

每周经济评论

有线耳机翻红带来的启示

王东辉

今年一季度,电子消费市场上演的一场意外逆袭给人启发。

相关市场调研机构数据显示,今年一季度有线耳机销售额同比增长20%,结束连续5年下滑态势。

从实用功能到穿搭配饰,从街头休闲到职场通勤,有线耳机这波看似小众的消费反弹,本质上是对细分市场需求的精准回应。

当下,我国消费市场正朝着个性化、多元化的趋势加速演进,消费升级与需求分化的特征愈发明显。

国消费市场进入存量竞争阶段,各类主流消费品市场趋于饱和,单纯依靠规模扩张的模式不可持续,而增量空间更多藏在细分市场、个性需求中。

无论是因实用或时尚而重新受到关注的有线耳机,还是近年来锚定深睡、皮肤护理等新兴的差异化赛道,企业只有紧扣细分需求,把小品类做精、做专,才能在存量竞争中开辟新的增长空间。

从商业布局延伸到经济社会发展的脉络,细分场景的价值愈发凸显。今年一季度,我国社会消费品零售总额达127695亿元,同比增长2.4%。

小众运动装备热销、定制化家居兴起、文旅体等业态加速

今年一季度 我国社会消费品零售总额达127695亿元 同比增长2.4% 其中 限额以上单位通讯器材类商品零售额同比增长20.8% 增速显著高于整体消费水平

新视窗·聚焦体验经济

文旅融合牵动情绪消费

“没想到,开封这么会‘留人’”

本报记者 张文豪

华灯初上,河南开封鼓楼广场进入夜市时间。山东游客陈静掏出手机,改签了原定当晚离开的高铁票。

去年,开封累计接待游客1.16亿人次,实现文旅综合收入870.68亿元,同比增长均超10%。

体验引客来—— 游客需求从“观光打卡”向“情绪价值”持续升级

陈静对万岁山武侠城的了解,是从“王婆”开始的。2024年初,“王婆说媒”火遍网络。台上,景区员工赵梅身着宋服,说着地道的开封话,把单身游客请上来互动、交友。

景区内,水游区、仙侠奇境、江湖狂欢艺术区等六大主题园区东西排开,人流涌动。20年前,即便是开封本地人提起“万岁山”,第一反应也是“那个偏远的公园”。

万岁山武侠城副总经理李翰园认为,文旅行业竞争已从传统的“资源比拼”转向“情绪争夺”,游客需求也从“观光打卡”向“情绪价值”持续升级。

作为刚来景区不足3年的工作人员,90后王雪莹对景区的变化感受深刻。“我来时,员工只有几百人,现在有超3000人;几年前演出也就上百场,现在已有3000多场了。”

如今,景区保持每年30%的节目更新率,近年推行“群星计划”,鼓励员工甚至游客参与运营创意,破除同质化壁垒。

在万岁山,陈静感受最深的是景区的“银票”玩法——她通过和NPC互动获得银票,再用银票兑换礼品、解锁剧情。

目前,NPC演员占万岁山在职演员的一半,每日NPC互动超2000场。不同风格的NPC引导游客参与游戏和剧情,让游客从“旁观者”变成“入戏者”,成为园区故事的主角。

一组数据见证变化:2025年,万岁山综合营收12.7亿元,其中门票收入7.9亿元,而餐饮、文创等二次消费收入达4.8亿



元,占比37.8%。“景区内各种商品明码标价,一瓶矿泉水卖1.5元,和景区外的超市差不多”。陈静认为,这种性价比让她更乐意为快乐买单。

景城共入戏—— 从“拼价格”转向“拼文化、拼服务、拼体验”

在开封,万岁山等网红景点的溢出效应正在显现:游客的游玩情绪被延伸,情绪体验链被拉长,“景区流量”加速向“城市留量”转化。

“文旅产业已进入向质量跃升的关键阶段,摆脱低水平竞争的核心是推动行业彻底从‘拼价格’转向‘拼文化、拼服务、拼体验’。”

“以前,开封和郑州、洛阳一起,被称为来豫旅游的‘老三线’,但外地游客到开封来,往往只停留半天。”

融合……一系列现象无不说明当消费向个性化、多元化转变时,谁能精准捕捉细分市场的需求,谁便能激活存量需求,释放增量潜力,赢得发展空间。

中国拥有超大规模市场优势,盘活存量、做优增量蕴含着巨大的发展潜力。乡村市场是细分场景中极具潜力的重要阵地,也是做优增量的关键赛道。

当然,从细分赛道中挖掘增量,离不开企业的主动作为与政策的精准赋能。企业顺应当下消费品质化的发展趋势,捕捉存量市场中的多元细分需求,通过技术创新、模式迭代和服务升级,实现提质增效。

今年,在复杂多变的外部冲击面前,中国一季度经济增长好于预期,充分彰显了发展活力与韧性。深耕细分市场,挖掘潜在需求,将宏观政策的发力点与微观市场的需求点精准对接,中国消费市场定能持续保持活力、培育更多增长点,为经济注入更强劲的动能。

责人段博说,清明上河园、万岁山等头部景点涌现,满足了游客对情绪价值的需要,拉长了观览时间,开封府景区正通过差异化竞争、新科技手段引入,让来汴游客有更多元的选择体验。

瞄准越来越多的留宿人群,开封府景区还推出《南衙千秋月》等夜游新剧,以府衙建筑为舞台,融合裸眼3D、全息投影、水舞光影与真人演绎,让游客在行进中沉浸式体验府衙文化与文人雅韵。

开封市文化广电和旅游局副局长刘东介绍,开封现有A级旅游景区25家,其中国家4A级旅游景区13家,占一半以上。面对文旅市场从“功能性消费”向“情绪性消费”的转变,越来越多的开封景区都在结合各自特点,用不同的方式讲述传统文化。

“游客体验好、兴致高,自然愿意留下来,吃住行游购娱等行业都在受益。”刘东说,随着住宿、餐饮、购物等二次消费占比不断上升,景区门票经济正在向城市综合消费转型,“城景一体”推动文旅产业高质量发展进入新阶段。

服务暖人心—— 餐饮、住宿、文创、交通等配套服务举措相继落地

情绪价值,不仅在于景区的“花样”,还在于城市配套的“温度”。随着餐饮、住宿、文创、交通等配套服务举措相继落地,保障措施也在不断升级。

陈静说,在开封游玩期间,她用了新上的“乐游专线”。打开约车软件,点击“网约公交”,一键呼叫,三分钟后一辆小型漫游巴士便来到站点。

“这是新升级的响应式公交,覆盖原来公交到不了的小众景点、民宿区,也缓解了城区的出行拥堵。”开封市交通运输局副局长牛广说,运营区域从15平方公里扩展至近25平方公里,站点从200余个增至400余个,不仅可以网上预约,也能招手即停,十分灵活。

交通是开封长期的痛点和堵点。开封匹配游客“逛、游、食、购、娱”全场景体验,逐渐构建起免费接驳、专线串联、夜间直达、全域贯通、网约响应的交通网络。今年清明假期,开封6条免费接驳线、3条文旅专线、2条夜市直通车同时开行,日均运送旅客9万人次。

在餐饮方面,开封有“汴地美食”之称,鲤鱼焙面等豫菜、灌汤包等小吃都是不少外地游客的首选。从2024年起,当地推行餐饮及夜市提质行动,让餐饮体验优化升级。

记者在开封一家梅利烤鸭店看到,烤鸭房、食品操作间用玻璃独立分隔,顾客可以清晰看到食品加工过程。该店负责人王永利说:“我们是河南省老字号,但不能一味地‘老’。这两年,我们市区的5家店铺在文化内涵、硬件设施、服务质量上全面提升,来店顾客和好评明显增多。”

“文旅产业已步入向质量跃升的关键阶段,摆脱低水平竞争的核心是推动行业彻底从‘拼价格’转向‘拼文化、拼服务、拼体验’。”

“本来遇到了闹心事,但一个电话下来,开封的速度和回应暖了心。”不久前的一次假期,外省游客韩先生通过网络平台预订到开封某酒店,傍晚到却发现该酒店早已停业。他当即拨打12315消费者投诉举报热线寻求帮助。开封市市场监管局工作人员现场核实、收集材料,半小时内韩先生就收到了赔款,并重新订了酒店。

“开封坚持景城一体、主客共享,用覆盖全程的情绪价值服务体系,努力书写体验经济的文旅答卷。”河南省文化和旅游公共服务专家委员会成员、郑州大学教授汪振军说,建设国际文化旅游名城,开封还要全面提升旅游标准化水平,真正把文旅产业打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业。

本版责编:罗珊珊 版式设计:蔡华伟

走进贵州省博物馆第三展厅,拐角处,一套彩色服饰格外醒目。路过的观众频频驻足,有人轻声惊叹:“这哪是文物?分明是刚走下国际时装周T台的高级定制。”

它叫鹭鸟纹彩色蜡染衣裙,是国家一级文物,发掘于安顺市平坝区桃花村苗族洞寨遗址,为贵州现存最早的彩色蜡染刺绣实物。服饰由上衣和下裙组成,集挑花、刺绣、蜡染工艺手法为一体。

铜刀作笔,蜂蜡为墨,早在秦汉时期,居住在我国西南地区的苗族、布依族等少数民族先民就掌握了蜡染技术。到明清时期,蜡染制作工艺更加精湛,它不仅是生活的一部分,更参与了重要的文化活动和仪式,成为贵州多民族文化的重要符号之一。

构图饱满,色彩浓烈,针法多样,苗族刺绣在贵州同样历史悠久。千百年来,贵州苗族先民们从大自然中汲取灵感,将花鸟鱼虫、山河日月、神话传说等元素,在一针一线中转化为精美纹样。

“服饰上的鹭鸟纹,寄托着当时的人们对美好生活的向往和祈愿。”黄琳说,鹭鸟纹彩色蜡染衣裙承载着古代少数民族的艺术审美及工艺技术,对于研究贵州苗族蜡染史、古代贵州民族服饰及其演变有着重要的实证作用。

走近贵州省博物馆藏品鹭鸟纹彩色蜡染衣裙 古老技艺里的时尚回响

本报记者 程 煊

文物的“活化”,始于技艺的延续与转化。走出贵州省博物馆,不远处的一家服装设计工作室中,传统纹样正被重新编码。展墙上挂满新中式服装,展台上还摆放着不少文创产品。

“古老技艺藏着老祖宗的‘顶流审美’,这是我们的底气所在。”张兰是这家工作室的创始人,老家就在桃花村苗族洞寨遗址附近,作为一名地道的苗家女,她打小就练就了一手刺绣绝活。

经过20多年打拼,张兰不仅拥有自己的服饰企业,还在全省建起了7个苗族刺绣工作站和2个蜡染基地,带动500多名绣娘、染娘参与产业发展。

“拿起一个木质笔筒,指着筒面10厘米见方的图

案,张兰说,凭借这一苗绣设计,笔筒摇身一变成了精美伴手礼。

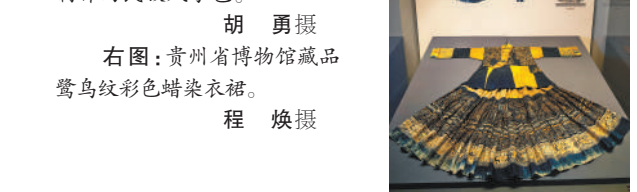
秉持“民族元素时尚化”理念,张兰设计生产的物件越来越丰富,从衬衫、旗袍、外套到挂画、手包和文创产品,企业年销售额最高时近3000万元。

民族的就是世界的。“十四五”以来,贵州女性非遗代表性传承人中占比稳步上升,50万女性投身“锦绣计划”特色手工产业。

“以前,开封和郑州、洛阳一起,被称为来豫旅游的‘老三线’,但外地游客到开封来,往往只停留半天。”



上图:张兰工作室设计的民族风手包。 胡 勇 摄



右图:贵州省博物馆藏品鹭鸟纹彩色蜡染衣裙。 程 煊 摄

文物里的潮生活