

商海观潮

与赏春相关的消费流行

3月以来销量同比增长

VR眼镜 290% 智能穿戴配件 258%

单反相机 187%

家庭亲子游受青睐

清明前后(4月1日至6日)

南京、成都客源的亲子民宿订单量同比增长分别超10倍、超7倍

数据来源:美团闪购、美团旅行等



体验经济,释放消费潜能新引擎

欧阳洁

春光正好,风与花的温情,漫过枝头,落在肩头。坐一趟赏花主题专列,看遍沿途赏花胜地的鲜花,再感受一次非遗簪花体验;踏入万亩花海,漫步花间市集,再听一场激动人心的花田音乐会;相约山野林间,感受万物复苏,再进行一场酣畅的越野比赛……在蓬勃春日里,以花为媒,文旅体验、游玩购物、赛事竞技有了更多玩味和体验乐趣,勾勒出“春日经济”的生机画面。

“春日经济”热潮之下,不难看到,人们不再仅仅满足于驻足观花,而更享受花间赏心悦目的环境,期待拥有一份独特的消费感受和体验。从关注产品和服务的功能,转向创造个性化、沉浸式的体验,以“春日经济”为代表,体验经济正成为释放消费潜能、活力的新引擎。

体验经济契合消费升级趋势。眼下,消费供给日益丰富,满足了人们对商品和服务基本功能的需求,消费者对“拥有什么”的渴望,正逐渐让位于对“感受如何”的追求,转而在意消费给自己带来的

价值体验和情感诉求。倾注心血自己亲手打磨一件首饰,远比买一件标准化的商品更有意义;在溶洞咖啡馆细品一杯咖啡,精致的景观让普通的咖啡散发不一样的风味;在古城游玩时扮演不同的人物角色,体验不一样的人生经历……与传统消费不同,体验经济正是在消费升级趋势下,体现人们对商品和服务内涵有了更高的追求,消费成为实现价值认同、情感连接和情绪投射的过程。消费者不仅享受商品和服务,也参与创造个性化、互动性的消费体验。

体验经济释放文化活力。体验经济注重消费者沉浸式参与,无论是身着古装体验古代生活,还是参与文物修复、文创设计,消费者不再是旁观者,而是文化传承的参与者与传播者。在非造工坊亲手控制陶坯、在古法染坊浸染一方素绢,沉睡的非遗技艺在消费者体验中慢慢苏醒,引发文化认同与情感共鸣。旅游也不再只是看风景,消费者走进当地生活、体验特色文化,更愿意为演出买单,为打卡奔赴一座城市。文化在消费

新视窗·聚焦体验经济

“春日经济”不只是单纯的踏青消费,而是连接“吃、住、行、游、购、娱”的复合型经济形态

从赏花“流量”到消费“增量”

本报记者 齐志明 窦皓 王永斌

这个春天,从踏青赏花到寻味尝鲜,从徒步骑行到登山露营,从商圈市集到古城街巷,涌动的春意与旺盛的人气交织,纷纷转化为亮眼的数据和消费表现。

以花为“媒”、多业态融合,如今的“春日经济”不再是简单的踏青消费,而是在新场景、新产品、新服务的赋能下,连接起“吃、住、行、游、购、娱”全产业链的复合型经济形态,是体验经济的生动呈现。春光无限好,“春日经济”持续升温,既为美好生活增添更多亮色,也为经济社会发展注入新的动能。

春赏——“赏花+”业态上新,“颜值”变“产值”

“一进园区就被这片花海惊艳到了!郁金香开得层层叠叠,樱花也缀满枝头,空气里都是春天的味道,带着家人来春游,踏青、赏花、农趣,特别惬意。”春光明媚,在江西省芦溪县仙凤三宝园,正在花海前拍照的游客李思韵笑着分享。

走进仙凤三宝园,4.6亩的郁金香花海正迎来盛花期,吸引市民游客纷至沓来,踏春赏景。阿波罗、红色长安、幸福一代、水晶之星等6个品种的郁金香成片绽放,放眼望去,从炽热的橙红,到温柔的粉白,再到明亮的鹅黄,每一朵都饱满紧致,层层色彩交织出一座童话般的“马卡龙花园”,令人沉醉。由鲜花编织而成的彩色拱门,与层层叠叠、深浅不一的花朵相呼应,宛如流动的画卷,延伸向天际,人们驻足其间,俯仰皆成画中人。

作为宣风镇晒小镇的核心景区,仙凤三宝园依托“中国花木之乡”优势,打造“特色产业+文化+乡村旅游”的文旅新模式,开放面积约1500亩,拥有四季花海、湿地沙滩、萌宠乐园等数十个项目。“今天特意带孩子来坐小火车穿行花海,风景美得像画一样。园区还有‘小猪快跑’欢乐套鸭”等亲子互动项目,我们玩得特别尽兴。”游客沈子雅赞叹

道。目前,园区已接待游客1.18万人次,门票收入达85万元。

在芦溪镇东阳村,上百亩油菜花海与千年古村碰撞出别样火花。村内“北斗七星”古樟群树龄超千年,唐风民宿与亭台楼阁错落分布。村里将“赏花+文创”深度融合,在唐樟咖啡馆、田夏有茶室等潮流空间,融入芦溪剪纸、傩面具制作等传统手工体验。同时,村里积极培育“赏花+民宿”等新业态,当游客倚坐在“多美好”民宿屋顶天台时,整片田野间如金色织锦般铺展的油菜花海尽收眼底,春风拂过时,花浪翻涌,空气中浮动清甜的花香,与古村的唐风飞檐、千年古樟构成一幅动静相宜的田园画卷。凭借“推窗见花、出门入画”的独特体验,“多美好”等民宿的房源提前一周就被订空,古村焕发新生,成为年轻人追捧的网红打卡地。

从单一赏花到“赏花+旅拍”“赏花+文创”“赏花+民宿”等多元业态,芦溪县的“美丽经济”正不断延伸产业链,形成农文旅融合发展态势,让乡村的“颜值”转化为“产值”,为乡村全面振兴注入持久活力。

延伸阅读

春光渐好,人们赏花热情高涨,新需求催生新供给,赏花经济也顺势升级,“赏花+美食”“赏花+科技”“赏花+文创”等融合业态蓬勃发展,助力消费者从“走马观花”走向“沉浸式体验”。

在赏花出游场景带动下,民族服饰旅拍爆发式增长,成春日消

费新亮点。苏州、杭州、南京、西安、扬州等城市受春日出游场景影响,成旅拍搜索热门城市。簪花、汉服等特色服饰妆造体验,成为年轻人打卡目的地的标配。

春赛——户外运动走热,装备销量增长

春日的浙南山区,阳光明媚,暖风和煦。在浙江省缙云县的骑纪公园,滨江绿道旁传来阵阵引擎“低吼”——众多品牌的机车整齐列阵,来自全国各地的千余名机车骑士,参加一年一度的机车嘉年华。

随着一声嘹亮汽笛,车流缓缓启动。全长数公里的车队宛若游龙,60公里的巡游路线,穿越青山绿水和古村,抬眼一望便是油菜花田与黛色群山。

“除了机车骑行,还有露营和音乐节,每年我都来缙云赴这场春天的‘约定’。”来自浙江台州市的资深车友谢胜荣,换上镶满骑行徽章的马甲,跨上黄色的哈雷机车,一路飞驰。

缙云南乡骑行线是其中备受欢迎的户外露营旅行路线,沿途是典型的乡村风景。行至BIG M大森营自然营地,碎石汀步,地栽绿植点缀其间,一排机车有序停驻在规划区域。

谢胜荣也卸下装备,走向沿弧形玻璃幕墙搭建的露营区。搭好骨架,固定好防风绳,这顶在市集中采购来的帐篷只有6瓶矿泉水重,却在风中稳稳立住。不远处,蛋卷桌、折叠椅、露营灯依次摆开,伴随着悠扬的乐曲声,一场户外烧烤正在进行,依稀可见远处的群山。

露营区使用的帐篷,大多来自当地。在缙云县壶镇镇的北山狼户外用品有限公司体验店,户外爱好者们沉浸式体验新品装备后纷纷下单采购;在装运区,这里是另一派热火朝天的景象——工人们快速打包着色彩斑斓的露营天幕,门口停着的物流

货车正等着将刚下线的蛋卷桌、折叠野餐手推车发往全国各地。

“开年以来订单就没断过,特别是进入3月,咨询量环比翻了将近一番。”公司负责人吕振涛展示后台的订单系统,“这批帐篷是客户为清明小长假准备的,指定要防暴雨级别的,我们得在月底前交付3000顶。”

今年以来,当地山地露营基地接待游客量持续增长,热衷露营的年轻人不断升级装备,直接带动上游生产企业产销两旺,整个壶镇镇的户外休闲用品产业正在春日里全速运转。

“一顶顶帐篷、一个个天幕撑起的不仅是城市游客的休闲时光,更是一个山区县产业转型升级的崭新天地。”缙云县经济商务局副局长王晋说,从家庭作坊到现代化企业,缙云的户外用品产业正借着“春日经济”的东风,奔向更广阔的市场。

延伸阅读

春分前后历来是人们亲近自然、参与户外运动的活跃时段,带动户外穿戴、露营设备等迎来销量增长。淘宝天猫数据显示,进入春季,户外品类销售增幅明显,“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品备受消费者青睐。3月以来,伴随换新需求及出行频次提高,软壳衣迎来销售高峰;越野跑鞋销量增速较户外鞋类整体高出60%,引领户外鞋类增长爆发。

越来越多消费者看重装备与运动项目,活动强度、使用体验之间的匹配度。运动护臀、健身手套等护具消费增长明显,营地鞋、越野跑鞋等鞋品类颇受欢迎。这说明春季户外消费正由“入门式、尝鲜式”购买,转向更加专业、精细和注重体验的品质消费。

春享——市集引客流,补贴促消费

摊位前,中药特调茶饮摆放在桌子上,依次排开;智慧中医体验区,市民站在智能体验设备前,个性化调养方案自动生成;集市核心区,一场中医药趣味小游戏拉开帷幕,吸引不少消费者参与……

在四川省成都市龙泉驿区杉杉奥特莱斯广场,“龙泉潮玩集”中医药集市热闹开营,吸引来购物的市民体验。从成都老城区赶来,市民陈学文和家人走进义诊区,来了一次针灸体验,感觉很不错。

进入3月,一系列文旅集市活动

在龙泉驿区举办,吸引客流涌入,拉动春日“悦己消费”。体验完针灸,陈学文走进一家门店,为家人选购新上架的运动鞋,“奥特莱斯的商品品类多,不少是西南首店,还有折扣活动。”

还有折扣活动。3月份以来,我们持续调改商品,上新服装、鞋帽等春日消费热门产品,举办中医药集市、文创集市,吸引市民逛购物、边游玩。”杉杉奥特莱斯广场项目总经理张利说,广场已吸引了成都、资阳等地区的市民前来购物,今年一季度营业额增长将超30%。

选购完商品,来到一家餐饮店,陈学文点击进入入云闪付美团团购小程序,出示核销码。商家扫码后,一家人便开始用餐。此前,陈学文抢到了“驿食光”餐饮消费券,“有了消费券,我们消费满200元,就能减50元。”陈学文说。

今春以来,当地推出了“驿驹光”“驿食光”等促消费活动,通过发放消费券、实施“以旧换新”补贴政策等,带动餐饮、家居和数码产品消费。“自3月20日起,我们推出了100万元餐饮消费券,每天通过云闪付平台发放,惠及市民游客。”龙泉驿区商务局相关负责人李东营说。

走进小米之家龙泉驿区万达广场专卖店,市民李晓霞看中了一款小米手机,与店员沟通后,得知6000元以内的新品手机可获得国补八五折的优惠,还能获得店补九五折的优惠。加上旧手机折算的额外补贴,最终,李晓霞以4000多元拿到了新款手机。

政策支持,拉动春日消费。“预计今年一季度,门店的销售额环比去年四季度将增长近20%。”专卖店店长王洲介绍,通过国补叠加店补等政策优惠,门店3月的销售额有望突破100万元,手机、空调、冰箱等成为热门品类。

延伸阅读

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新、悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音生活服务数据显示,3月以来,抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%,销售额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额均同比增长超70%。

(苏咏潇参与采写)

本版责编:齐志明 版式设计:沈亦伶



夜幕降临,江苏省徐州市街头的烧烤店渐渐热闹起来。炭火升腾,铁签翻转,油脂滴落在火上发出“滋滋”的声响。三五好友围坐一桌,点上几把羊肉串,再配上烤韭菜、面筋、蘑菇或烤鱼,开几瓶啤酒,边吃边聊,这是许多年轻人熟悉的夜生活场景。看似时髦的“撸串”,其实在江苏徐州已经延续了2000多年。

走进徐州博物馆,一块汉代画像石、一只铁制烤盆,还有一个用于加热蘸酱的小炉子,悄然讲述着古人围炉烧烤的生活图景。

徐州博物馆文博副研究员陈钊介绍,在徐州已经出土的众多汉画像石中,庖厨宴饮的画面十分丰富,其中就有烧烤的场景:一人手持肉串在火炉旁翻炒,另一人手执扇子扇火,旁边摆放着酒器与食具,宾客围坐宴饮。“这些画面说明,早在东汉时期,烧烤已经进入徐州人的日常饮食生活。”

展柜中的一件汉代铁制烤盆也颇为醒目。研究者推测,这种器具既可能用于取暖,也可能兼具烤制食物的功能。另一件小巧的器具被称为“染炉”。它形体不大,上部可置器皿,炭火在下慢慢加热。陈钊介绍,这种器具主要用于温热蘸酱。汉代肉食肉常蘸酱而食,天气寒冷时酱料容易凝固,于是便借助染炉加热,使酱料保持温热顺滑。烤肉、饮酒、蘸酱——这样的组

到徐州探寻2000多年前的烟火气

一串烧烤里的古今滋味

本报记者 白光迪

合,与今天的烧烤夜宵颇为相似。

从更长的历史来看,烧烤几乎是人类最古老的烹饪方式之一。江苏省徐州技师学院正高级讲师、徐州市饮食文化研究会副会长钱峰介绍,在中国古代,烧烤被称为“炙”或“燔炙”,将肉块串在签上,在火上烤制,是宴席中常见的美食形式。“汉画像石中的烧烤图,为研究中国古代饮食文化提供了重要的实物证据。”

如果说汉代烧烤是一种宴饮中的美味,那么在今天的徐州,它已然发展成一条充满活力的消费链条。徐州市烹饪协会秘书长马贺介绍,近年来徐州烧烤产业发展迅速,目前全市烧烤店数量已接近6000家,从业人员超过10万人,还带动了养殖、屠宰、物流等多个相关行业。

马贺介绍,徐州烧烤讲究“鲜肉现串,炭火慢烤”,羊肉多为新鲜肉,不经过腌制,突出食材本身的鲜嫩口感;调味上则常见孜然、

辣椒和甜醋等搭配。与一些地方烧烤以肉类为主不同,徐州烧烤还形成了“万物皆可烤”的风格,蔬菜与豆制品都可以成为烧烤食材。

多样的食材与调料,也让一顿烧烤拥有了丰富的搭配方式。不同肉类、蔬菜与调味的组合,往往可以形成上百种口味选择,这样的灵活搭配正契合当下年轻人的消费心理。

在不少烧烤店里,顾客可根据口味自由选择调料,重辣、微辣、蒜香、甜醋,各有风味;有的还可以自己再烤几分钟,让食物达到喜欢的火候。食材、火候与蘸料都可以自由组合,让一顿烧烤充满参与感。年轻人把吃烧烤当作一种社交方式——一边聊天,一边慢慢烤制食物,聚会节奏也变得轻松。

从汉代画像石里的烧烤场景,到今天灯火通明的夜市街头,烧烤的变化不仅是烹饪技艺的发展,更是一种饮食文化的延续。“不同历史时期,食材、调料和制作方式不断变化,但人与人围坐共享食物的场景却始终没有改变。”钱峰说。

炭火之上,一串串食物在火光中翻转。跨越2000多年,变化的是食材与调味,不变的是在人间烟火中生长出的生活滋味。

文物里的潮生活



上图:现藏于徐州汉画像石艺术馆的东汉时期汉画像石《庖厨图》。

徐州汉画像石艺术馆供图



右图:现藏于徐州博物馆的东汉时期汉画像石《宴饮图》。

徐州博物馆供图