场，吃喝玩乐一站式配齐，太惬意了！”

边逛边吃边看，文体消费融合，成为塔湾兴顺夜市今年暑期出圈的新玩法。塔湾兴顺夜市副总经理阚红波介绍：“目前，夜市摆脱单一小吃业态，涵盖特色小吃、日用百货、游乐项目，配套大型就餐区、上千个停车位，成为一站式综合夜间消费空间。”这个2015年开业的夜市，目前累计接待游客超6300万人次，已成为沈阳夜经济标杆，带动2000余人就业。

深耕夜市10年，烤冷面摊主陈忱见证着这里的蝶变。从最初的露天流动小车，到如今带遮雨棚的固定摊位，生意越做越红火。“这几年夜市内容更加丰富，人气高涨，我们的收入也跟着涨起来。”陈忱说。

沈阳市商务局相关负责人介绍，目前沈阳有58条重点夜经济街区、150余个特色消费场景，5万余家经营场所覆盖多种业态。同时，借着“东北超”赛事热潮，沈阳全域布局140处赛事“第二现场”，全面串联商圈、夜市、景区资源。“东北超”前3场赛事期间，“第二现场”累计接待游客274.3万人（次），实现收入超2.5亿元。

“夜晚是市民放松休闲的时段，一方面，夜市以小吃聚人、体验留人、文化黏人；另一方面，夜市聚拢烟火气，浓缩城市品位与风貌，是展现消费活力、旅游热度的窗口。”辽宁大学经济学院院长李政认为，“要坚持特色化、规范化、融合化，打造差异化场景；同时完善配套，细化政策，推动游购娱联动，释放消费新动能。”

来源：《人民日报》（2026年08月12日 06版）

