

二次元火了！ 如何促进文旅消费？

探访动漫剧情取景地、打卡二次元商场、体验线下游戏音乐会……如今，不少“Z世代”年轻人热衷跟着动漫IP开启二次元旅行。二次元，通常指由动画、漫画、游戏等组成的虚拟文娱内容，如今已延伸至周边衍生品、虚拟偶像、主题展会等产品和活动。二次元文旅升温，反映出怎样的消费趋势？如何破壁出圈，进一步促进文旅消费？“新华视点”记者采访了相关人士。

1 二次元文旅热潮涌动

“我和同学从浙江出发，在上海玩了3天。”前不久，“00后”大学生张悦来上海参加哔哩哔哩世界数字娱乐动漫文化博览会（简称“BW2025”）。逛漫展之余，她还打卡了武康大楼等景点。

张悦并非个例。BW2025举办期间，数十万“00后”“05后”背着“痛包”（即带有二次元徽章和玩偶的包）来沪观展旅游。美团旅行数据显示，漫展举办当周，上海文旅产品预订量环比增长35%，来沪机票预订量同比上涨近50%，漫展场地周边热门高星酒店预订量比去年上涨近5倍。

不止是上海，仅今年五一期间，约200场漫展在北京、广州、杭州等多地举办。不久前在杭州举办的第二十一届中国国际动漫节，吸引全球42个国家和地区超2500家企业和机构参展，观众超146万人次。“我和朋友就是跟着漫展旅行，逛完展再顺便玩下周边景点。”一名来自湖南的观众说。

一些传统商场通过二次元改造变身热

2 多重因素撬动二次元文旅热

二次元文化何以撬动文旅消费？

艾媒咨询CEO张毅认为，人们的消费重心从物质转向精神和文化需求，越来越多人为情感需求、仪式感、愉悦感买单，二次元恰恰可以体现个性、提供情绪价值、满足社交需求。

数据显示，中国泛二次元用户规模达5.26亿人，比2017年的2.1亿增长近1.5倍；用户群体横跨“80后”至“10后”，其中“Z世代”年轻人是二次元消费的主力。

“作为二次元文化的核心受众，‘Z世代’年轻人消费更注重情感连接和身份认同，愿为热爱和共鸣付费。”名创优品集团副总裁刘晓彬说，一场漫展、一次线下活动，都可以让其奔赴一座城。

二次元文旅升温，离不开热门IP的推动。近年来，一系列精品国产IP带动二次元从亚文化圈层到全龄化破圈。

据介绍，二次元文化早期以日本动漫IP为主；随着中国动漫游戏产业快速发展，二次元文化与中国本土文化相融合，《哪吒之魔童降世》《黑神话：悟空》《原神》《白蛇：

3 持续丰富场景、提升质量

二次元文旅火热，一些地方因此收获流量，进而提升文旅消费。如何通过二次元持续赋能文旅消费场景，激发消费潜力，是各方需要持续求解的问题。

事实上，已经有二次元项目因定位不准、运营不足等原因变成昙花一现。“有的商场盲目跟风，门口贴几张动漫海报，店里堆几只手办，活动搞个Coser（角色扮演者）巡游，看上去很‘次元’，实则缺少共鸣，只能一次性打卡。”张毅说。

还有的项目财力预算不足，导致资金难以继，陷入烂尾状态。

受访人士认为，二次元文旅撬动消费增量，应从丰富场景、提升服务质量等方面发力。

门打卡点，吸引年轻人扎堆“吃谷”。

据不完全统计，目前国内已有20多个城市的传统核心圈出现二次元主题商场，如上海百联ZX创趣场、西安小寨银泰百货、武汉潮流盒子·X118商场。社交平台上，分享打卡二次元商场攻略的帖子比比皆是，“线下吃谷”话题浏览量达5.4亿。

记者近期在上海百联ZX创趣场看到，商场每层楼都人流如织，二次元品牌店铺、现场市集等区域聚集了不少从外地前来的二次元爱好者。

还有部分景区与二次元IP联动，打造沉浸式体验。山西文旅依托游戏《黑神话：悟空》推出“跟着悟空游山西”等主题线路，持续吸引游客前来。

前不久，四川文旅与游戏《恋与制作人》开启联动合作，在成都文殊坊设置游戏线下展陈活动。数据显示，文殊坊与《恋与制作人》联动期间，街区客流同比上涨10.53%，出游人群中年轻客群占比提升至54.37%，旅游消费较去年提升5个百分点。

缘起》等精品作品和IP频现。

“通过深挖传统文化内涵、创新表达，一系列精品国产IP备受大众喜爱。”中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山说，融入中华优秀传统文化的二次元文化，更具文化认同与文化自信，也从相对小众的亚文化发展成为消费市场新亮点。

当前，从中央到地方相继出台相关政策，推动文旅快速发展。

今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，提出将中华优秀传统文化融入产品设计，支持开发原创知识产权（IP）品牌，促进动漫、游戏、电竞及其周边衍生品等消费。

多地通过区域性政策扶持，积极探索动漫IP的文旅赋能路径。上海提出推动数字娱乐等领域IP与生产制造联动，联动国潮动漫等特色IP，开发主题文旅秀演项目；广东明确推动动漫影视全链生态协同，开发动漫主题旅游、以二次元IP为核心衍生的周边产品和服务。

“要基于本地特色，充分挖掘本土文化资源，有机结合二次元要素，开发相关主题演艺、展览等活动。”孙佳山建议，一些城市或景区可以与自身特色强关联的二次元作品联动，串联周边景点，推出动漫主题旅游线路，并完善相关旅游景点的服务和配套设施。

规范市场秩序、保障消费者权益同样重要。受访人士提醒，当前一些地方的二次元文旅消费存在黄牛高价倒卖门票等乱象，需完善相关法规和行业标准，打击价格欺诈等行为，建立更透明的交易环境和维权渠道，推动二次元文旅产业高质量发展。

据新华社上海8月26日电

全国碳市场建设怎样推进？ 生态环境部：将从三方面发力

近日，中办、国办《关于推进绿色低碳转型加强全国碳市场建设的意见》对外公布。生态环境部新闻发言人裴晓菲26日表示，这份文件明确了全国碳市场中长期发展的时间表、路线图、任务书。生态环境部将从三方面发力，进一步推进碳市场建设。

裴晓菲介绍，2021年和2024年我国先后建成启动了全国碳排放权交易市场（强制碳市场）和全国温室气体自愿减排交易市场（自愿碳市场）。这两个市场既各有侧重又相互衔接，共同构成了全国碳市场体系。经过四年多的发展，全国碳市场建设实现了起步稳、运行稳，取得了较为显著的成效。

在建章立制方面，生态环境部会同有关部门制定了30余项制度和技术规范，初步形成多层次、较完备的碳市场法规制度体系；在加强数据质量管理方面，相关部门加大监督执法力度，运用信息化手段智能预警数据质量风险，严厉打击碳排放数据弄虚作假行为；在扩大重点行业覆盖范围方面，在发电行业基础上，今年钢铁、水泥、铝冶炼行业纳入强制碳市场，对全国60%以上碳排放量实现了有效管控。

裴晓菲说，截至2025年8月22日，强制碳市场配额累计成交量超6.8亿吨，成交额达474.1亿元。自愿碳市场累计成交核证自愿减排量249万吨，成交额达2.1亿元。

如何落实此次文件提出的相关要求？裴晓菲表示，生态环境部将做好三方面工作：

一是深入推进全国碳市场建设。将根据行业发展状况、降碳减污贡献、数据质量基础、碳排放特征等，有序扩大强制碳市场的行业覆盖范围。建立预期明确、公开透明的碳排放配额管理制度，明确市场中长期碳排放配额控制目标，逐步由强度控制转向总量控制。配额分

配方式由免费转向免费和有偿相结合，有序提高有偿分配比例。加强对碳排放权交易试点市场的指导和监督管理，建立定期评估和退出机制，不再新建地方或区域碳排放权交易市场。同时，积极发展自愿碳市场，建立科学完备的方法学体系，加快生态系统碳汇、可再生能源、甲烷减排等重点领域的方法学开发。

二是着力提升碳市场活力。生态环境部将联合金融机构，探索开发与碳排放权和核证自愿减排量相关的绿色金融产品和服务，建立碳质押、碳回购等政策制度。碳质押就是企业将政府分配的碳配额或核证自愿减排量等碳资产作为质押物，向金融机构申请贷款。碳回购则是配额持有者将碳资产出售给第三方机构，并约定在未来以约定价格回购，从而获得短期资金融通。这两项制度都有利于拓展重点排放单位的融资渠道，盘活碳资产，降低融资成本，提升节能减碳积极性和主动性。

同时，稳妥推进符合要求的金融机构在依法合规、风险可控前提下参与全国碳市场交易，适时引入其他非履约主体参与强制碳市场交易、符合条件的自然人参与自愿碳市场交易。

三是提高管理水平。严格规范碳排放核查，完善重点行业核查技术规范。压实重点排放单位履行碳排放核算与报告的主体责任。加强碳排放数据质量全过程监管，严厉打击各种弄虚作假行为。

据新华社北京8月26日电

七部门：推动慈善文化进机关、企业、乡村、社区、家庭

据新华社北京8月26日电 记者26日从民政部获悉，在9月5日第十个“中华慈善日”来临之际，民政部等七部门近日联合印发通知，在全国范围内启动并持续推进慈善文化“进机关、进企业、进乡村、进社区、进家庭”活动，活动主题为“汇聚向善力量，共创美好生活”。活动启动仪式于26日下午在京举行。

通知指出，鼓励各类企业通过成立慈善组织、与慈善组织合作、设立慈善信托、开展志愿服务等方式，力

所能及参与慈善事业；要将慈善文化纳入新时代农村精神文明建设，将慈善法列入农村基层干部的法律知识培训等，助力文明乡风建设。

在推动社区慈善发展方面，通知提出，要将慈善法律法规纳入社区工作者的法律知识培训，引导慈善力量深入社区、深入群众，以特殊困难老年人、困难妇女、困境儿童、残疾人、就业困难人员等群体为重点，开展慈善帮扶、走访慰问、爱心陪伴等慈善活动。

美“星舰”实施第十次试飞

新华社洛杉矶8月26日电 美国太空探索技术公司新一代重型运载火箭“星舰”美国中部时间26日18时30分（北京时间26日7时30分）从得克萨斯州发射升空，实施第十次试飞。此次任务重点目标包括让飞船部署模拟卫星、在太空中进行发动机重新点火测试等。按计划，火箭助推器将落入墨西哥湾区域，不返回发射场。