

租相机、租帐篷、租车……“万物皆可租”加速融入假日消费 以租代买，如何重构假日体验？

假日观察

本报记者 王鹤颖

5月1日晚，日照奎山体育中心内，2026“初光天籁”演唱会万人合唱。观众席上，来自北京的“95”后歌迷张晗，举着租来的大疆Pocket 3云台相机，记录下一个个高光瞬间。
“只要信用够好了，平台就能免押金，第二天快递到家，方便又省心。”在张晗看来，相机并非生活刚需，租借用能避免闲置浪费。
从出片必备的摄影器材、汉服妆造，到放松休闲的户外露营、自驾出行……这个“五一”，“万物皆可租”加速融入假日消费。租赁消费发生了哪些变化？如何与文旅产业实现更深层的融合？

相机不是刚需，体验才是

临近“五一”假期，拍照打卡需求激增，相机租赁市场也跟着热闹起来。
4月30日晚9点，济南宽厚里南门的一家相机租赁店里，不少顾客排队归还设备。“我们两天前就暂停‘五一’的预约单了，热门机型一机难求。”店主说。
线上租赁渠道同样火爆。早在两周前，常驻青岛小麦岛的“95后”独立摄影师小林（化名）就通过租赁平台配齐

了多套设备。
“早预约有早鸟价，无人机一天40多元，单反相机50元，全套设备日租不到百元。”他算了一笔账，相比动辄数万元的购置成本，租赁几乎能省下九成，还能随时换新机型，切换不同摄影风格。
“以租代买”在年轻群体中并不鲜见。国家市场监督管理总局发展研究中心发布的数据显示，2024年，我国租赁经济交易规模突破4.2万亿元，服务用户超过7.5亿人次。今年的一份调查显示，77.3%的青年有过租赁经历，其中“00后”占比高达82.2%。
“‘90后’‘00后’更看重‘体验’而非‘占有’。”山东大学管理学院教授、市场营销与国际商务系主任赵海川分析，如今的年轻人更愿意为当下的感受付费，而对使用频率低的商品，占有意愿明显减弱，租赁需求持续走强。

“万物皆可租”嵌入文旅消费链

如今，随着需求日益多元化、个性化，租赁消费也从高价值商品向全品类、全场景延伸，在文旅领域，这一趋势尤为明显。
5月2日中午，威海荣成东部近海露营地，帐篷与天幕连成片，折叠桌椅、卡式炉、露营灯等装备一应俱全，不少游客围坐其间，或烧烤、或聊天，气氛轻松而热闹。与过去自带装备的露营方式不同，这里的游客大多选择现场租用全套装备。“一套300元，比买便宜，也省去搬运和收纳的麻烦。”一位年轻游客说。
这种按需租用、轻装上阵的消费逻辑在出行环节同样普遍。随着线上租车平台普及、异地取还服务完善，“落地即租”成为不少游客的首选。东方财富网数据中心发布的数据显示，2025年我国租车行业市场规模达1044亿元，同比增长24%。
山东省自驾游旅游协会秘书长韩磊认为，在快节奏的生活中，自驾游为人们提供了放慢脚步、细细品味生活的方式，更契合年轻人的出行偏好，山东自驾游条件好、线路多，发展前景广阔。
不过，租赁市场快速升温的同时，也面临一些“成长的烦恼”。黑猫投诉平台上，车辆、相机等租赁场景中，存在商品成色与宣传不符、功能异常等情况；在交易环节，也有押金退还周期长、费用规则不透明、责任认定模糊等问题。
对此，赵海川建议，应加快构建政府、平台、企业与消费者多方协同的治理机制，完善信用评价体系与合同规范，加强信息披露与标准化建设，提升市场透明度与服务质量。

“可租”与“好游”如何深度融合？
今年1月，商务部等9部门印发《关

于实施绿色消费推进行动的通知》，将“二手商品租赁”列为国家重点支持与培育的新型消费业态。
政策的推动与假日消费叠加，租赁经济向文旅场景加速渗透。两者如何实现更深层融合？
“应从‘简单拼凑’走向‘场景重构’。不应只是把租赁作为辅助服务放在一侧，而是要前置嵌入复合消费场景，形成‘装备租赁+特色体验+本地消费’的一体化链条。”泰安市旅游行业和精品旅游促进会会长宋其涛说，可以将租赁服务整合进“赏花节+户外音乐节+露营体验”等套票，使游客在同一消费路径中完成装备租赁、活动参与和本地消费，从而提升整体体验和转化率。
这一思路已在山东多地显现。“五一”假期，齐鲁超赛、枣庄音乐盛典、琅琊古城春风音乐会等活动集中举办，吸引了众多游客，衍生出住宿、餐饮、游览等多重消费，带动各类租赁需求增长。在此基础上，不少平台提供按月租用、随时更换的数码产品；在景区和演出周边，折叠座椅、便携风扇、应援灯牌等既可短租体验，也可直接转购，使用方式更加灵活。
与此同时，出行服务不断完善，也带动提升游客的租赁体验。日前，我省出台的《山东省加快旅游交通网建设行动方案（2026—2028年）》提出小微租赁推行信用免押、异地还车等便民服务，将进一步满足游客个性化的自驾出行需求。

藏在园林里的市集圈粉百万

本报记者 张达 陈晓婉

“五一”假期第一天，济南南郊宾馆里，文旅市集吸引了不少寻找“松弛感”的市民：有人拎着喷香的诸城烧肉，有人举着刚出炉的烧饼，还有人撑起帐篷在茵茵草坪上小憩。
自今年1月10日开张以来，南郊文旅市集每个周末如期亮相，5个月来累计办了12期30天，迎客超过110万人次，引进商户120多家，营收300余万元。“五一”假期，市集再度升级，连开五天不打烊，400米长街串联起千余种商品、数十种体验，点燃假日消费的新引擎。
这个藏在园林里的市集，凭什么持续走红、圈粉百万？让“体验”说话，是市集积攒人气、持续出圈的秘诀。
“以前开店，是守在屋里等客来。现在走出来，和这么多人面对面，反而有了新惊喜。”在市集的手工皂摊位前，刘溪一边整理货物，一边和前来咨询的市民闲聊。
刘溪是南郊集团旗下山东大厦的老租户，开了间美容美发中心，24年没挪过地方。初到市集时，刘溪还有点忐忑，不过眼前的热闹很

快打消了她的顾虑。卖农产的大爷操着地道济南话吆喝，做香气的姑娘耐心讲解配料，各行各业的摊主凑在一起，聊生意、话家常。“大家不光守着自己的摊位，还互相串门找商机，这种氛围，是以前在店里体会不到的。”刘溪说。
当下，消费者追求的不只是商品本身，更是商品背后的人情味、“逛”的愉悦感，以及一段有温度、有记忆点的体验。南郊文旅市集解锁了一条“场景有温度、消费有质感、城市有温情”的发展新路，构建起“吃、住、行、游、购、娱”一体化全链条文旅消费生态空间，满足了消费者的新需求。
市集的热闹背后，还藏着对假日经济的长远布局。
如今，南郊集团积极与高校、博物馆、美育机构开展产教融合和研学合作，把传统礼仪体验课、投壶等传统文化游戏搬进酒店。这种“场景+多元体验”的模式，正推动假日经济从“流量”转向“留量”、从“一次性消费”转向“持续性消费”，让市集的吸引力不再局限于一时的热闹，而是沉淀为长久的竞争力。



南郊文旅市集

一张民谣酒馆账单里的“情绪价值”

本报记者 张晓帆 本报通讯员 李然然 孙静秋

5月1日，夜幕降临。青岛市即墨区，听海民谣酒馆的暖黄色灯光亮了。
舞台上，民谣歌手抱着一把吉他，唱的是薛之谦的《演员》。台下，23岁的张雨桐和16个朋友围坐一桌，烤虾、牛蛙、小串和啤酒擦得满满当当。服务员递上小票：总消费880元，已付清。
张雨桐是从济南来即墨旅游的。这个“五一”，她和朋友们没有挤进热门景区，而是选择了这座海边小城，住民宿、逛夜市，找一家有氛围的酒馆坐一晚。“我们是冲着薛之谦专场来的。”她笑着晃了晃手机，“团购加散点，人均125块钱，吃得好玩得也好，值了。”
这张小票，算不上大数字，却讲出了年轻人如何花钱、为何买单的故事。
账单有一个细节：酒水消费远远高于餐食。仅24瓶啤酒一项就花去488元，占总额一半多。如果只算菜品和饮料，实际花在“吃”上的钱不过三百多元。
多出来的溢价，买的是什么？听海酒馆

负责人谭东宇指了指舞台：“买的是这个。”听海酒馆主打“民谣弹唱+古风舞蹈+美食”的全链条体验模式。5月1日薛之谦专场，驻唱歌手全程翻唱薛之谦的经典曲目，台下跟唱声不断。“很多人不是来吃饭的，是来听歌的。啤酒只是载体，氛围才是商品。”
张雨桐深有同感：“我在家喝啤酒只要几块钱，来这里花几十块买一瓶，听的不是歌，是故事。”她说，这种沉浸式的音乐现场，让她觉得花的每一分钱都值得。“比去那种蹦迪的酒吧舒服多了，能安安静静地跟朋友聊天，又能听到喜欢的歌。”
谭东宇观察到，近年来消费者的心态发生了明显变化。“前两年大家更在意‘吃饱吃好’，现在越来越多客人愿意为‘情绪’买单。我们店里的人均消费在80到120元之间，年轻人觉得值，因为买到的是一整晚的放松和快乐。”
听海酒馆的定位很明确——“打工人的快乐老家”。无低消、沉浸式民谣体验，加上“五一”期间的薛之谦专场，让店里日均客流量突破500人次，比平日翻了一番，其中像张雨桐这样从外地专程赶来的游客占了近六成。

以强扶弱促协同

——三谈以更大力度推动县域经济高质量发展

本报评论员

一个地区发展，总是在平衡与不平衡的辩证运动中前行。
从全国看，山东是区域发展相对均衡的省份。不同县域，资源禀赋不同，比较优势各异，发展在时序上有先后、程度上有高低、速度上有快慢，这种不平衡也是客观现象。但正如习近平总书记指出的那样，“不平衡，就要努力去解决，止于至善。”以强县产业帮扶弱县为抓手，持续做好“新、特、优”三篇文章，推动县域、县域经济协同发展，是促进区域协调、形成聚合效应的重要方法和途径。
自2024年9月，山东省委审时度势，部署开展强县产业帮扶弱县工作以来，全省10个经济强县一对一结对帮扶10个弱县，资源要素配置得到优化，强者愈强、弱者愈弱的“马太效应”得以减轻，强弱差距缩小。2025年，被帮扶的10个弱县地区固定

资产投资、一般公共预算收入、税收收入增速分别高于全省11.6个、3.8个和5.8个百分点。一年半的耕耘，新思路赋予区域协调发展新动能，“先进带动后进”的成效初现。
帮扶，不是强县对弱县的单向施舍；协同，也不是追求整齐划一的平均主义。强县产业帮扶弱县不是抓一年、两年的工作，而是一项长期任务。各级各有关部门要精准发力，纵深推进，把这项工作持之以恒抓下去，在“做大蛋糕”的同时做好“分好蛋糕”，努力做好以强扶弱促协同的大文章。
促协同，促的是政策机制的优化。强县产业帮扶弱县工作开展以来，形势有了新变化，市县有了新诉求，必须结合产业帮扶推进阶段和工作实际，不断优化提升思路举措。要更好发挥引导资金撬动效应，优化产业基金出资规则，强化专项债券支持，完善考核激励机制，改进帮扶效果评价体系，通过持续优化政策机制，为县域协同发展构建坚实的制度基础，从而

充分调动结对县域的积极性，真正实现从“帮扶”到“共生”的深层转变。
促协同，促的是产业链的融合。青岛即墨区推动即发服装等纺织企业在枣庄山亭区布局，济南历城区与蒙阴县共建绿色智能钻机产业园，都是在帮扶中变“输血”为“造血”的生动案例。推动结对县域产业链进一步对接融合，深入谋划实施新一批优质项目，就要紧扣弱县所需、强县所能，找准产业协同合作的结合点，着力加强协同招商，联合梳理产业图谱，加大园区共建力度，深化开发区联动协作，创新“飞地经济”等模式，支持跨区域打造特色优势产业集群，实现产业在更大空间范围内的优化布局。
促协同，促的是市场的对接。拓展市场，是产业帮扶的重要内容。进一步密切市场对接，巩固拓展成效，一方面，要强化结对县域间的产销对接、链式合作，常态化开展供需对接活动，譬如济南市中区打造产销对接平台，推动高唐县特色产品

进入盒马鲜生等大型商超。另一方面，要发挥强县在平台、服务、资源等领域优势，帮助开拓国内外市场，助力弱县优品走向全国、远销海外，譬如胶州市与枣庄峄城区成立上合国际农产品交易中心枣庄分中心，推动峄城石榴出口近亿元。县域协同，少了内卷内耗，多了合作共赢，双方不是竞争对手，而是抱团出击的合伙人。
促协同，促的是合作领域的拓宽。强弱县之间，可以合作的领域不止现成的路径，往往还可以再思考一层。比如，在科技创新上，能不能共建高水平创新平台？在金融惠企上，能不能鼓励金融机构为转移企业提供专项信贷产品？在文旅合作上，能不能共同开发旅游产品和精品线路？结合各地实际深入谋划，进一步拓展合作维度和领域，才能更好推动资源共享、优势互补，持续将帮扶转化为生生不息的内生动力，让协同成为深入肌理的发展逻辑，推动山东各县域在跨越赶超中实现百花齐放。

打造全国重要人才中心和创新高地

本报记者 刘一颖

4月28日，2026年全国五一劳动奖名单公布，济南圣泉集团股份有限公司酚醛事业部技术总工程师李枝芳榜上有名。

就在8天前，国务院新闻办公室举行“新征程上的奋斗者”系列中外记者见面会，中国中车首席科学家、中车工业研究院院长、国家高速列车技术创新中心主任梁建英分享了她的奋斗历程。

聚光灯下，她们代表的是体系完备、创新涌动的山东先进制造业——

山东深入实施工业经济“头号工程”，全面推进科技创新引领产业发展。去年，山东高新技术产品产量大幅增长，集成电路圆片增长19.2%，锂电池增长103.1%，工业机器人增长26.6%，新能源汽车超过110万辆。人工智能核心产业营收超过1200亿元，浪潮海若、卡奥斯天智、潍柴齐天等148个行业大模型规模化应用。入选国家首批领航级智能工厂2家，新增卓越级智能工厂27家，打造“产业大脑”130个，规上工业企业数字化转型覆盖率超过95%。

每一份亮眼的成绩单，写满了科研人才经年累月的潜心探索与无悔付出。为引导各类人才向先进制造业一线集聚，近年来，山东下足“硬功夫”。

以立法形式护航先进制造业跃升，山东制定实施先进制造业促进条例，明确提出，推动创新链、产业链、资金链、人才链融合发展，建立健全人才政策体系，加大先进制造业人才的培养、引进和使用力度，弘扬企业家精神和工匠精神。

马年新春刚过，山东省委、省政府印发《关于实施更加积极开放有效人才政策的若干措施》，优化升级重点人才政策包。若干措施聚焦强化对现代化产业体系建设的支撑，深入实施产业能级跃升工程，优化提升传统产业、培育壮大新兴产业、前瞻布局未来产业的战略部署，提出要加快构筑新兴领域人才集聚强磁场，建设急需紧缺人才培养高地。

以“真金白银”硬核支持企业产业升级和创新发展，山东安排6.25亿元技术改造资金和5.8亿元新兴产业和未来产业奖补资金，并在2025—2027年间，安排1000亿元左右资金，重点围绕科技创新、产业创新、绿色创新、人才创新、体制机制创新等“五大创新”体系建设，加快培育发展新质生产力。

政策力度不够、温度不足，企业最知道。在近日济南市政府新闻办举行的记者见面会上，对“为什么在济南扎根发展”，生产出“全球最大的整体环轧钢环”的伊莱特能源装备股份有限公司总工程师王飞这样回答：在济南市《关于重大技术装备首台（套）奖励政策》精准高效的支持下，企业决定投资10亿元，建设世界最大环轧制造项目。项目落地过程中，土地、能源、手续保障等各方面各部门给予大力支持，仅用10个月就建成并投产，创造行业奇迹。

同样，在刚刚落幕的2026北京亦庄人形机器人半程马拉松比赛上，山东优宝特智能机器人有限公司研发的人形机器人“行者泰山”凭借稳健表现功绩完赛。这离不开山东加速布局人形机器人产业新赛道，推进人形机器人自主化、智能化、高端化发展，打造济南、青岛、淄博、济宁四大产业基地，构建“核心带动、多点支撑”协同发展格局。

山东先进制造业搭起的一座座“高能舞台”，正不断向八方人才抛出橄榄枝：来山东，长本事、成大事——济南加快建设齐鲁科创大走廊片区，量子国家实验室济南基地落地见效，中科院济南科创城崛起；国家高端智能化家用电器创新中心、国家虚拟现实创新中心（青岛）等国家级制造业创新中心，持续增强青岛科创大走廊的人才磁吸效应……

好政策、高平台之外，山东还给予人才“此心安处是吾乡”的踏实与温暖。
今年初召开的山东省民营企业座谈会上，铭铭微电子（济南）有限公司联合创始人兼首席执行官朱照远在发言中，多次感谢省市支持，并提到“企业视频处理芯片项目被纳入省级相关规划，发展前景广阔。我们将扎根山东、面向全球，为山东加快发展新质生产力注入强劲的科技动力”。

从澳门出发，穿越大湾区，山东极视角科技股份有限公司创始人兼董事长陈振杰最终驻足青岛。丰富的工业互联网落地场景吸引，受益于当地政府的重视与扶持，企业走出“需求方+技术方”协同创新发展路子，打造出许多国内首创、行业领先的垂直模型。陈振杰直言，“来到青岛是我作出的最正确决定。”

制造业是立国之本、强国之基。山东有41个工业大类全覆盖的基础优势，还有多个“第一”“首创”的硬核突破，更有人才汇聚、动能澎湃的创新生态。由技术之核、人才之擎与产业之基共同驱动的山东，汇入中国制造的“钢铁”洪流，涌向未来。

（上接第一版）当天，环海路辅线上，十二花神、太阳神、月亮神、汉服机器人依次亮相，国潮汉服巡游让游客们沉浸式解锁国风新体验；14处观景平台设置了仪式感满满的打卡点，以及花样繁多的NPC互动小游戏。“5月1日至5日，我们每天推出‘向阳而生·与光同行’沉浸式漫游活动，让游客在一步一景、一乐一舞中，解锁半月湾的全新游玩模式。”王晓光说，为改变以往的单一观光模式，半月湾风景区将场景营造与游客体验深度绑定，通过NPC互动、主题演艺等形式，增强旅游的趣味性和记忆点，让游客从“旁观者”变为“参与者”，实现“流量聚人气、人气促消费”的良性循环。

（上接第一版）

偿债能力整体优化，长短期风险可控

一季度，山东上市公司偿债能力整体呈现结构性改善，长期与短期风险均处于可控区间。
资产负债率是观察长期偿债能力的核心指标之一，多数山东上市公司的杠杆水平保持稳定或呈温和下降趋势。例如，民士达的资产负债率从2025年一季度度的22.72%降至20.98%，福瑞达从19.73%降至15.94%。这种杠杆收缩有助于降低企业的长期财务风险，增强抗风险能力。
短期偿债能力方面，一季度山东上市公司流动比率和速动比率高企，反映出一季度账上现金和类现金资产充裕。以盘古智能为例，其流动比率虽从11.64回落至7.74，速动比率也从10.79降至6.97，但绝对值依然处于较高水平，整体流动性安全边际仍较宽裕。
“一季度业绩表明，鲁股企业正处于结构性改善进程中。”苏商银行特约研究员高政场分析，从基本面来看，国内政策持续发力、经济稳步复苏，为企业盈利提供有力支撑，基本面修复趋势有望延续；而在流动性层面，宽松政策持续为市场提供流动性支持，为A股市场提供保障。从全年维度来看，2026年鲁股业绩或将呈现结构性增长特征，新兴产业保持增长趋势，传统行业有望逐步企稳回升，整体盈利质量有望进一步提升。