文旅市场刮起『学习风』

从『拍照打卡』到『动手学艺』

本报记者 **胡 静** □ **陈跃佳** 文/摄

图为游客在为景泰蓝小挂坠“点蓝”。

去珐琅厂“点蓝”，在香氛工作室制香……如今，越来越多的游客不再满足于走马观花式的观光打卡，而是愿意放慢脚步，在旅途中学习新技能。艾媒咨询发布的《2025年中国研学游市场发展状况及消费行为调查数据》显示，2025年中国研学游行业市场规模达2132亿元，预计2026年将攀升至2422亿元。记者采访发现，今年暑期，从“看风景”到“学手艺”，以非遗手作、技能学习为核心的文旅消费持续升温。

比起观赏更渴望“亲手做”

在“学习型旅游”中，非遗体验无疑是最具代表性的选项之一。去景德镇学拉坯、去苏州体验刺绣、去云南亲手做一条扎染的裙子……社交媒体上，不少游客分享自己在旅途中学习到的新技能和成果。

在位于北京市东城区的北京市珐琅厂手工体验室内，记者看到十余名游客正在体验景泰蓝制作过程中的“点蓝”环节，他们手持滴管，小心翼翼地将釉料填入铜丝纹样的缝隙中。北京市珐琅厂副总经理刘鹏倩告诉记者：“暑期以来，每天参与体验的至少有四五十人。很多游客主动要求体验景泰蓝制作过程，还有学生因为感兴趣，让家长带着过来参加体验课。”

为了让更多游客能“学有所成”，北京市珐琅厂今年推出景泰蓝小挂坠制作体验项目，游客制作完半成品后，工作人员现场烧制打磨，一小时左右成品即可出炉。“在这里，游客既能体验到景泰蓝的核心制作工艺，又能当场拿到自己亲手制作的作品，了解非遗文化的积极性更高了。”刘鹏倩介绍。

这种“亲手做”的热潮，既体现在传统非遗项目中，也延伸到各类新潮手作体验上。在北京798艺术区的缓山香氛店，DIY（自己动手）调香活动吸引了不少游客。选香材、试香、调配比例、灌装成品，整个过程虽然需要一两个小时，但许多游客乐在其中。该店店长彭天慈介绍：“来体验的客人中有六成左右是外地游客，大家来这里并不是为了买一瓶香水，而是享受亲手调配的过程。安安静静做一瓶专属于自己的香氛，既有成就感，也能舒缓心情。”

旅行变成“进修课” 拉长消费链条

上述“学习+体验”的旅行模式正出现在越来越多的文旅场景中，重塑文旅产业形态。记者在采访中得知，体验之外，不少游客还有更进一步系统掌握一门技艺的需求，他们不再满足于一两个小时的浅度体验，而是愿意花更长时间系统学习。彭天慈介绍：“缓山香氛与上海香料研究所合作开设专业调香课程，从基础辨香教起，目前已经举办了六期。不少外地学员是因为想从事香氛行业才专门来北京学习的，一边旅游一边进修，两不耽误。”

为什么人们愿意选择在旅行中学习一项新技能？业内人士表示，一方面，传统文化热、手作热的兴起，让非遗技艺、传统工艺重新走进大众视野，激发了游客的好奇心和想亲手体验的欲望；另一方面，比起千篇一律的打卡照片，亲手制作的作品、新掌握的技能，更能成为旅行的独特记忆。

与此同时，这种旅行模式随着其商业形态的成熟，逐渐成为了新的流量入口，并带动消费链条延展，形成“游、学、购、宿”的消费闭环。例如，海南省三亚市海棠区后海村从一个小渔村变成全国最大的冲浪新手培训基地，短短几百米的沙滩上聚集了十几家冲浪俱乐部，“三天包会”的套餐带动周边民宿、餐饮等消费增长；在江西景德镇，许多工作室推出长期系统班及短期精品班陶艺课程，教游客拉坯、绘画、上釉等工艺，当地某工作室负责人透露，体验项目日营业额在流量高峰时能达到1.5万元。

图为游客在学习调香。

对于这种变化，传统非遗企业同样感受深刻。刘鹏倩告诉记者，北京市珐琅厂举办夜场文化体验季活动，从白天的博物馆、体验课延伸到晚上的市集、展演和公益讲座，游客主动“留下来”的时间越来越长。在她看来，体验项目不只是一个产品，更是一个流量入口，带动了整条消费链。

业内专家表示，从“观赏”到“上手”，游客从观看者变成了体验者，从消费者变成了创作者。在旅行中学习，在体验中收获，这种新的文旅形态不仅丰富了出游的内涵，也催生了多元消费场景，为文旅市场注入新的活力。

部分场馆暑期文创商品销量增长40%—50%

“博物馆奇妙夜”让“文博经济”摆脱单一门票依赖

本报记者 **赵 曦** □ **王雅舒** 文/摄

暑假来临，“博物馆奇妙夜”活动持续走热，成为亲子出游的热门选择。多家博物相关活动一上线即售罄，一票难求。记者走访发现，博物馆夜宿体验不仅创新科普形式，更大幅拉动文创、研学等衍生消费，部分场馆暑期文创商品销量增长40%—50%。

在博物馆过夜是什么体验、有哪些新玩法？该模式火爆背后又面临哪些挑战？日前，记者带着一系列疑问采访了国家动物博物馆、上海自然博物馆、广州正佳自然科学博物馆相关工作人员，一探博物馆夜宿活动的“奇妙”之处。

活体动物夜巡、全馆熄灯探索 博物馆夜宿各显神通

夜幕缓缓落下，日间往来不绝的游客陆续离场，本该与夜色一同沉寂的博物馆却依然灯火通明。傍晚七点，数十组亲子家庭如约而至，他们不只是来看展品，更将开启一场从科普探索开始，至深夜搭建起帐篷与珍稀标本相伴入眠的完整夜间旅程。

今年5月，上海自然博物馆正式上线2026年“博物馆奇妙夜”活动，一大一小亲子票售价1580元。“每期活动上线后，基本1—2个小时，180组名额就全部售罄。”上海自然博物馆夜宿活动项目负责人王敬轩对记者说。

区别于日间游览，王敬轩介绍，“除了常规的全馆讲解以外，观影、主题演出、主题话剧等活动应有尽有。不仅如此，馆内全楼层还分布着侦探、科学家、魔法师等非玩家角色与游客进行互动，小朋友完成互动挑战就能领取对应礼品，每个人都兴致满满。”

“2009年开馆不久，我们就启动了‘博物馆奇妙夜’项目，算得上北京最早一批开展博物馆夜间活动的场馆。”国家动物博物馆科普与宣传部主任孙路阳告诉记者，今年国家动物博物馆推出夜行动物专场，与常规“博物馆奇妙夜”活动不同，入夜后馆内实行全馆熄灯，讲解员和亲子家庭仅能借助手电筒光源在馆内进行探索。

“很好玩，老师的讲解特别有意思，总是‘爆梗’。”9岁的辰辰笑着对记者说，她最开心的是能亲手摸到鲸须标本。辰辰与母亲两人参加“博物馆奇妙夜”活动，总花费为1100元。

“这就像一把钥匙，打开了孩子们探索自然科学的大门，近距离沉浸式接触标本、感知自然世界后，孩子能够萌发浓厚的探索兴趣，真正爱上自然，主动渴求知识。这也是我们想要看到的。”国家动物博物馆讲解员杨锷说。

广州正佳自然科学博物馆凭借馆藏恐龙化石，天然具备沉浸式夜间探索的优势，也颇受消费者欢迎。“做夜宿活动的初衷是为了帮助亲子家庭圆‘与恐龙共眠’的梦想。”正佳自然科学博物馆科普中心经理陈一丹表示，裸展化石的天然优势让场馆得以突破传统陈列方式，打造独一无二的沉浸式夜间体验。

图为参加国家动物博物馆“博物馆奇妙夜”活动的游客正在文创商店挑选商品。

陈一丹介绍，正佳自然科学博物馆夜宿活动有一个特别环节——活体动物夜巡。熄灯后，讲解员会带领动物来到帐篷外“敲门”，在手电筒的照射下，让游客通过影子猜测帐篷外的动物品种，猜对后还可以进行零距离的触摸。每位游客都有机会触摸到羊驼、玉米蛇等动物。

“天台观星、恐龙化石探秘、活体动物巡场、主题手工制作……这些项目均包含在每人580元的票价内，一大一小两人为1160元。同时，我们还为成人游客开发AR枪战、主题推理游戏等专属玩法的‘夜逃’活动。不少亲子家庭和成人游客向我们反馈，活动非常新奇，不仅可以学到知识，还能玩得尽兴。”陈一丹说。

40%—50%的文创消费增量 夜宿活动激发博物馆衍生消费

差异化、强沉浸的夜间体验不仅持续拉高场馆客流与人气，更直接带动文创、餐饮、研学等二次消费增长，推动文博行业从单一门票经济转向全链条体验经济。

“馆内1868特色西餐厅销售额在‘博物馆奇妙夜’活动中得到了大幅增长，文创商品销售也实现小幅增长。不少游客认可我们的服务，活动后主动报名参与馆内常规研学课程。综合来看，每场夜宿活动结束后，场馆整体衍生消费大约有10%—30%的提升。”王敬轩对记者说。

同时，国家动物博物馆文创商店负责人徐清（化名）也对记者透露：“暑期开展博物馆夜宿活动，文创商品销量与平日相比能增长40%—50%。”“北长尾山雀、珍珠鸟、朱鹮挂件我都买了，还有一些昆虫标本的冰箱贴。”一位参加活动的游客告诉记者，她在当晚的购物环节花费了218元。

市场火爆之下，博物馆夜宿的新业态也面临全新考验。如何守住科普公益核心定位，同时依靠市场化运营实现可持续发展，成为各大博物馆共同思考的课题。在北京旅游学会理事吴若山看来，“公”与“商”不应是零和博弈的“冲突”，而应该是谋求共生共赢的“共同体”。作为博物馆主营业务之外的“增值服务”，博物馆夜宿活动不仅不会伤害博物馆的公益性，反而可以通过建立“商业反哺公益”的闭环机制，进一步提升文博场馆等公共文化空间的服务水平和能力。

不过，在夜宿项目热度高涨的情况下，仍有亟待解决的难题。多家场馆负责人向记者坦言，“博物馆奇妙夜”活动的持续开展，不可避免地影响馆内成本管控及人员消耗。一场活动下来，讲解员和安保人员要全程跟随，活动排期密集时，工作人员往往需要长期驻馆。

“日间+夜间”的运营模式，让馆内运营成本居高不下。记者了解到，目前仍有部分开展夜宿项目的博物馆存在日间经营反哺夜间活动支出的情况。平衡人力投入、压缩运营成本，是博物馆夜宿项目从短期网红体验转向常态化文旅产品的关键突破口。

虽然运营存在现实难点，但市场反馈已印证夜宿模式的受众黏性。孙路阳透露，不少亲子家庭已经参与三四次博物馆夜宿活动，这一活动已然成为暑期亲子出游的优选项目。

“可以预见，博物馆夜宿绝非一阵转瞬即逝的风潮，它是文化和旅游深度融合的必然产物，也是博物馆创新发展的重要方向，未来有很大潜力成为常态化的文旅消费体验。”吴若山说。

在吴若山看来，博物馆夜宿的真正价值在于让陈列品不再冰冷，而是与观众离得更近、相处更久，让博物馆成为可互动、可触摸、可共情的“文化体验时空”，真正让场馆“火起来”、藏品“活起来”。

图为参加国家动物博物馆“博物馆奇妙夜”活动的游客正在观赏天牛标本。

图为国家动物博物馆“博物馆奇妙夜”活动现场。

手机摄影玩出“专业范” 撬动影像新消费

图为消费者在体验手机增距镜的拍摄功能。

本报记者 **胡 静** □ **陈跃佳** 文/摄

如今的手机卖场，展柜里展示的除了手机，还有三脚架、补光灯、增距镜、摄影手柄等影像配件。随着摄影功能及成像效果逐渐成为消费者选购手机的重要考量，“潜望长焦”“徕卡影像”这些曾经属于专业相机领域的术语，如今频频出现在手机摄影的介绍中。从旗舰机型的影像竞赛，到外接镜头、专业摄影手柄等配件热销，手机摄影正在从一项基础功能演变为一条覆盖硬件、软件、服务的完整消费链条。

专业配件与摄影套装成“新宠”

在智能手机销售市场整体趋于平稳的背景下，高端影像旗舰手机及其专业配件却逆势撑起了新的增长空间。

“10倍光学变焦堪比专业相机，即使放大20倍效果也不错，参数都调好了，只需要按动快门就可以出片。”在北京市新城广场OPPO手机品牌门店，消费者正在体验OPPOFind X9 Ultra机型的增距镜拍摄效果。工作人员告诉记者：“今年4月上市的这款手机摄影套装备受欢迎，首销当天，店里售价12000元的全套机型就卖了7台。”

这样的热销并非个例。在京东MALL北京南三环店vivo手机销售区，展示柜上由手机、增距镜、补光灯、兔笼摄影支架组成的拍摄套装也受到许多消费者青睐。店员杨博（化名）介绍：“这套长焦套装是演唱会的热门拍摄设备，不少传媒设备租赁商家会批量采购，一订就是几十套，对外出租给观看演唱会且想获得专业拍摄效果的观众。也有部分摄影爱好者会直接购买全套设备，日常外出游玩基本不用再携带笨重的相机了。”

记者走访市场发现，当手机本身满足了“拍得到”的基础需求后，“拍得好”的进阶诉求带动配件市场快速扩容，并且呈现出明显的细分赛道。一端是品牌专属的高端专业配件，其与旗舰机型深度绑定，通常只能与本品牌手机配合使用，形成生态壁垒。记者在OPPO、vivo等门店了解到，其外接摄影设备均不支持跨品牌使用。另一端则是电商平台上销售的通用型手机摄影“搭子”，其价格亲民、适配性广。例如，天猫热销榜单中一款售价124元的自拍杆，拥有稳定拍摄、一键变焦、前后摄像头切换和补光灯等综合功能，近30天内销量突破900件，可以满足普通消费者日常自拍、旅行记录的轻量需求。

行业从“卷参数”转向“卷体验”

记者在采访中发现，手机影像消费多元化的背后，是消费者对便携和专业的双重诉求。“相机我也有，但实在太沉了，平时拍照还是手机方便。”消费者王女士对记者说，专业单反相机加镜头动辄重达两三公斤，而影像旗舰手机重量在200克左右，加上增距镜套装也不超过500克。随手可拍、出片好看、即时分享的优势，让手机在全民摄影时代占据了上风。瞄准这一趋势，手机厂商一边联手哈苏、徕卡等专业相机品牌，推出成套的影像解决方案，一边又通过计算摄影、AI算法和外接配件，让手机在便携的前提下尽可能接近专业相机的成像质感，实实在在地提升影像体验。

影像质量评测实验室DXOMARK联合行业机构发布的最新报告指出，智能手机硬件升级空间已经触碰到物理天花板，这使得智能手机影像的竞争正从单纯的“卷参数”向“卷体验”过渡。

增距镜市场的变化正是这一趋势的缩影。作为安装在智能手机摄像头前端的外接光学镜头，增距镜能提高手机在远距离拍摄场景中的成像能力，在演出、赛事、旅行等场景中备受消费者欢迎。产业研究机构QYResearch调研显示，2025年全球手机长焦变焦镜头市场规模大约为19.58亿美元，预计2032年将达到29.32亿美元。与此同时，手机厂商针对长焦的争夺已经从单纯的倍数大战转向对中焦段画质和实用性的精细化打磨，以期带给消费者更好的使用体验。杨博对记者说：“相比去年推出的200焦段增距镜，我们品牌今年新出的400焦段增距镜不仅能辅助使用者拍得更远，在光学防抖、高刷追焦、动态目标跟踪方面都更加出色。”

记者还了解到，在“卷体验”的浪潮中，AI正成为影像处理的基础性组成部分。某手机品牌影像产品经理向记者透露：“目前全行业都在发展和应用AI技术，借助其实现拍摄体验增效是大势所趋。AI驱动的处理已嵌入从拍摄到编辑的整个流程，实现智能降噪、画面内容判断、辅助构图等功能，让用户获得符合审美预期的成片。”

业内人士表示，从“硬件堆料”到“体验为王”，从单一产品到全链条消费，手机影像的竞争已进入下半场。一边是厂商在AI算法、光学技术上的持续深耕，一边是配件、租赁等衍生市场的快速崛起，随着消费者对“拍出好照片”的期待不断提高，手机影像这条产业链还将延伸出更多新的可能。

公告栏

注销公告

武汉市新洲区旧街街戏迷协会会员大会决定，从7月27日起协会注销，统一社会信用代码：51420117347245357E，清算组成立进行清算。请债权人见报后30日内（未接到通知的自此公告发布之日起45日内），向本协会清算组申报债权。

2026年7月27日

注销公告

哈尔滨市阿城区电子商务协会，统一社会信用代码：51230112MJY520525T，经研究决议，拟向社会团体法人登记机关申请注销登记，现已成立资产清算小组。请各相关债权、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务，逾期视为放弃，联系人：初珊珊，联系电话：15568043444，特此公告。

注销公告

哈尔滨市阿城区悦然牙科疾病药物研究所，统一社会信用代码：52230112063692702G，经研究决议，拟向民办非企业登记机关申请注销登记，现已成立资产清算小组。请各相关债权、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务，逾期视为放弃，联系人：霍二伟，联系电话：13763439988，特此公告。

注销公告

哈尔滨市阿城区天智文化学校，统一社会信用代码：52230112086002727K，经研究决议，拟向民办非企业登记机关申请注销登记，现已成立资产清算小组。请各相关债权、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务，逾期视为放弃，联系人：李亚娟，联系电话：18846124003，特此公告。

声明

天津市南开区鑫欣旅游有限公司（统一社会信用代码：91120104MAKEUURK7R）于2026年6月15日遗失营业执照正、副本、公章、财务专用章、发票专用章、合同专用章、法人章（王欣欣），声明作废。任何单位或个人使用前述证照、印章签订合同、办理业务产生的一切债务、法律责任，均与本公司及法定代表人无关。

遗失声明

桦甸市龙威牧业有限公司遗失公章，编码：2202100007532，声明作废。

遗失声明

宝清县关福东汽车修理部（统一社会信用代码：92230523MA1990Q95M）遗失财务专用章、法人章（关福东）各一枚，声明作废。

遗失声明

瑞金市原象电子商务有限公司（统一社会信用代码：91360781MA35HJJW4N）遗失营业执照正、副本、公章、法人章（谢坤），声明作废。

遗失声明

都安瑶族自治县地苏镇小精灵幼儿园遗失都安瑶族自治县农村信用合作联社地苏信用社开户许可证，账号：7486120101099853802，核准号：J6291000623101，声明作废。

遗失声明

海拉尔区夜香阁烤吧（统一社会信用代码：92150702MA0NTNBB9N）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

保定市鸿飒再生资源回收有限公司遗失行政章，编码：1306078820778，声明作废。

遗失声明

布尔津县鑫英机械租赁部遗失公章，编码：6543210013034，声明作废。

遗失声明

上犹县正坤云五金经营部（个体工商户），统一社会信用代码：92360724MAD681UDX3，遗失营业执照正、副本，公章一枚，声明作废。

遗失声明

北京榆垡风桐养殖场（统一社会信用代码：92110115MA03D9E20A）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明

海南中唐生态农业有限公司（统一社会信用代码：91460000MA5TXKPKX6）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

海南川泽椰椰产业有限公司（统一社会信用代码：91460000MAE6W8FN8P）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

海南东方百丰农业开发有限公司（统一社会信用代码：91469007397988386N）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

海南东方兆业农业开发有限公司（统一社会信用代码：91460000MA5TGAD42L）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

拜城县大宛其绿山牛养殖农民专业合作社遗失公章，编码：6529260010397，声明作废。

遗失声明

嵊州市广大路灯安装养护有限公司遗失公章，编码：3306830019476，声明作废。

遗失声明

乌兰察布市集宁区城南里民谣酒馆（个体工商户，统一社会信用代码：92150902MAE2W63C2X，遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

乌兰察布市天合医疗器械有限公司遗失中国建设银行股份有限公司乌兰察布新区支行开户许可证，账号：15001666643052502731，核准号：J2030000879101，声明作废。

遗失声明

周口市城乡一体化示范区文昌办事处吕庄社区农村集体股份经济合作社遗失公章：4116060000513、财务章：4116060000514，声明作废。

遗失声明

台州市润润科技有限公司遗失公章，编码：3310041009962 2，声明作废。

遗失声明

海南晴天广告有限公司（注册号：4601000001568 35）遗失公章、财务章各一枚，声明作废。

遗失声明

泸溪县篮球协会遗失公章一枚，编码：4331221001034 2，声明作废。

遗失声明

桐柏县桐山淮茶业有限公司（统一社会信用代码：91411330MA3XF6UB1L）遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明

郑州言鼎电子科技有限公司（统一社会信用代码：91410104067566260H）遗失财务章、法人章（刘加茹）各一枚，声明作废。

遗失声明

准东经济技术开发区利准再生资源回收部（个体工商户）遗失公章，编码：6523250052435，声明作废。

遗失声明

天津市武清区畅富鑫源建筑工程有限公司（统一社会信用代码：91120222MA7MYCAE66）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

襄城县山头店镇姚庄幼儿园遗失公章，编码：4110250017308，声明作废。

作废声明

北京新舜建筑工程有限公司（统一社会信用代码：91110113102555539X2）作废财务专用章一枚，特此声明。

遗失声明

贵州华名福业商贸有限公司（统一社会信用代码：91520524MAE9AN6M6P）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

丰达投资控股（海南）有限公司（统一社会信用代码：91460000MAC15QC04U）遗失公章、财务章、法人章（王理宪）各一枚，声明作废。

遗失声明

内蒙古香宜坊餐饮有限公司（统一社会信用代码：91150902MAD68BW626）遗失公章一枚，声明作废。

作废声明

北京先驱高技术开发有限责任公司（统一社会信用代码：91110108102085949 4）作废发票专用章一枚，特此声明。

遗失声明

海南墅房房地产经纪有限公司（统一社会信用代码：91469036MA5TRWTNX1）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明

天津裕科石化设备有限公司（统一社会信用代码：91120112MAK8AGA967）遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明

晋中市榆次区乌金山镇晓峰车铺修理铺（统一社会信用代码：92140702MA7XR4XN6E）遗失营业执照正、副本，声明作废。

作废声明

北京亮美轩月餐饮服务有限公司（统一社会信用代码：91110115MA02A6G875）作废法定名称章一枚，特此声明。

遗失声明

天水元兴燃化有限公司（统一社会信用代码：91620500762373 41XB）遗失公章：6205000000680，声明作废。