

体验经济为内需增长注入新动能

□新华社记者

为一场演出奔赴一座城，为一场夜游多住一晚……刚刚过去的国庆假期，越来越多消费者把时间和花费投入到一段独特经历、一种情绪满足、一份文化体验中。

去哪儿旅行数据显示，国庆假期凤凰传奇演唱会带动济南相关商圈酒店预订量同比猛增12.8倍，拉动济南全市酒店预订增长65%；“沉浸式演出”“烟花秀”“夜游”等产品搜索量同比增长超五成。

了解一段历史、感受一种文化、获得一次共鸣，越来越多的消费者不再止步于“走马观花”“拍照打卡”，而是“奔赴热爱与深度体验”。这一趋势，成为这个黄金周鲜明的文旅消费新特点。

这一幕，更折射出中国消费市场更宏大的结构性变迁。以情绪共鸣、场景沉浸、专属记忆为核心的体验经济快速发展，成为内需增长的新引擎。

艾媒咨询报告显示，2025年中国体验经济市场规模为19.67万亿元，预计2035年将达到59.66万亿元。

一场范围广、程度深的消费巨变

每次观看完位于河南郑州的“只有河南·戏剧幻城”演出，总有年轻的观众坐在麦田边久久不肯离去。

“只有河南·戏剧幻城”是一座全景式沉浸戏剧主题公园，内部分为56个空间，融合了夯土墙、万亩麦田、地坑院等中原文化元素，拥有21个大小不一的剧场，观众可随剧情在不同空间内行走，剧目总时长近800分钟。

这里八成观众来自省外，85%的观众是18至35岁的年轻群体，重游率达到常规主题乐园的5倍。

“幻城的戏剧、建筑、音乐、商业、服务等，都围绕‘情绪’展开。”“只有河南”品牌负责人刘凯鹏将这里比喻为一个巨大的“情绪场”。

今年暑期，全国各地现场演出热度惊人。在社交平台上的，“开票即售罄”是常态。有网友调侃，抢热门演唱会门票的难度，不亚于春运抢火车票。

“看演唱会更像是一次集体旅行。”从广西南宁到北京看五月天演唱会的何子昕，向“新华深读”记者分享了作为一名粉丝的密集行程——逛快闪店、抽盲盒、打卡朝阳公园“水上五球”艺术装置……一天行走超3万步。

据中国演出行业协会测算，大型演出对其他消费的平均带动系数达到1:6.85——每1元票房收入，能撬动近7元的衍生消费。2025年，全国5000人以上大型营业性演出在票房之外，直接撬动交通、住宿、餐饮、旅游、购物等关联消费超2200亿元。

国庆假期，这种为体验而来的消费热度在不同场景延续。

山城重庆，5000架无人机电点亮夜空，游客在光影交织中感受山城魅力；山西晋城，小南村二仙庙内，游客在900多年前的古建斗拱间驻足，一旁由闲置建筑改造的“仙阙

咖啡馆增添独特体验；多地古城、街区推出夜游、灯光焰火、非遗表演等活动，吸引游客留下来、慢下来。

外媒纷纷关注到这种变化。路透社报道称，国庆假期中国游客的旅行半径进一步扩大，延长住宿天数、深度游成为新特点。美联社关注到，北京故宫周边年轻游客体验传统服饰、妆造热度上升，人们乐意为文化体验、个性玩法和沉浸式服务买单。

体验型消费的外延，比想象的更大。多家研究机构报告认为，中国体验经济已构建起多元产业布局，涵盖文旅景区、品质住宿、演艺娱乐、特色餐饮、文创潮玩、银发康养、入境旅游等多元核心赛道，各业态跨界融合、协同发力，推动体验经济成为消费增长的新引擎。

值得关注的是，体验型消费并非年轻群体的“专利”。新中产、银发族、亲子家庭等不同圈层消费者，共同构成了体验经济多元消费基本盘。四川遂宁，6000多人次老年大学学员参与养心研学游；广东珠海，模拟飞行体验点燃小朋友们的蓝天梦想；上海崇明，多处田园疗愈综合体吸引压力较大的白领群体放松身心……

国家统计局数据显示，2025年我国居民人均服务性消费支出13602元，占人均消费支出比重46.1%；全年服务零售额同比增长5.5%，增速高于商品零售额1.7个百分点，反映体验类消费持续升温。

情绪、文化、社交、审美进入消费决策清单

在很多年轻人的工位上，都摆着几件“没什么用、但看着开心”的小玩意儿；也有很多人开始不买名牌包包，但更愿意花小钱去露营、探店喝咖啡了。

这是否意味着消费正在“降级”？

答案并非简单的“是”或“不是”。多位受访专家表示，消费降级通常指消费者压缩非必需实物支出，转向性价比。但体验消费涵盖文旅、演出、健身、课程等，消费面极宽。若可支配收入持续下滑，体验消费同样会被削减。因此，把减少名牌消费、转向体验消费简单归因为消费降级，在逻辑上并不成立。

观察近两三年的消费变化可以发现，消费者对部分大额耐用品和传统商品消费更加审慎，但在旅游、日常娱乐、医疗健康、教育培训等体验型、发展型消费领域，仍保有较强需求。

商务部国际贸易经济合作研究院副院长林健说，当前我国消费市场已进入“商品+服务”并重的阶段，随着人均收入水平提升，服务消费增速超过商品消费是经济发展的客观规律。

美国学者约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩曾在《体验经济》一书中提出，体验经济是继农业经济、工业经济、服务经济之后，人类经济发展的第四阶段。在作者看来，服务经济以无形服务为价值载体，而体验经济则更进一步，将消费者的

亲身参与和情感体验本身作为经济价值的源泉。消费者不再只是被动接受商品，而成为体验价值的参与者乃至共创者。

前沿科技为这种价值重构提供了现实条件。

江南古典园林苏州拙政园，日场参观结束后，数字光影技术让园内亭台水榭再次“苏醒”——水面灯影摇曳，字画、花木、楼台在光影下被重新勾勒，游客沿夜游路线前行，沿途不时有昆曲唱段、古乐演奏与情景表演穿插其间。

“人工智能、大数据、物联网等前沿技术被广泛运用于体验场景的构建之中，加之我国数字基础设施和移动支付生态高度普及，线上种草、线下体验、社交分享、即时消费能够形成完整闭环。这种‘内容传播—场景体验—社交裂变’的联动能力，是许多国家难以复制的。”浙江大学管理学院教授吴晓波说。

此外，中国体验消费市场还有自身独特的“土壤”。

一方面，我国拥有14亿多人口和世界上规模最大的中等收入群体，超大规模市场的创新动力和需求包容性，为产业升级注入强劲动能。另一方面，中国传统文化资源丰富。从汉服热、非遗热、国潮消费热，到沉浸式演艺、数字文旅、文博夜游等新场景不断涌现，中国消费者日益高涨的“本土文化表达”热情，为体验型消费提供了丰厚的土壤。

留住人心才拥有未来

“我在XX很想你”“想你的风还是吹到了XX”……这样的网红广告牌，在各地景区随处可见。有人开玩笑说，这提供的是“没有价值的情绪”。

当越来越多地方争相布局“体验赛道”，如何避免同质化竞争、真正创造独特价值，成为行业面临的重要挑战。

“很多景区、商业区千篇一律，不同商店售卖着相似的文创雪糕，很多游客拍完照吃几口就因口味不佳而丢弃。”经常外出旅游的肖先生直言，建筑风格相似的古镇、高度雷同的民俗表演、大同小异的文创产品，都令人感到审美疲劳。

体验“缩水”的烦恼，也在新兴业态中屡见不鲜。

在重庆做兼职“剧本杀”主持人的苏杨告诉记者，“剧本杀”门店经营门槛较低，行业价格战颇为突出，一些门店为了节约成本，甚至使用“10块钱3000本”的盗版剧本。“一旦消费者玩到剧情抄袭、道具缺失、错页漏字的盗版剧本，体验当然会直线下降。”

“由于体验消费高度依赖主观感受，消费者维权往往更困难。”北京市鑫诺律师事务所律师刘炳艇说，体验型消费不同于传统商品消费，其消费性质高度依赖主观感受，无法适用“七天无理由退货”等政策，建议消费者优先选择经营久、有口碑、服务信息透明的经营主体。

体验型消费同质化、空心化的原因何在？

“问题的根源并不只是创意不

足。”清华大学经济管理学院副院长何平认为，一方面，体验产品具有创新投入高、回报周期长、难以标准化复制等特点，但现阶段这一领域知识产权保护力度不足，原创剧本、场景设计极易被“山寨”，导致形成“劣币驱逐良币”的市场局面。

另一方面，何平表示，消费热点快速迭代，高品质体验项目需要紧跟潮流变化，持续开展文化创意挖掘、内容策划迭代与精细化运营管理。单纯打造一处网红打卡点位门槛相对较低，但想要持续产出新意，维系消费者复访意愿，则难得多。缺乏成熟IP支撑的体验项目，红利期往往较短，也难以获得资本市场的较高估值。

政策层面，国家和地方正持续释放支持信号，引导体验型消费高质量发展。

2026年1月，国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，明确支持发展“情绪式、体验式服务”。

近日印发的《扩大消费“十五五”规划》明确培育体验式消费，提出以消费体验为重点，培育消费新业态新模式新场景。

聚焦做优消费供给、拓展消费场景，国内城市消费培育的重心正从简单追求规模扩容，转向深耕消费品质、培育良性消费生态。

上海打造“上海之夏”“首发上海”等品牌；北京培育泡泡玛特城市乐园、首钢园等沉浸式体验消费场景；天津推动“小洋楼”活化利用，引入艺术策展、文化创意等业态；重庆依托山城特色资源，打造“江崖街洞天”特色消费场景。

体验消费模式也在不断催生新职业，孕育产业发展新空间。

梳理人力资源社会保障部发布的新职业、新工种，无人机群飞行规划员、农村集体经济经理人、咖啡加工工、旅拍定制师等均与体验型消费场景息息相关。

中国新就业形态研究中心发布的数字平台中的青年新职业趋势研究报告显示，随着人们消费观念向“体验与成长”转型，闲鱼平台涌现出“MBTI分析师”等副业，2025年此类订单量同比翻倍，超过四成的受访者表示相关副业收入占其总收入的30%以上。

而对于消费者个体而言，体验型消费本质上是一种“时间消费”。针对消费时间的制约，多地探索灵活假期模式。

“不少地方通过春秋假制度、完善带薪休假、发展夜间经济等，破除制约体验消费的体制机制障碍。”国家发展改革委国家信息中心宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

褪去网红流量的喧嚣，中国体验经济的长远价值，不在于短暂的打卡狂欢，而在于通过场景创新、文化赋能、服务升级，满足消费者不断提升的高质量新需求，让产业实现价值升级。只有跳出同质化内卷，深耕差异化价值，这个万亿级产业才能持续焕发活力，成为中国经济的强劲新动能。（记者 王丰 吴玉雨 萧统一 骏 李文哲 江汉）

（新华社北京10月12日电）

我国牵头推动研制形成首个国际职业教育标准

新华社北京10月12日电（记者 魏冠宇）由我国牵头推动研制形成的首个国际职业教育标准《北京协议》即将发布。这是记者10月12日在教育部举行的2026年世界职业技术教育发展大会新闻发布会上了解到的。

据悉，《北京协议》以我国职业教育实践为基础，吸收世界各国职业教育发展经验，文本涵盖世界各国职业教育广泛关注的价值、体系、治理、保障、行动等部分，旨在推动建立全球质量认证与互认机制，促进各国职业教育标准和职业资格互通互认。

我国大遗址保护体系日趋完善

新华社郑州10月13日电（记者 徐壮）记者从13日在河南郑州举行的全国大遗址工作会上了解到，我国大遗址保护体系日趋完善，考古研究不断深入，展示水平显著提升，管理体系逐步形成，考古遗址公园纳入新修订文物保护法，示范带动文物保护利用改革向纵深发展。

大遗址主要包括反映中国古代历史各个发展阶段涉及政治、宗教、军事、科技、工业、农业、建筑、交通、水利等方面历史文化信息，具有规模宏大、价值重大、影响深远特点的大型聚落、城址、宫室、陵寝墓葬等遗址、遗址群及文化景观。

据介绍，我国将大遗址纳入中华文明探源工程、“考古中国”重大项目，推动人类起源、农业起

“在协议文本研制长达一年多的时间里，我们先后邀请了40多个国家的教育部门、产业部门、行业协会等参与协商、讨论，不断完善。”教育部职业教育与成人教育司司长彭斌柏介绍，截至目前，已有46个国家认同认可。

协议将在2026年世界职业技术教育发展大会部长级圆桌会议上讨论通过，并在大会闭幕式上正式发布。为落实协议，相关国家、行业组织还将签署职业教育合作谅解备忘录。截至目前，我国已与20多个国家、6个领域行业组织完成签署或达成签署意向。

源、文明起源、统一多民族国家形成发展等重大历史问题研究取得新突破。大遗址成为坚定文化自信的活力源泉，近三年，国家考古遗址公园年游客总量达2.6亿人次，年均同比增长10.17%。

会议研究部署新时代加强大遗址保护利用的任务举措，强调要以高水平考古为引领，提升大遗址文明研究能力，推动大遗址成为建设中国特色中国风格中国气派的考古学的重要平台；要以可持续保护为根基，坚持依法科学保护，压实文物安全责任；要以高品质展示为支撑，优化大遗址文化服务效能，更好实现文物价值、服务人民群众；要以高效能管理为保障，增强大遗址传承发展活力，推动“十五五”大遗址高质量发展迈上新台阶。



10月13日是第37个国际减灾日，主题是“建设安全韧性家园”。天津消防救援局提醒：按照新国标，常备家用应急包。手电筒、急救用品、饮用水、应急食品、常用药品……平时备齐，用时才不慌。

新华社发 曹一 作

遗失声明

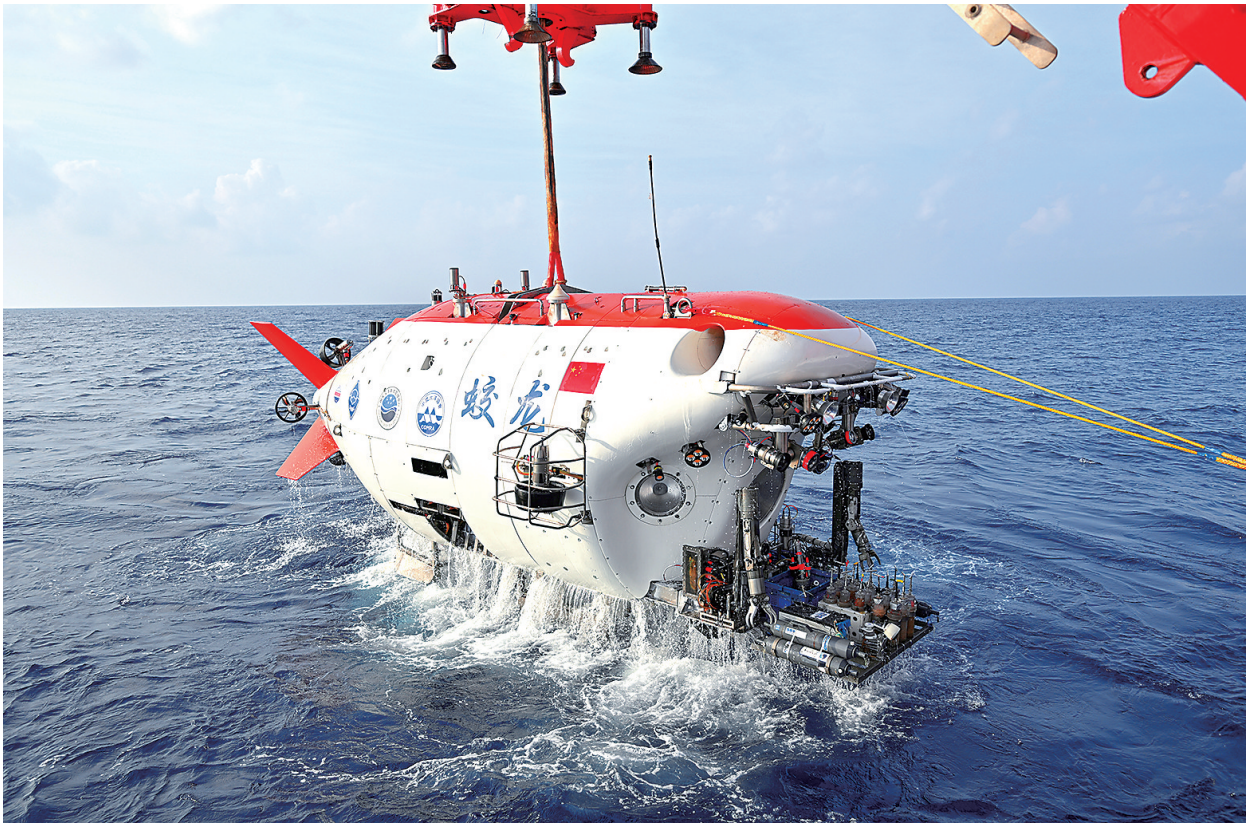
●刘运福不慎丢失项城市湖滨路东明建花园小区十二号楼二单元三楼西户的房屋产权证，产权证号：00011882，声明作废。

2026年10月14日

送达公告

周口金固商砼有限公司(统一社会信用代码:91411600569823503A): 国家税务总局周口市川汇区税务局城南税务分局下发《社会保险费征收决定书》(周川税费征决[2026]1001号),限你单位15日内缴清社保欠费合计62993.21元及其对应滞纳金。因你公司停业失联,无法直接送达或邮寄送达,现公告送达。本公告刊登满30日即视为送达。逾期仍未缴纳,我局将依法强制执行。如对本通知不服,可在公告送达后60日内申请行政复议或6个月内向川汇区人民法院起诉。

国家税务总局周口市川汇区税务局城南税务分局
2026年10月14日



这是“蛟龙”号完成第467次下潜作业后出海回收(10月11日报)。

10月11日,“蛟龙”号载人潜水器顺利完成第467次下潜作业。此次下潜深度约4400米,“蛟龙”号完成了深海原位生物观测拍摄和深海岩石、沉积物、海水等样品取样工作。科考人员在“蛟龙”号回收后便紧锣密鼓地开展样品回收和数据处理工作。

新华社记者 李鑫 摄