

2025
一起变

云南消费向新向兴

从体育赛场到消费市场，从兴趣空间到生活服务，云南消费正以多元业态、创新模式勾勒出向新向兴的生动图景。格兰芬多自行车节名额15分钟售罄、上半年体育产业规模预计达506亿元，印证体旅融合的强劲动能——政策护航下，优质赛事与文旅、商业深度绑定，让“跟着赛事游云南”成为消费新潮流。“谷哩谷哩”谷子店的IP周边、“弥里有乐”的社群活动、璞玉书店的沉浸阅读，则折射出情绪消费的崛起，年轻人对兴趣、体验与社交买单，商家以温度场景搭建情感连接，赋予消费更多精神价值。而上门私宴的仪式感、月子教练的专业指导、整理收纳的生活美学，更反映出家政服务从粗放走向精细，用定制化服务满足品质生活需求，让购买服务升级为购买理想生活。从产业融合到情感赋能，再到服务升级，多元化消费持续升温，为提振我省消费提供新注脚。

体育消费驶入“快车道”

10月底至11月初，2025年七彩云南格兰芬多自行车节将在德宏芒市、保山腾冲、临沧凤庆、普洱思茅、西双版纳景洪依次举行。今年五站赛事全面升级，在“吃住行游购娱”体育旅游消费方面全面赋能。比赛报名开放后，全站名额15分钟即抢购一空，单站名额40分钟售完。全五站参赛人数累计达10065人次，创历史新高。火爆的体育赛事市场成为体育消费的引流器，体旅融合产业态势更催生了云南省体育消费的加速增长。

2025年上半年，全省体育及相关产业总规模预计达506亿元，同比增长34%。1至8月，全省举办体育赛事活动1657场，实现直接经济效益27.12亿元，拉动经济效应100.01亿元，同比增长分别为56%、64%。

加强体育赛事政策支持。云南省相继出台加快建设体育强省和发展体育竞赛表演产业、推动体育产业高质量发展、打造云南“大香格里拉”户外运动发展集聚区等政策，在体育赛事管理、赛事建设、活动体系构建、经营主体扶持等方面给予保障。省体育局强化

与发改、财政、教育、商务、文旅等部门工作协同，牵头实施体育产业、户外运动、体旅融合等系列三年行动计划，配合实施旅居云南建设、文化旅游强省建设，提振消费专项行动等行动方案，落地体育赛事品牌创建、安全管理、政务优化、财政支持等政策。

扩大体育赛事优质供给。全省体育系统聚焦“高原训练胜地、户外运动天堂、四季赛事乐园”三大品牌，发挥高原体育训练基地设施和综合保障优势，办好中国足球超级联赛（云南玉昆足球俱乐部）、中国足球乙级联赛（昆明湖业足球俱乐部）、中国排球超级联赛（云南大学滇池学院男排、女排）等职业联赛主场赛事，提升观赛体验，创新赛事周边产品，开展文旅农商配套活动，持续放大“票根经济”效应；依托得天独厚的户外资源禀赋，举办云南九大高原湖泊山水联赛、环云南公路自行车赛等全新赛事，怒江皮划艇野水漂流公开赛、格兰芬多自行车节、东川泥石流汽车越野赛等高品质赛事；结合全年四季皆可办赛的优势，着力打造以七彩云南

全民健身系列活动为支撑的群众体育活动体系，建立分学段、跨区域的青少年体育竞赛体系，以“跟着赛事游云南”为亮点的体育旅游赛事体系，以“一带一路·七彩云南”系列赛事为抓手的对外交流体系。

促进体育赛事融合发展。我省积极推动体育赛事融入城市发展，指导玉溪市成功入选促进体育消费和赛事经济试点名单，指导昆明市顺利完成国家体育消费试点城市工作，组织澄江市、弥勒市、丽江市古城区如期完成云南省体育消费试点城市工作，打造体育赛事塑造城市名片、强劲经济动能、扩大消费潜力的示范样板。创新体育赛事融合消费场景，省体育局联动文旅、商务部门连续两年打造“跟着赛事游云南”主题活动，今年精选发布“体育赛事进景区、进街区、进商圈”系列活动201项，将体育赛事举办地从传统体育空间拓展至文旅商业空间，打造推出体育赛事与民族节庆、文化体验、旅游推介、商品展销、乡村振兴创新融合的消费场景。

本报记者 姜莹



“上门做菜”菜肴出品。受访者供图



2024年中国户外运动产业大会上，市民体验了解户外运动产品。本报记者周灿摄

从“为爱买单”到沉浸体验

如今，年轻人的消费不再只为实物买单，更为时间、体验和社交关系付费。情绪消费驱动年轻人“为爱买单”。

在昆明有一家名为“谷哩谷哩”的谷子店（“谷子”为英文“goods”的音译，特指二次元IP衍生的徽章、立牌、卡牌等周边产品），开业一年多来，已成为不少年轻人淘心仪IP周边的聚集地。店主豆豆介绍，店内商品大致分为游戏周边、漫画周边和小说周边三大类，IP种类已近400个，“我们的客群年龄跨度较大，但核心消费者仍以学生群体为主。”

豆豆说：“现在大家买东西不像以前单纯以实用为主，消费观念开始趋向于情绪消费，更多是‘为爱买单’。随着大众版权意识的提升也推动了上游IP方不断推出更多正版衍生品周边，进一步丰富了市场供给。”

为了增强顾客的体验感，她还定期举办“一日店长”活动。“比如有角色过生日，或有周边上新，我们会邀请角色扮演者来店里与消费者互动。”未来，豆豆计划推出免费集市，在店面周边设置场地，让同好们交换或出售自己的

收藏。她希望自己的谷子店能满足更多消费人群的需求。

在服务经济蓬勃发展的背景下，社区第三空间的打造日益成为提升城市生活质量的关键。位于昆明弥勒寺公园内的综合社区空间“弥里有乐”，正是一个将传统公园转变为集情绪空间、活力街区与社群互动于一体的复合型场所的典型范例。

“弥里有乐”主理人佟佳介绍：“每年七八月我们会举办城市公园艺术节，今年的活动累计吸引近5万人参与。艺术展览部分，我们邀请了青年艺术家设置装置，增强视觉体验。发酵市集则聚焦云南风物，集结咖啡、茶、面包等特色产品，吸引了临沧、大理、普洱等地的摊主一同参与。还有戏剧角、疗愈角、非遗手工体验等社群活动，让兴趣相投者自然连接。此外，我们还在公共空间设置了脱口秀、乐队演出、合唱团表演等演艺类互动，致力于打造全龄友好型的公园。”

佟佳希望，不同需求的人群都能在弥勒寺公园找到自己感兴趣的体验，从而实现社群的自然凝聚与持续互动。

当消费进一步延伸到对知识、美学与精神体验的追寻，书店已不仅是展示和销售图书的场所。昆明璞玉书店负责人罗洁介绍，璞玉坚持“以书为大”的运营理念，将书店空间使用与选书逻辑紧密结合，通过精心布置的展陈和多元活动，让阅读超越文字，成为一种全方位的沉浸体验。

罗洁说：“我们围绕云南本土文化，打造了一系列具有地域特色的互动活动，邀请本土作家与学者进行分享，构建读者与作者、读者与城市之间的深度对话，形成了以《走读昆明》公益沙龙和‘在地·呼吸云南’为代表的品牌活动。”

在活动开展过程中也涌现出让罗洁难忘的故事。她说，2022年，曾到璞玉书店参加活动的彝族姑娘扎十一，因因感于文字的意义而在提问环节哽咽落泪，带着大家的鼓舞与启发，今年她以作者身份带着自己的作品《我是寨子里长大的女孩》重返书店。“未来，璞玉书店将深化‘终身学习空间’的定位，搭建创作共学小组，推动更多具有交互性与创新性的文化实践。”

本报记者 李玲

专业化生活服务轮番上新

从上门做菜的精致私宴，到专业细致的病患护理，再到融合美学与心理学的整理收纳……各种直面生活痛点、致力于满足个性化与品质化需求的专业化生活服务正在轮番上新。

——私宴上门，把仪式感端上餐桌。

“我们并非传统家政，而是为中高端客户提供完整的家宴解决方案。”昆明头部家政有限公司负责人彭儒友这样定位自己的团队。2023年初，曾在自媒体领域创业的他，捕捉到云南“上门做菜”市场的空白，通过自媒体引流和扩大专业厨师团队，将高品质定制化餐饮服务带入家庭场景。

他们的服务既涵盖高端商务宴请，也包含追求生活仪式感的家庭纪念日。客单价从1500元至上万元不等，服务流程涵盖菜单定制、食材采购、上门烹饪、餐后清洁等环节。“最珍贵的宴请是家宴。”彭儒友介绍，所有食材当天采购、烹饪过程公开透明，让客户吃得放心，也享受专业服务的省心。目前，彭儒友团队年流水约150万元，业务覆盖昆明及周边地区。

——精细照料，从可选到刚需。

“家政服务早已‘飞入寻常百姓家’，对于有条件、有需求的家庭来说，已经转变为常态化的消费。”天使宝贝（云南）健

康产业集团CEO李红梅表示。

深耕母婴护理、养老护理、病患护理三大核心板块十余年，李红梅对行业需求变化有着深刻感知。“现在消费者最看重的，是服务的专业性。”她表示，专业家政与传统家政存在本质差异，尤其是病患护理、母婴护理这类涉及健康和安全的服务，就必须由具备专业资质和技能的护理人员提供，而非普通保姆能胜任。

“在母婴护理领域，更侧重专业指导的‘月子教练’服务正受到许多育儿新手家庭的青睐。”李红梅介绍，不同于月嫂以“代劳照料”为主，月子教练的核心是“专业带教”——通过上门服务，手把手教新手父母掌握科学育儿方法与产后恢复技巧，帮助家庭建立自主照料能力。其服务模式灵活，通常按天或按小时计费，这种兼具专业性、灵活性与经济性的服务，正成为市场的新选择。

——整理收纳，理清物品亦梳理内心。

“收纳整理早已超过了归置物品的表层意义，正在成为重构生活秩序，传递生活美学的载体。”乔安收纳美学工作室主理人、云南省家协收纳专委会主任尹晓娜指出，通过职业整理师介入，帮助客户筛选物品、优化动线，不仅能释放物理空间，还能缓解因杂乱而产生的焦虑情

绪，提升生活效率和质量，甚至能改善家庭关系。

尹晓娜分享，一位客户家中曾被上千件衣物淹没，团队花费4天将其归置得井井有条。数月后回访，客户表示：“这比买衣服快乐得多，家庭关系也更融洽。”

“收纳的价值不止于环境焕新，更是对生活方式的良性引导。”尹晓娜说，在整理过程中，客户可直观地了解物品数量，有助于避免重复购买；所有收纳均依据客户的生活习惯设计，维持起来并不困难。

此外，尹晓娜还结合茶艺与设计专长，延伸出毛毯房收纳空间设计、商业整理、茶空间构建等新服务，并与学校合作开发收纳整理类的劳动教育课程，持续拓展收纳服务的边界与内涵。

从找人干活到购买生活方式，云南家政服务市场涌现的新意，是当前服务消费转型升级的微观体现。在职业标准、培训体系及资质认证逐步完善的推动下，行业正不断向精细化、专业化与高质量方向演进。

本报记者 常远



云南玉昆足球队球员在比赛中积极拼抢。本报记者周灿摄

中国·南亚

尼泊尔女性公益组织负责人梅努卡·塔帕：彼此托举 向阳而生



梅努卡·塔帕

25年前，尼泊尔加德满都一家餐厅的欠薪事件，让梅努卡·塔帕和她的姐妹们毅然走上抗争之路。这场看似挫败的经历，却成为照亮无数尼泊尔女性命运的起点。

“这家店只开了一个月就倒闭了，我们要求发工资未果，店主甚至对我们暴力相向。”梅努卡回忆道，同事们的铮铮誓言“不惜一切代价，也要捍卫我们的权利”深深烙印在她心中，最终催生了“保护尼泊尔”（Raksha Nepal）组织。

从2004年创立至今，“保护尼泊尔”已发展成为覆盖尼泊尔20个地区的女性互助网络。梅努卡说：“我们主要庇护那些在心理、生理及经济上处于弱势的女性群体。目前，我所在的援助点为90位女性提供了避风港，各地设立的援助点每年帮扶约600人。”

“保护尼泊尔”最动人的力量，在于女性间的彼此托举。该组织开设了32项职业技能培训，涵盖蜡烛制作、首饰加工、缝纫剪裁等领域，并形成了“以老带新”的可持续技能培养体系。

“我们亲如一家，帮助女孩们培养自立自强的能力，是我们最重要的使命。”梅努卡强调，这种自力更生的精神，让受助女性在掌握技能的同时，也重拾了尊严和自信。

作为组织的掌舵人，梅努卡与生俱来的坚韧感染着每个人。她认为，真正的改变需要全社会共同努力，特别是男性的参与。她曾在多个场合强调：“男性皆由女性所生，理当尊重所有女性，才是真正的男子汉。”

回首往昔，梅努卡微笑着说：“我的过去塑造了今天的我，让我变得更加坚强。”从一场欠薪抗争，到照亮数千名女性的灯塔，她和姐妹们用行动证明：当女性彼此托举，便能冲破黑暗，向阳而生。

本报记者 郭瑾

开放快报

前三季度红河州出口农产品41.3亿元

本报讯（记者 黄议娴 韩成圆）昆明海关所属蒙自海关统计数据显示，今年前三季度红河哈尼族彝族自治州农产品出口总额达41.3亿元，同比增长55.7%，农产品出口规模居全省第二。其中，柑橘类产品出口额达6.5亿元，葡萄出口额4.8亿元，同比分别增长771.3%、51.1%，成为推动红河州农产品出口增长的“双引擎”。

据悉，为助力当地农产品加快走向国际市场，支持边疆民族地区乡村振兴，蒙自海关组建志愿服务队，深入果园和种植基地，为企业提供果园和包装厂的注册登记，以及针对不同出口市场的准入要求、国外技术性贸易措施解读等“一对一”服务，指导企业加强农残监测、有害生物防治，从源头做好农产品品质保障。此外，海关动态更新重点企业、重点产品享惠清单，指导企业运用RCEP关税减让政策，持续降低企业运营成本。该关还积极探索农产品“批次检验（检疫）”改革，推广检验检疫证书“云签发”自助打印、原产地证书“自助打印”等便利化措施，助力“云字号”农产品顺畅出海。

前三季度滇中海关监管出口云南野生菌及产品货值超3亿元

本报讯（记者 黄议娴 韩成圆）记者从昆明海关获悉，今年前三季度，昆明海关所属滇中海关监管自迪庆、丽江、楚雄等地的出口野生菌及其产品4844吨，货值超3亿元。

在云南万力贸易有限公司的冷库内，一批采摘自楚雄的经速冻处理的新鲜美味牛肝菌成品，在海关现场检查和监督抽检符合要求后，将出口至意大利、法国等欧洲国家。云南万力贸易有限公司总经理董跃武表示，公司出口的野生菌来自海拔2000米以上的山区，并在成熟的5小时内完成采摘，海关提供的便利举措保障了产品能以较快的速度送达海外客户，最大程度保留了鲜美口感。

为保障云南野生菌“鲜”达全球，滇中海关实施“预约查验”等惠企便企举措，做到“随到随办、合格即放”，并专门开设申报与查验绿色通道，高效签发植物检疫证书和原产地证书，实现出口前监管“零延时”。