

花样游泳世界杯总决赛在西安落幕 中国队勇夺7金

本报讯(记者 王战荣)6月15日,西安奥体中心游泳跳水馆,2025世界泳联花样游泳世界杯总决赛全部项目争夺。在最后一个项目——集体技巧自选项目角逐中,中国花样游泳队以233.0430分的成绩夺得冠军。至此,中国花样游泳队以7金3银1铜的成绩领衔收官,圆满完成本次世界杯总决赛的全部比赛。

集体技巧自选项目是巴黎奥运会集体项目的三个小项之一,也是本届赛事关注度最高的赛事之一。中国队参赛阵容为常昊、程文涛、冯雨、林彦君、巫竞妍、向玢璇、徐汇妍、张雅怡(替补:戴诗意、李岫宸)。

比赛开始后,中国队排在第9位出场,队员们带着以“秦俑魂”为主题的全新编排节目,依次投身到西安奥体中心游泳跳水馆的一池碧水当中。节目主题寓意“像秦俑一样穿越千年时光的史诗长河,用屹立诠释永恒的坚守和坚持”。最终,中国队如愿夺冠,西班牙队和墨西哥队分列二、三位。

面对新周期的全新挑战,此前在西安的经历,给中国花游队主教练张晓欢带来了编排灵感。“杭州亚运会结束后的转训阶段,我来到西安参观兵马俑、大唐芙蓉园,观看《赳赳大秦》《无界·长安》,近距离聆听西安这座历史名城的故事。”张晓欢说。巴黎奥运会结束后,张晓欢选择将极具西安文化特色的“秦俑魂”作为集体技巧自选节目的主题,通过世界杯总决赛向世界展示中华文化。

过去3天,2025世界泳联花样游泳世界杯总决赛在西安奥体中心游泳跳水馆精彩上演,来自中国、英国、澳大利亚、西班牙等16个国家的百余名运动员,围绕11个项目展开角逐。

本次赛事中国队派出一线主力阵容参加,在多个项目上展现出强大实力。前两个比赛日,中国队均获得3金1银,第三个比赛日获得1金1银1铜。



中国花样游泳队队员以精彩的表演获得集体技巧自选项目冠军。 本报记者 马昭摄

值得一提的是,11个项目中有5个项目与奥运会项目有关,它们分别是女子双人技术自选、女子双人自由自选、集体技术自选、集体自由自选、集体技巧自选,中国队

凭借强大实力,包揽了这5个项目的金牌。

赛后,张晓欢为西安精心的组织工作点赞,她说:“咱们场地特别漂亮,很多国外的队伍、国外的队

员都过来跟我说,西安这次比赛办得太好了,组委会特别贴心,照顾到了每支运动队的需求,他们都觉得特别高兴,希望以后能有机会再来西安。”

市井、文旅、运动齐发力 西安夏日经济多点开花

【 城墙根下,水果摊生意火爆,摊主们忙着称重收钱;大唐不夜城人潮涌动,汉服体验店订单不断;商场里也挤满顾客,夏日用品销量直线上升……入夏以来,这些火热的消费场景,实实在在拉动了城市经济。】

水果摊里的民生经济

6月14日傍晚,记者沿着建国门的城墙根走,看到一排水果摊紧密相连,西瓜、桃子等堆成小山,摊主们摇着扇子,大声吆喝:“西瓜便宜卖,保熟保甜!”“新鲜桃子,随便挑!”

50岁的王师傅擦着汗说,入夏以来,他每天能卖出去150多斤西瓜,收入比其他季节多了近一半。为了多卖点货,他特意推出西瓜切块服务,方便路人购买。来买水果的大多是附近居

民。62岁的赵阿姨经常来给孙子挑西瓜,“这儿的西瓜新鲜,走几步就到,比去超市方便。”她笑着说。

而年轻上班族小张则是下班顺路买些水果,“在这儿买桃

子,七八块钱一斤,价格合适,很省心。”

水果摊看似不起眼,却实实在在带动了就业和消费。摊主老李坦言:“虽然辛苦,但夏天生意好,能多赚些钱,日子也有盼头。”

汉服经济引爆夜消费

与此同时,傍晚的大唐不夜城早已热闹非凡。

雁南一路的一家汉服体验馆内,空调的凉风也无法驱散店内的火热氛围。三位化妆师全神贯注地为客人描眉点唇,手中的化妆工具上下翻飞,不一会儿,游客就仿佛穿越回了盛唐。

“高考结束后,每天下午4点就开始排队,每人日均要完成15个以上妆造。”化妆师姚姚一边为客人仔细地贴上花钿,一边说道:

“299元的带拍摄影套餐最抢手,包含化妆、造型和跟拍。”

数据显示,近期西安“汉服跟拍”“唐妆体验”搜索量同比涨幅较明显,“00后”成为消费主力,带动景区周边汉服租赁、妆造店铺订单量环比增长230%。

针对汉服妆造服务,较为主流的是“线上预约、线下体验”模式。景区内的汉服店负责人楼洋介绍:“我们推出100元定金预约制,既缓解排队压力,又能提前锁

定客源。”

记者发现,游客获取汉服体验主要有直播间预售、景区门店即选即用、周边专业汉服店三种路径,满足不同游客的消费需求。

夜幕降临,兼职摄影师小谭的生意迎来高峰。他熟练地调整着相机参数,眼神中透着专业与自信。“一晚上接五六单,收入近千元。现在游客不仅要穿汉服,更要演‘唐人’,我的道具箱里光是灯笼就有七八种款式。”小谭说道。

汉服热还带动了周边消费。游客们穿着汉服会去品尝特色美食,购买文创产品,进一步拉动了大唐不夜城的文旅经济。

一家文创店老板开心地说,自从汉服热起来,他店里的唐风头饰、团扇销量涨了不少。

面对激增的客流,汉服商户各出奇招,有的推出男士反串妆造服务,还有的开发出夜光妆容特效,让这场穿越千年的文化体验更加精彩纷呈。

泳具销量持续走高

炎炎夏日,吹着空调逛商场是不少人的选择。

6月15日,走进位于西安荟聚内的一家运动用品店,最醒目的位置摆放着各式各样的泳具,色彩鲜艳的泳衣、泳帽整齐排列。

西安市民付敏带着8岁的儿子在泳衣区仔细挑选。“孩子马上放暑假了,每天吵着要去游泳,以前的泳衣小了,得赶紧买新的。”付敏拿起一件蓝色的儿

童泳衣,在儿子身上比着,“这款样式还不错,就是不知道尺码合不合适。”

一旁的导购员立刻上前,“您可以让孩子去试衣间试穿,我们还有详细的尺码表可以参考。”在导购员的帮助下,付敏最终选到了合适的泳衣和泳帽。

在游泳圈区域,大学生常菲菲和室友正兴奋地讨论着。“我在社交平台上刷到过这个泳圈。”常菲菲拿起一个印有卡通图案的

巨型游泳圈,“这个怎么样?够大够吸睛!”室友纷纷点头,“就它了,再搭配上我们新买的泳衣,拍照肯定好看。”

门店工作人员介绍,进入夏季以来,泳具销量持续走高。为了满足消费者需求,门店不仅增加了泳具的备货量,还推出了满减、组合优惠等促销活动。“我们发现,除了传统的游泳装备,一些新颖的水上运动用品,如桨板、浮潜面罩等销量也在不断上升,越

来越多的人愿意尝试多样化的水上运动。”

从城墙根下的日常消费,到大唐不夜城的文化消费,再到商场里的运动消费,西安的夏日经济涵盖了生活的方方面面,不同场景下的消费热潮,不仅丰富了市民和游客的夏日生活,更为城市经济注入了强劲动力。

本报记者 石喻涵
实习生 杜焱 袁润泽

考生群体 推动夏日消费热潮

随着2025年全国高考落下帷幕,高考生迎来了期盼已久的悠长假期。与此同时,以考生为主要消费群体的“后高考经济”热潮席卷而来,从电子产品到旅游出行,从技能培训到个人形象塑造,相关消费市场呈现一派火热景象,为夏日经济注入了强劲动力。

高考结束后,许多考生的第一件事就是“装备升级”,手机和电脑成为刚需。此外,不少学生还会添置耳机、智能手表等电子产品,进一步拉高消费。

6月15日11时许,西安市韩森东路临街的三家美容美发店一派繁忙景象。一位姓王的店员告诉记者,高考结束后,来店染发的学生数量明显增加,每天要接待七八位。为了这波高峰客流量,店内还特意延长了营业时间,以满足考生群体的烫染发需求。

此外,不少饰品店、化妆品店、服装店内均有众多准大学生们前来选购,掀起一波购物热潮。

值得注意的是,近年来医美项目在毕业生中越来越普遍,如牙齿矫正、双眼皮手术等。

与此同时,不少考生也选择利用这个假期充实自己,而“考驾照”似乎也成了他们的“暑假必修课”。

“每年高考季都是驾校报名的高峰期,从高考结束的第五天,我这里报名人数就上量了。”一位驾校教练介绍说,根据他往年带学员的经验,高考后的暑期有将近3个月的时间,如果这个时期报考,顺利的话2个月内就能取得驾照。

高考后的聚餐和旅行也是很多毕业生的首选。热门旅游城市如成都、三亚等地的机票和酒店价格已开始上涨,部分旅行社甚至推出“高考生专属优惠”吸引客源。

西安财经大学的董教授提醒,高考后消费应结合家庭经济状况,避免攀比。“比如电子产品可以选择性价比更高的型号,旅行也可以选择更经济的方案。”同时,专家建议家长与孩子共同规划预算,培养理性消费观念。

本报记者 任荣