

“考后经济”升温， 透出青年消费新趋势

新华社记者 潘德鑫 李晓婷 吉宁

结伴毕业旅行，配齐“电子三件套”作为奖励，考驾照增技能，运动健身塑形……2025年高考落下帷幕，毕业生掀起了一股“青春洋溢”的消费热潮，火热的“考后经济”透出年轻人的消费新趋势。

“减压”驱动，以旅游为代表的情绪消费迅速升温——

湖北恩施州高中毕业生小钟高考后第二天便背上行囊，坐上开往重庆的动车，来了一场“说走就走的旅行”。“想来重庆很久了，虽然离得很近，却一直因为课业忙没能实现。”小钟说，重庆各大景区对高中毕业生都有优惠，一周下来花费也不多。

高考过后，多地景区准备了丰厚的专属优惠大礼包，考生凭有效准考证即可享受免门票、交通优惠、特价体验等多重福利。

贵州省黔东南州文旅局副局长王侨介绍，全国各地的高考毕业生在当地所有A级景区都可以享受免门票优惠，6月9日至17日，仅万峰林景区就接待高考生数百人。

携程数据显示，6月9日至6月11日出发的旅游产品预订量环比增长88%，不少高中毕业生选择“考后即刻

出发”。

多名受访毕业生表示，对他们而言，这场旅行已超越了简单的休闲、放松，不只是对压力的告别，也是极具象征意义的“成长仪式”。亲手订下的第一张远程车票或机票，是他们迈入人生新阶段的“青春宣言”。

“犒赏”驱动，以电子产品为代表的“奖励式消费”迎来高峰——

高考后，手机、电脑、平板等成为不少家长对孩子的“考试奖励”。同时，为迎接新的学习和生活阶段，不少家长为孩子购置“大学装备”，推动电子产品迎来销售高峰。

记者在多地的商场看到，不少门店都在开展促销活动。京东MALL重庆店店长孙剑告诉记者，618大促叠加高考后窗口期，除手机、电脑、平板“传统三件套”热销外，科大讯飞的学习机和记事本、智能穿戴设备等产品销量环比也实现40%至50%的大幅增长。

“高中毕业生有年轻人特有的求新求质求变的消费偏好，当他们逐渐成为独立消费决策者和市场重要参与者，其偏好也在引导消费市场朝着个性化、体验化发展，推动消费升级和产品迭代。”安邦智库研究中心助理

研究员夏日说。

“规划”驱动，为“做更好的自己”的“发展型消费”成新热点——

贵州省黄平民族中学毕业生张青翕最近在忙着练车。“高考结束后就来学车了，趁这个暑假把驾照拿到手。拿到驾照后，我准备和朋友结伴出游，去看看以前只在书上见识的美景。”张青翕说，在她学车的驾校，每天有近百名高考完的学生来练车。

与驾校同样火爆的还有健身房，拳击、普拉提等特色课程备受欢迎。北京市西城区一家社区的健身房6月份迎来会员到店高峰。“每天都接到很多咨询电话，不少新会员是高中毕业生，他们希望利用暑期集中开展系统性训练，以更好的身体素质和精神状态迎接大学生活。”健身房相关负责人告诉记者。

此外，不少高考毕业生还选择在较长的暑期进行近视矫正、牙齿矫正等，不少医美商家也推出高考毕业生专属优惠。



美团数据显示，高考后首周，近视手术订单量环比增长108%，牙齿矫正和美白订单量环比均实现近30%的增长，高考后的“00后”是主力人群。

“‘考后经济’是一场青春的消费热潮，也是观察年轻人消费趋势的重要窗口。”重庆大学公共管理学院公共经济系主任龙少波说，“考后经济”不只是一次爆发性消费，政府和企业等要更好捕捉需求，强化优质供给，打造长效机制，将短期能量转化为长期引擎，进一步带动整体消费提质升级。

新华社北京6月19日电



“小包裹”的引力场： 快递经济赋能大产业

少了近三成。”

顺丰速运使用冷链技术助力甘肃天水的樱桃运输，冷链三轮车、专属冷笼、无人车共同“加持”，打造了从产地采摘、预冷处理、智能仓储、精准温控、末端配送的全链路方案。极兔速递寄递网络已覆盖了全国超过23万个行政村，“618”期间公司通过优化前端揽收，进一步推迟了截单发货时间，让商家有更充足的时间打包；“兔优达”定制服务也可以确保农产品的优先揽收、优先中转和优先派送。

同时，热门区域的快递转运中心、网点和云仓普遍增加了人员和车辆储备，保证运力。以极兔速递郑州仓为例，日峰值订单处理近10万单，“618”高峰期可以做到12小时内出库。在内蒙古赤峰，韵达速递网点针对小米等农产品推出“日常+高峰”双模式揽收，并配置4.2米货车深入132个乡镇上门集货，“上午打包的小米，下午就已发往全国。”

技术提升也为今年电商大促期间的快递服务带来改变，尤其是末端配送环节的智能化有明显升级。

“今年的‘618’可能是快递行业史上科技含量最高的一年。”中通快递首

席技术官杨文表示，随着无人化技术在快递各环节的扩大应用，无人车的投放密度明显增加，通过“人机协同”减少了投递时间。同时，在AI助力下，企业能更好优化资源分配、动态调整线路，不仅能从容应对业务量增长，还能实现物流降本增效。目前，中通快递全网已有超250个网点的约1000辆无人车投入运营，覆盖全国180多个城市。

从购物商超到田间地头，从新鲜的农产品到精密的电子设备，快递链接了生产制造和消费。专家表示，更好发挥快递经济的“引力场”作用，有利于扩大消费需求，更有利于提升实体经济运行效率和竞争力。

“快递高效运行产生的强大吸引力，带动了实物流、资金流、商流和信息流的融合联动，已成为产业间、区域间联系的重要纽带。”国家邮政局原局长马军胜表示，快递经济发挥了实体经济的“筋络”作用，对优化产业结构，畅通经济运行意义重大。未来，应继续加强村级寄递物流综合服务站和冷链快递网络建设，提升农业供应链一体化服务能力。推进与关联产业协同布局集聚发展，发展特色产业集群。

新华社北京6月19日电（记者李唐宁 丁雅雯）被称为“史上最长618”的电商大促活动刚刚落下帷幕。记者采访了解到，由于筹备充分、周期拉长等原因，今年大促期间快递行业中转及揽派的压力并不大，往年因大量爆单造成的运力不足或者配送延迟的情况基本消失。头部快递企业从揽收、运输、分拣等环节综合发力，消费者配送体验更加稳定，全国日均快递业务量超过5.5亿件。

今年的“618”活动从5月中旬开始，至6月18日止，时长超过一个月。

国家邮政局数据显示，叠加“五一”、端午假期，5月快递业务量完成173.2亿件，同比增长17.2%。

快递业务量的高速增长来自于消费市场活力的直接推动，反过来，快递经济也会带动形成产业的“引力场”。

五六月份正值樱桃、荔枝等时令水果上市，为了让农产品“鲜达餐桌”，快递业打通了“618”绿色快线。中通快递相关负责人介绍说，公司粤西（化州）总部自去年投运以来，逐渐成为粤西农产品销售的重要纽带，“618”大促开始前，中通已提前在茂名的高州荔枝主产区布局7辆专车，打造“枝头鲜果直达分拣线”，过去一个月，超20万件茂名荔枝鲜果包裹通过中通快递网络销往全国。当地果农表示：“现在荔枝能在家门口交寄，发往上海的损耗