

果香引客进山来 “采摘经济”拉动乡村消费

进入九月,山岭间的“采摘经济”逐渐升温,登山游客、农家乐食客、学生研学团队等纷纷走进山野,推动秋季旅游与乡村经济同频共振。



▶ 游客们晒出采摘到的果实。

从寻果到尝鲜 沉浸式体验山林之美

进入秋季,五味子、八月炸、野生猕猴桃与板栗陆续成熟,吸引众多游客进山采摘。

秦岭野果种类丰富,风味独特。一串串红彤彤的五味子藏在灌丛间,它既可晒干入药,也能酿制成酒;野生猕猴桃个头不大,但维生素含量丰富;而外形似芒果、果肉如香蕉的“八月炸”,在成熟后,果实会自然裂开,清甜诱人。

户外爱好者张明山介绍:“八月炸生长在藤蔓上,要是地面有果壳,那就表明附近树上有果实。成熟的果子会自己裂开,

露出白色果肉,吃起来味道特别清甜。”

“驴友”蔡晓雪尝了一口,发现其籽密而多,她笑着调侃:“吐籽的时候感觉自己像个豌豆射手。”

采摘野果也讲究技巧。村民王国利分享了捡板栗的窍门:“最好选那些刚开裂的板栗,用竹竿轻敲或者直接去捡刚落地的。这时的板栗又香又糯。”

王国利曾在外打工十多年,他表示,自己最想念的就是秦岭秋天的野果。“市场上根本吃不到这些,

只有回到山里,才能找到这种独特的味道。”

如今,王国利已经返乡养蜂,并且正在筹划发展自家的生态农业。在他眼中,秦岭的各个峪口各有特色:塔峪溪边常常能看到猕猴桃和五味子,紫阁峪中秋时节野果漫山遍野,太平峪云际寺一带八月炸挂满山路……

“要想采摘体验好,最好清早出发。”王国利建议,晨间气温适宜,空气清新,把徒步、赏景与采摘结合起来,不仅能收获满满山果,更是一段难忘的自然体验。

农房变客房 果园变市场

随着登山和采摘人群的增多,相关消费也显著升温。各类户外装备率先迎来热销,旅行装备销量在户外运动品类中的占比达到了18.2%,便携餐具、采摘工具、防晒用品等均出现大幅增长。

特别是在26至35岁的年轻群体中,采摘被视为是“健身+体验”的双重消费场景,徒步、露营、采果几乎成了秋季出游的“标配”。在西安,露营相关企业已经超过4800家,徒步、骑行等户外社团年均增长超35%,带动帐篷、营地推车、便携烧烤架等产品热卖。

与此同时,农家乐和民宿旅游一定程度上成为“采摘经济”的主

阵地。以朱家湾村为例,这里的216家农家乐、56家民宿年均接待游客量超过150万人次。村里的果园与餐桌紧密相连,游客白天采摘山果,晚上住进民宿,体验着“农房变客房、果园变市场”的乡村新业态。

佛坪的不语民宿、贝壳山居则通过“民宿+亲子教育”“民宿+非遗体验”等组合模式,吸引了大量游客。游客何小凤坦言:“推开木门就是山风,孩子们在院子里摘菜、观察昆虫,既是玩乐也是学习。”

这种“慢生活”式的旅游消费,不仅让游客找到了自然的乐趣,也拓宽了农产品的销售渠道。

8月下旬,西安高新一中50余名师生走进秦岭,开展动植物辨识、标本制作和野果采摘活动。“同学们通过实地观察,了解了秦岭的植物垂直分布,还把采摘到的蘑菇做成了标本。”带队教师张浩介绍。采摘因此成为连接课堂与自然的桥梁,让学生在“亲手采、亲眼看”中增强了生态保护意识,也使更多家庭在选择研学时,把秦岭当作秋季出游的优先目的地。

从野果到木耳、核桃等特产,秦岭的采摘季正串联起登山、民宿和研学多重业态,也让“采摘经济”在秋日里释放出了新的消费潜力。

严守“不闯野区、适量采摘”

目前,陕西已建成1个国家公园、35个风景名胜、90个森林公园、43个湿地公园、17个省级森林旅游示范市、16条生态旅游特色线路……打造“春季观花、夏季纳凉、秋季观叶、冬季冰雪”的生态旅游系列活动。

生态红利让更多乡村得以依托山水资源发展旅游产业,也使秦岭成为西安人乃至外地游客秋季出行的热门目的地。

然而,随着采摘热潮的兴起,安全守护与生态保护成为必须坚守的底线。有8年秦岭徒步经验的向导秦月提醒:“秦岭许多未开发的野道是前人随意踩踏形成的,游客进入

会直接破坏地表植被,甚至干扰野生动物栖息。从安全和生态双重角度出发,坚决不能前往未开发区域,新手更应选择正规景区的成熟路线,如需深入山林,务必提前联系专业户外组织,在配备向导、做好安全防护的前提下通行,切勿擅自冒险进入。”

在山林采摘过程中,游客更需将“守护”理念贯穿始终:一方面要量力而行,根据自身体力规划行程,及时补水休息,避免因体力不支引发意外;另一方面,野果虽鲜,但不可随意食用陌生果实。记者了解到,西安户外联盟等组织近年来也持续强化“安全教育+生态保护”双

培训,要求参与者在采摘前必须完成动植物辨识课程,既学会自我保护,也懂得分辨受保护物种,不触碰生态红线。

与此同时,“无痕山林”的理念也正在被更多人所接受,即不乱扔垃圾、不破坏植被,做到适量采摘、留果于林。专家特别提醒,野果不仅是人类的美味,同时也关系到山林中松鼠、鸟类等野生动物的越冬食物,过度采摘将会打破生态平衡。现在,越来越多的驴友会主动携带垃圾袋,把随身垃圾带下山;部分民宿还设立了“环保积分”,游客践行绿色环保就可以兑换果酒、蜂蜜等特产。

文/图 本报记者 石喻涵

这些年轻人 为何偏爱“租赁消费”?

租相机、租衣服、租玩具……从数码产品到户外装备,从房屋汽车到母婴用品,在部分年轻人的世界里,一股“万物皆可租”的消费浪潮正扑面而来。这些年轻人为何偏爱“租赁消费”?

租赁经济按下加速键

八月初,重庆一家露营装备店内人头攒动,店主周先生一边整理货架,一边笑着说:“4至10月是租赁行业消费旺季,暑期最忙时一天能接30多个订单。”他告诉记者,店里的装备分为租赁和销售两类,但超过六成的顾客更倾向于租赁,其中以年轻人、亲子家庭为主。

国家市场监督管理总局发展研究中心联合蚂蚁集团编制的《循环经济背景下的消费租赁行业健康发展白皮书》显示,2024年,我国租赁经济交易规模突破4.2万亿元,同比增长32%,服务用户超7.5亿人次。

易观分析发布的《中国新租赁行业洞察2025》显示,传统租赁行业以租房、租车等超高价值商品为主,而现在的租赁覆盖行业丰富,租赁方式更加灵活,租赁时长多样,对消费者产生较强吸引力。

年轻群体成租赁主力

“租赁”,已成为不少年轻人的新消费理念。他们不再执着于“拥有”,而是转向“使用”,以一种在他们看来更灵活、更轻盈的方式拥抱生活。

28岁的南京市民王琳通过租衣柜,每月花费不到300元就能换穿10余件不同款式品牌服饰。“相比以前买衣服,现在每月能省好几百元,还能常穿常新,给家里柜子腾出空间。”王琳说,共享衣橱已成为不少年轻人的生活方式,还有汉服、旗袍等衣物租赁也比较热门。

今年上半年,芝麻租赁平台交易额同比增长71.6%,其中30岁以下用户占比超过六成,“00后”用户订单同比暴涨两倍。

记者走访发现,为满足更多年轻消费者需求,一些商家将微单相机、手持云台、环形补光灯打包成“旅拍达人套装”,或是将自动充气帐篷、卡式炉、蛋卷桌组合成

租赁消费“成长的烦恼”待破解

随着租赁市场的迅速扩张,线上线下租赁主体大量涌现,消费者权益纠纷也屡见不鲜,套路多、碰瓷定损难等成为消费者的“头疼事”。

“租赁市场的爆发式增长必然伴随‘成长的烦恼’。”熊兴认为,规范租赁市场发展,要构建政府、平台、企业、消费者“多元共治”的治理体系。

刘诗濛表示,租赁经济推动了物品的循环利用,实现了节能减排和促进消费的社会价值。对于优质企业,政府可在政策层面给予支持,如绿色消费补贴、税收优惠、循环经济示范项目支持,鼓励合规与创新企业发展。

“平台必须履行主体责任,做到合约透明化、流程标准化、售后响应即时化。在数据使用上,遵循‘合

美团平台数据反映出租赁需求的多元化趋势。今年8月,“相机租赁”搜索量同比增长63%，“婚纱礼服租赁”搜索量同比增长109%，“无人机租赁”搜索量同比增长89%，“儿童推车租赁”搜索量同比增长165%,租赁正覆盖更多消费场景。

广州市民林莉莉刚结束和朋友的新疆之旅,出发前两周,她就通过“飞猪租车”“人人租”等平台租齐了全套装备。“无人机40多元一天,单反相机约50元一天,越野车日均租费400元,每人每天平均下来才100多元!”林莉莉笑着展示手机里的租赁订单。

重庆工商大学经济学院副教授熊兴指出,我国租赁经济近年来发展迅速,已从传统的房、车延伸至服饰、美妆、数码、母婴、办公设备等领域,呈现出“品类多元化、服务数字化、需求品质化”的鲜明特征。

“精致露营套餐”,这种“场景化租赁”模式正获得越来越多消费者的青睐。

苏州市民张虹杰喜欢租赁微单和长焦镜头观看演唱会。“我们更喜欢体验优先,用更低的成本满足消费需求,同时还能避免冲动购物带来的后悔。”张虹杰说,租赁正好解决了“低频需求”的尴尬场景,让消费更符合个人使用习惯。

“‘90后’、‘00后’逐渐成为租赁消费主力,他们的消费观更强调‘体验大于占有’,在满足即时需求、追求新鲜感的同时,又注重性价比和环保理念。”暨南大学经济与社会研究院副教授刘诗濛认为,随着物质文化生活水平提升,年轻一代的消费需求开始从单一化走向多样化与个性化,越来越多的人愿意尝试旅游装备、户外用品、奢侈品体验等过去低频或高门槛的消费场景,租赁正好契合了这种趋势。

法、正当、必要”原则。”熊兴强调,租赁平台需要制定明确的服务标准和质量要求。

专家建议,企业应自主推动服务标准化。加强产品清洁、检测、追踪等环节的投入,确保租赁过程透明可控,提升用户体验感和信任度。同时,消费者要在正规平台上交易,提高鉴别能力,在租赁前仔细阅读协议、检查物品、留存证据,提高风险防范意识。

“未来还可以进一步探索、创新商业模式,如‘租赁+订阅’‘租赁+购买’等方式,满足消费者多元化需求,促使租赁市场更加完善,更好地服务消费升级与绿色转型。”刘诗濛说。

(新华社北京9月10日电 记者 戴锦铭 周思宇 何磊静)