



①怀远夜市人气火爆。 宁夏日报报业集团全媒体记者 张艳丽 摄
②各类防晒护肤品琳琅满目。 本报记者 蔡莹郁 摄
③进入7月后，泾源县胭脂峡旅游景区游客与日俱增。（照片由受访单位提供）
④高温下外卖爆单。宁夏日报报业集团全媒体记者 张雪梅 韩胜利 摄

走市场

烤验

编者按

近期,高温天气催热“避暑消费”市场,清凉商品不断上新,防晒用品需求量激增,避暑游持续火热,富有特色的夜市吸引客流……炎炎夏日,“清凉经济”正释放强劲消费动能。

怀远观光夜市:

夏夜烟火中的都市脉搏

宁夏日报报业集团全媒体记者 张艳丽

7月17日傍晚,银川市西夏区怀远观光夜市华灯初上,5万名游客和居民,开启了一场热辣滚烫的都市夜生活。6月中旬以来,这里的客流整体增加了20%至25%,暑期日均客流量达5万人次,较平日增加1万至2万人次,以外地游客、家庭组团游居多。

20时,人气鼎盛,摩肩接踵的人流从凤还桥涌入市场,烟火气升腾至峰值。

在奴尔麦辣条店,店长杨彩虹和3名店员各负其责,称重、装袋、打包,忙得不可开交。近几天持续高温,店里19时至21时是客流高峰期,一天能卖近400公斤辣条,“麻得开心、辣得火热,这味道太对了。”专程到访的江西省南昌市游客黄女士,带着女儿来怀远夜市打卡。

来怀远观光夜市怎能不吃牛肉饼呢?距此20米开外,蕃坊酥小蒙牛肉饼店门口从17时起,顾客就开始排队接龙。蕃坊酥小蒙牛肉饼负责人蒙亚明介绍,“进入暑期后,客流比以往增加了两成,每天能卖2000张饼。”四川游客冯女士一边扇着扇子,一边等候。“饼子现擀现烙,牛肉香嫩可口,太美味了。”拿到饼后,冯女士咬下酥脆面皮,连连夸赞。

吃完肉香汁多的牛肉饼,转角就遇到马太公小炒黄牛肉拌面店。在该店后厨,厨师将现切的黄牛肉倒入滚油中爆炒,红葱和胡麻油的香气瞬间四溢。“天气越热,生意越好。”马太公小炒黄牛肉拌面创始人马纪高兴地说,近期客流增加了两成,外地游客占六成。

面对暑期客流激增与高温挑战,怀远夜市管理公司——银川君美盛经营管理有限公司采取多项措施。该公司市场部经理梁正宝说,每年暑期中的7月、8月是夜市“高峰期中的高潮”,可谓是越热越火。怀远观光夜市餐饮店铺257家、文旅百货60家、小百货117家,其中最引流的当数餐饮区各类特色小食。

“为应对近期高温天气,商户延长配餐、准备食材的时间。同时,在市场内配备了小药箱,内置藿香正气水、清凉油等应急物品,以备不时之需。”怀远观光夜市负责人王文彦介绍。

怀远观光夜市已形成集餐饮、文化、旅游、休闲、观光、体验等多业态于一体的夜间经济消费综合体。“今年1月至5月,夜市共接待游客630.8万人次,营业收入达1.84亿元。6月接待游客260万人次,营业收入达7900万元,预计7月、8月有望再创新高。年均接待消费者超900万人次,营业收入逾10亿元,累计解决就业人数超1万人,稳居宁夏夜间经济标杆地位。”西夏区商务和投资促进局相关负责人介绍。

防晒产品销量攀升:

高温催热『防晒经济』

本报记者 蔡莹郁 实习生 林婧

夏日的银川街头,骑行爱好者们佩戴着包裹严实的防晒面罩,妈妈为孩子仔细调整着“脸基尼”,身着轻薄防晒衣的通勤族行色匆匆……入夏以来,高温天气不仅炙烤着大地,更催热了“防晒经济”。记者走访发现,防晒已从单纯的美白诉求,迅速演变为关乎健康和品质的刚需。

暑期,是不少人外出游玩的旺季,旅游、露营、游泳等活动增加,使得防晒产品销售火热。“去年还嫌防晒面罩捂得慌,今年就这紫外线强度,出门不戴它心里真不踏实。”在银川市新华百货迪卡侬店的防晒用品专区,市民张莉说。

在金凤区阅彩城的蕉下店,几位顾客正在挑选防晒衣。“我的防晒服穿了两年了,想着换一件。刚好今天店里做活动,3件产品打八折,我还可以再买个防晒帽,今年的防晒用品就够用了。”市民梁女士说。

消费者的选择标准也日益清晰和精细化。基本防晒功能是底线,而“透气”“凉感”“轻量化”“耐磨”等复合功能成为重要加分项。“现在顾客来了,会先翻吊牌看UPF(紫外线防护系数)值标注是否清晰、是不是符合国家标准,然后上手摸面料,问工艺,最后才比价格。”蕉下品牌导购马莉介绍道。

防晒经济热潮的背后,是消费者对防晒认知的深刻转变。“以前买防晒产品主要是怕晒黑,现在大家更担心的是紫外线对皮肤的长期伤害,晒伤、光老化都是关注点。”金凤区阅彩城屈臣氏的导购人员说。

在选购防晒用品的人群中,男性消费者也逐渐成为防晒“新力量”。“以前觉得男人涂防晒霜、穿防晒衣有点矫情。”正在为儿子选购防晒衣的赵先生坦言,“上次户外活动晒脱了皮,现在明白了,防晒也是保护健康,该用就得用。”

“防晒”曾是化妆品领域的关键词,如今已扩展至护肤、服装、配饰、出行等多个门类的综合需求。相比过去以遮阳伞、太阳镜为主的简单遮蔽,如今消费者更注重专业性、舒适性与场景适配性:户外骑行人群偏爱透气防晒帽、面罩一体设计,通勤白领倾向选择具备UPF防晒认证的轻薄外套,年轻群体在防晒的同时追求时尚,推动“科技面料+潮流设计”的融合产品不断涌现。

消费者的热情直接反映在销售数据上。京东618销售数据显示,全周期内,原纱防晒衣成交额同比暴涨150%,超高倍防晒霜增长140%,而防晒面罩、“遮阳帽+防晒口罩两件套”等物理防晒装备成交额更是同比翻倍。消费者防晒意识的觉醒和需求的精细化、理性化,正推动“防晒经济”这一赛道持续扩容并走向成熟。

清凉旅游持续升温:

固原18℃的夏天『出圈』

本报记者 常宽 师越

“我和舞龙队的20多名姐妹在固原避暑,玩得很高兴!”7月20日,银川市兴庆区居民吴桂英在朋友圈分享凉爽。连日来,清凉旅游持续升温,夏季平均气温约18℃的固原市反向“出圈”——六盘山国家森林公园、老龙潭、胭脂峡等旅游景区游客络绎不绝,每一处都能让游客尽享清凉。

在泾源县胭脂峡旅游景区,游客们沿着蜿蜒的山路拾级而上,不时驻足拍照。峡谷中凉风习习,瀑布溅起的水花带来阵阵清凉。胭脂峡位于泾源县城东北约八千米处,全长约45千米,以奇峰、怪石、彩瀑等自然景观著称。来自西安市的游客杨艳特意带着家人来到固原市避暑。“泾源县的景色好,天气也不热,还能吃到好吃的牛肉,明年一定会再早点带家人来这里过夏天。”杨艳说。据胭脂峡旅游景区负责人介绍,该景区6月每日接待游客100多人次,进入7月后,景区平均日接待量400余人次。

“白天我逛了隆德博物馆、老巷子景区,回到酒店还能喝到养生茶,避暑又养生。”在隆德县龙城酒店大堂,来自兰州市的游客王斌被酒店前台的康养展柜吸引得迈不开腿。隆德县西门中医养生堂负责人介绍,展柜中摆放着黄芪、金银花等中药材制成的养生茶饮,以及艾草香囊等用品,具有清热解毒、消暑降温的功效,可为游客提供独特的养生体验。

隆德县今年实施康养元素进酒店行动。在该县龙城酒店、汇德大酒店、六盘山国际酒店等民宿酒店增设康养产品个性化服务和展柜,并开展以中药材熏蒸、针灸、推拿等方式为主的中医康养体验服务。

为了让更多游客走进固原、爱上固原,固原市推出“引客入固”专项奖补政策,对旅行社组织游客乘坐旅游包车、专列、大巴车及自驾到达固原旅游分别给予不同奖励,并设置最佳送团旅行社奖和旅游市场宣传促销奖。

今年以来,固原市已成功举办六盘山山花节、“丝路明珠·星耀六盘”固原市第二届文创产品(作品)设计大赛等480余场次活动,打造“市县联动、全域覆盖、主题多元”文旅活动矩阵,带动文旅消费增长。对接甘肃省庆阳市、平凉市推出跨区域旅游联动线路,引入跨省份旅游专列,接待游客超2300余人次。推出多条精品旅游线路,其中“浪漫花海醉美六盘”之旅入选文化和旅游部“花期乡遇”主题乡村旅游线路,“清凉永固·养气之原”入选全国暑期避暑旅游线路。

高温‘点燃’宅经济:

『解暑订单』增幅显著

宁夏日报报业集团全媒体记者 张雪梅 韩胜利

35℃、36℃、37℃……当气温一天天上升,除了上下班,不少人选择“非必要不出门”,宅在空调房避暑,“解暑订单”也随之而来。随着高温持续攀升,冰镇饮品、外卖冷饮和防晒用品等“清凉消费”迅速走俏,成为夏日经济新的增长点。

银川市民刘晓芳退休在家,之前从不点外卖的她近期却成了点外卖的高频用户。“实在太热了,出去走不了多远就感觉要中暑。”进入7月以来,她不但学会了点外卖,还学会了线上买菜、买药、找空调维修工等“新技能”。

来自各大电商平台和外卖平台的最新数据显示,高温天气正强力助推“宅经济”升温,线上购物、外卖点餐、生鲜配送等“指尖消费”订单量同比增幅普遍超过30%。

7月16日7时,“饿了么”银川市兴庆区新就业劳动者驿站东城站开门营业,调度员丁国梅的电脑上的订单提示音此起彼伏,除了传统的包子、油条、鸡蛋等,冰

饮料、冰豆浆的订单量比上周增加了近五成。10时到15时是一天中最热的时段,也是外卖订单的高峰,“解暑订单”增幅更为显著——每名骑手的保温箱里都塞满了冰镇饮品、生鲜食材和预制菜,“单量像气温一样‘飙升’,平时一天100单左右的蜜雪冰城,现在能冲到三四百单,四五十名骑手根本不够用。”

丁国梅介绍,该站点日均单量从1500单跃升至2400单,骑手队伍临时扩充到60人,仍难掩忙碌。“每人每天得多送7到10单,相当于多跑50公里。”丁国梅坦言,骑手们的状态是“幸福与痛苦并存”——收入上涨的同时,高温炙烤、交通压力也成倍增加。为此,站点和社区联合,为骑手们准备了藿香正气水、冰凉贴,还配备了冰箱储存降温物资,甚至招募假期工缓解人力紧张。

26岁的白林霞4月初加入骑手队伍,每天从7时忙到22时。白林霞表示,对她而言,高温是最大的考验,但系统优化的送单顺序帮了不少忙,“按系统规划的路线跑,尽量让顾客快点拿到冰凉的饮品。”

“往常点外卖的以年轻群体为主,现在不少老年人也加入了‘点单大军’。”美团外卖银川兴庆区相关负责人马迪娜表示,午餐、晚餐时段的外卖订单量同比增长30%以上,单价上涨趋势也比较高。

当高温成为“宅”的理由时,“宅经济”已不再是简单的“懒人之选”,而是消费升级与数字技术融合的产物。电商平台的智能推荐算法让“想要的”主动找上门,外卖骑手的路径优化系统缩短了等待时间,即时零售的供应链网络让“小时达”成为常态。

“清凉经济”火热背后也需防中暑

强永利

随着多地气温突破35℃,冷饮、防晒、夜经济等“清凉消费”持续走俏,需求场景的细化,映射着生活方式的多元化与对品质的精准追求。

从“防晒焦虑”到“避暑经济”,高温天气正在催生新型消费生态。银川街头的“蒙面骑士”、年轻妈妈手中的“脸基尼”、通勤族轻薄的防晒衣,防晒产品跨越年龄界限开始普及。从“非必要不

出门”到“指尖上的清凉”,再到固原市凭借夏季平均气温18℃的避暑优势,让“清凉”成为硬通货及气候资源变现的典范,其背后折射的不仅是气候应对策略,更是“防晒就是保护健康”的理念正深入人心。

高温终将退场,但这场“清凉经济”热潮下,仍需要冷思考。高温之下,相关行业热闹的背后

依然潜藏着“中暑”风险。当银川市民刘晓芳从抗拒到熟练地指尖轻点外卖,当蜜雪冰城的日订单从100单飙升至400单,当骑手白林霞在烈日下日行数十公里,我们需要考虑,骑手高温作业下的安全如何保障?当老人被迫学习手机点单时,是否意味着对这一群体还需给予更多的关怀?怀远夜市单日5万客流慕名而来,管理者配

备藿香正气水的细节说明,可持续的烟火气一定是以人性化服务为基底。如何将高温下的“驿站经验”扩展为更普惠的公共服务网络,为户外劳动者及脆弱人群编织长效防护网,值得思考。

酷暑之下,不忘为烈日下的奔跑者撑起制度遮阳伞,才能在炎炎夏日中织就一片可感的清凉。“清凉经济”火热背后也需防中暑。

责任编辑:褚思源 版式设计:狄虎
2025年7月23日 星期三