



体育消费

吉林滑雪装备店 冰天雪地蕴商机

本报记者 郑智文



冬日清晨,雪花纷飞,吉林省吉林市万科松花湖度假区商业街内已是人头攒动。一眼望去,多是穿戴好装备、抱着滑雪板准备入场的滑雪爱好者。

“你们家的雪镜在哪儿?我想挑一款好看又实用的。”“这是店里刚到的最新款,防水防雾防眩目,您可以试试。”早上8点多,亚玛芬滑雪服务中心松花湖店刚开门一会儿,店长祝丽娜和店员们已经忙碌起来,各自为到店顾客详细介绍商品。

门店于2017年开业,经营多个品牌的滑雪装备,位于度假区商业街的繁华地段。230平方米的门店里,滑雪板、滑雪杖、滑雪鞋、滑雪服等各式装备整齐摆列,一应俱全。此外,店里还提供专业雪具租赁服务。

“今年这雪没少下,明显感觉来滑雪的人越来越多,进雪场有时还要排队。”祝丽娜介绍,11月18日滑雪场开板以来,人气越来越旺,消费活力也更足了。与去年同期相比,总营业额增长约20%。

交谈间,一位顾客推开门,抱着沾满白雪的双板滑雪板走进店内。

“租的雪具挺好用的,试用后还是想自己买一套雪具。”顾客石景侨坐在椅子上,卸下租用的滑雪鞋交给店员。

“每年大概有多长时间来滑雪,有长期滑雪的规划吗?”祝丽娜详细询问。

“估计每年最多能腾出10天左右吧,刚开始接触,目前还是挺感兴趣的。”石景侨说,自己和朋友算了一笔账,长远看,还是觉得购置一套雪具更合适。

先挑滑雪板,再选滑雪鞋。根据顾客的需求和所处阶段,祝丽娜推荐了几套装备。不一会儿,石景侨就购置好了。

“相较往年,今年门店营业额提升,还得益于我们与省市相关部门、度假区联合开展的促销活动,吸引了不少新面孔来消费。”祝丽娜说。

今年11月起,吉林市举办国际雾凇冰雪节及新赛季系列冰雪活动,吸引了多地滑雪爱好者前来感受冰雪乐趣。开板以来,截至11月30日,松花湖度假区接待滑雪度假游客超5万人次。11月25日,吉林市商务局以“新赛季·百日商贸活动”为主题,拉开商贸促销活动帷幕,连续开展为期15周的“百日大促销”。

“上个雪季,店里的营业额约为560万元。照目前态势来看,这个雪季预计能实现新突破。”祝丽娜说,“每年12月到次年1月是滑雪的高峰期,也是滑雪装备的销售旺季。我们要把握机会,争取交出一份红红火火的成绩单。”

上图:吉林省吉林市亚玛芬滑雪服务中心松花湖店内,店员帮助顾客试穿滑雪鞋 本报记者 郑智文摄

餐饮消费

南京特色面馆 推出新品受欢迎

本报记者 姚雪青

“要不要辣?放不放葱?”柜台前,店员忙着询问顾客的喜好,而顾客已排出了门外二三十米,高峰期临时放置的十几张座椅根本不够用;厨房里,两台炉灶火力全开,师傅们分成两组,分工明确、有条不紊;大厅里,两位端菜工每人一次端出两碗面,风风火火地在人群与桌椅间穿梭……

这是位于江苏省南京市秦淮区明瓦廊美食街的易记面馆,如今已经开了42年。

今年73岁的店主易慧萍,和店里的伙计们早上6点就到店里准备菜品。天还没亮,店里已经忙得不可开交,这样高强度的节奏一直持续到打烊。“今年元旦以前,我们早上8点营业、晚上7点打烊,元旦后提前到早上6点20分营业、晚上8点半打烊。”易慧萍说。

“我是从湖北来南京旅游的,从社交平台上看到这家店,下了火车就来打卡。”顾客陈明说。记者在店里注意到两个现象:无论是上午10点还是下午3点,都还有一批批顾客来吃面;此外,面馆里约有一半的顾客,是打扮时尚的年轻人和拖着行李箱来打卡的游客。

“这也正是店里生意红火的原因。”易慧萍告诉记者,小面馆的特点就是接地气,早中晚都能来一碗,加上现在文旅市场兴旺,南京作为热门旅游目的地吸引了大量游客。为了让外地消费者一次性享口福,今年店里还推出了两款特色新品:42元一碗的“易记面”和32元一碗的“全家福面”,由于集齐了大多数受欢迎的配料,成为店里目前售价最高也最受欢迎的品类。

易记面馆是一扇小小的窗口。今年以来,南京消费持续恢复。1—10月,全市实现社会消费品零售总额6840.2亿元,同比增长6.1%。其中,限额以上餐饮业营业额同比增长18.8%。

政策支持是促进消费回暖的关键。记者从南京市商务局了解到,今年南京围绕更大力度繁荣消费市场,推出消费促进“四季有约”行动。9月23日到10月中旬,以“宁动金秋”为主题,全市共组织线上线下活动500多场,以市区联动、政企协同巩固消费复苏势头。明年,当地还将举办美食节,开展“秦淮小吃”品牌提升行动,打造有影响力的特色品牌。

“明年,我们也想借着街道对小店及周边整体提升改造的机会,重新装修门面、更换新的餐具和桌椅设施,用全新面貌迎接顾客!”谈到下一步打算,易慧萍信心满满。



一线调研

透过小店账本看经济大势

作为畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,消费既对经济具有持久拉动力,又是观察经济运行状况的重要窗口。数据显示,今年1—10月,社会消费品零售总额同比增长6.9%,消费持续恢复提升。

消费一头连着宏观经济大盘,一头连着千家万户的美好生活。吉林雪场边,冰天雪地成为体育用品店带来了更多商机;南京美食街上,老面馆的特色新品成为热门品类;丽江古城内,民宿员工以直播带动营业额增长;西安曲江创意谷,“小而美”、定位准的演出颇受欢迎……小店账本里的点点滴滴,有柴米油盐,也折射经济大势。这背后,是政策效应的持续显现,是积极因素的逐步增多,是信心的不断提振,更是消费需求稳步回暖的坚定步伐。

编者

本期统筹 沈寅 林琳 白之羽 本版责编 吕钟正 韩春瑶 林子夜 版式设计 沈亦伶

旅游消费

丽江古城民宿 直播带动营业额

本报记者 杨文明

冬日的云南省丽江市,进入相对的旅游淡季。缪立伟位于古城大研街道五一街的民宿,现在的平均入住率虽然不及旺季,但也超过八成。

半年前,记者曾来到缪立伟家的民宿采访:53间房,游客经常一住就是3天,房间早早就被约满。半年后再探访,他家的民宿依旧热



闹:如果遇到客满,缪立伟还会把客人介绍给其他民宿;如果运气不好,得向上三四家才能给客人找到房间。

“往常‘十一’假期后、元旦前,民宿生意会稍微不那么忙。今年淡季却不淡,入住率也比较高。”缪立伟说。

下午3点,阳光正好,缪立伟在院子里架起了炉子,炉旁很快坐满了客人。不远处,民宿工作人员石磊高正在调试设备、准备直播。凭借之前当导游的经验,石磊高说起民宿和旅游攻略头头是道。情况好的时候,一天直播就能带来5万多元的线上营业额。

前两年,旅游行业曾遭遇低迷期,周边一些民宿关门或转让。缪立伟不舍得10多年的心血,更离不开这种生活,便带着团队转向网上直播。每天写文案、拍视频,既宣传自家民宿,又推荐丽江旅游攻略。如今,缪立伟的团队运营了几个账号,粉丝量总计超过千万。“最近的客人里,超过两成订了我们直播间的四天三晚套餐。”缪立伟说。

结束旅行返程前,游客多半不会空手,普洱茶、鲜花饼当伴手礼,腊味快递到家……旅游火,带动了云南土特产的销售。平日里客服负责和住客交流,50多部工作手机的微信都加满了客人。宁蒗的苹果、华坪的芒果、玉龙的雪桃,每逢鲜果上市,员工们的朋友圈就变成了当地农民的销售圈。

为进一步提振信心,推动旅游高质量发展,今年10月,丽江市出台10条激励措施,安排6000万元文化旅游专项资金,支持“引客入丽”;对通过新媒体方式宣传丽江文旅的作品,按照传播量和影响力,给予资金奖励。

添上一杯茶,缪立伟说起未来的打算:这两年,丽江古城的文化味越来越浓,依然是国内最热门的旅游目的地之一,游客数量在持续增长。自己想再开一两处民宿,计划在新民宿中增设民俗展示区,注入更多文化元素,提升客人的住宿体验。

上图:云南省丽江市,缪立伟的民宿一角。于和乐摄(人民视觉)

文化消费

西安曲江创意谷展演中心 多元设计巧定位

本报记者 原轶雄

冬夜里的陕西省西安市寒意阵阵,曲江创意谷展演中心的剧场却热闹非凡。走进剧场,上百支蜡烛装点着小小的舞台,簇拥着舞台中央的三角钢琴,一场烛光音乐会即将上演。

不一会儿,钢琴师、大提琴手、小提琴手依次上台。开场白过后,灯光熄灭,舞台仅由唯美的烛光映衬,音乐渐起,飘入耳畔。

这是一期影视和动漫音乐专场,随着一首首耳熟能详的曲目响起,观众们跟着节奏轻轻摇摆。“这首曲子需要大家跟我们一起完成,请随着我的节奏拍手。”在钢琴师的引导下,观众们跟着打起节拍,共同演奏了一首恢弘壮阔的曲目。

整场演出不仅有经典音乐曲目,还有演奏者自己创排的作品,这让观众刘湛很是惊喜:“其中的一首曲目是由电影插曲与流行乐混编而来,很有趣。这场音乐会的票价在50元到180元之间,价格亲民是我愿意消费的原因之一。”刘湛和妻子都是文艺爱好者,“今年西安有了很多小剧场话剧、小型音乐会等‘小而美’的演出,我们多了不少选择。”刘湛说。

曲江创意谷展演中心由西安演艺集团剧院运营公司(以下简称“西演剧院公司”)负责运营。去年4月,西演剧院公司与无限爱乐文化艺术(北京)有限公司合作,在展演中心推出了室内音乐会的驻场演出,受到不少市民欢迎。

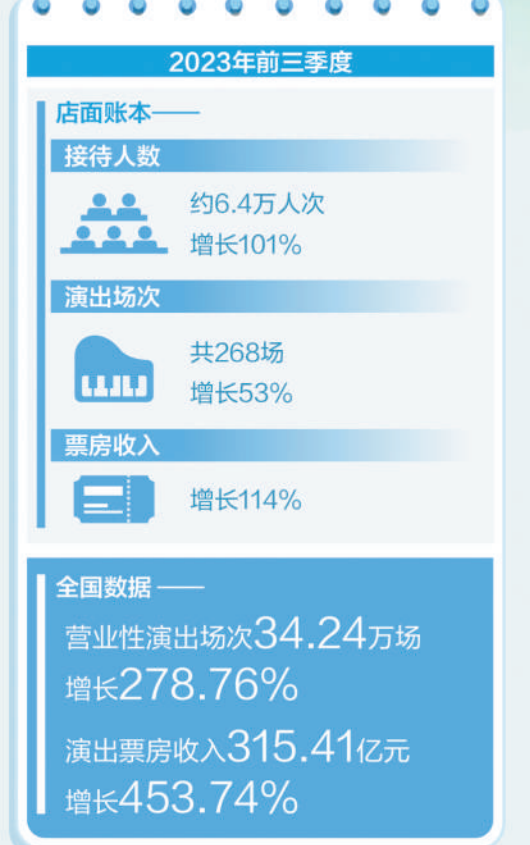
“驻场后,乐团的演出频次更高,票价也降低了,吸引了更多观众。去年乐团的各类演出只有100来场,今年预计达到350场以上。今年下半年,我们的演出场次比上半年增加50%。”无限爱乐文化艺术(北京)有限公司负责人沈楠说。

“价格更亲民、定位更准确的演出设计,有助于培养大众的文化消费习惯。目前我们在曲江创意谷展演中心的演出频次,由之前每周一两场增加到4场。我们还发现不少家长带孩子来看演出,于是在周六下午专门增加了针对儿童的音乐会,满足不同受众的文化消费需求。”西演剧院公司相关负责人孙健说。

据了解,今年曲江创意谷展演中心的演出预计达353场,将比去年多75场;预计全年接待7.3万人次左右,比去年增长近4万人次。

“今年西安文化消费市场非常活跃,一系列音乐会、驻场演出以及亲子舞台剧、儿童剧等遍地开花,其中年轻消费群体和亲子消费群体成为主力。接下来,文化管理部门和文化从业者可以进一步挖掘文化消费的中长期驱动力,精准把握文化消费趋势和选择偏好,促进文旅与数字经济、体验经济深度融合,激发文化消费新活力。”西安建筑科技大学公共管理学院院长詹绍文说。

下图:陕西省西安市曲江创意谷展演中心,烛光音乐会现场一角。本报记者 原轶雄摄



数据来源:文化和旅游部、国家统计局、中国演出行业协会