

消费市场平稳恢复

新型消费快速发展提供新动力

刘少华 胡晓晓

“新型消费”一词，出现在了今年全国两会的政府工作报告中。报告提出，培育壮大新型消费，实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

事实上，新型消费正在越来越多地出现在人们身边。旧街区打造新地标、老字号卖出“新味道”、商旅文体深度融合……中国消费市场平稳恢复，新型消费快速发展为消费增长提供了新动力。

场景焕新带来活力

在北京，朝阳区东岳庙琉璃牌楼已经有数百年历史，见证了朝外大街在时间长河中的变迁。最近几年，这座琉璃牌楼前的场景，可谓空前热闹。

探店、打卡、运动、逛主题市集……诸多全新的商业活动，让这一带迅速聚集着人气、活力和社区凝聚力。而让这里焕发生机的，正是新颖的商业场景设计。

以新开业没多久的商场“THE BOX”为例，不用走进商场，就能看到有年轻人在商场边的场地一楼玩滑板、二楼打篮球。人气火爆的运动场成了拍照、交友的好去处。商场里面没有满满当当的店铺，取而代之的是像艺术展一样的商品展览方式。

不同于传统商场，“THE BOX”明确地定位为集文化、艺术、娱乐、休闲、运动、餐饮于一体的“策展型零售”商场。从24小时不打烊的活动空间到丰富多彩的艺术展览，这家商场以年轻人为目标消费群，探索新的活动形式与内容，以独特的消费新场景，吸引众多年轻人前来“打卡”。

消费场景所带来的新鲜感，已经成为很多消费者格外重视的体验。

中国贸促会研究院市场研究部副主任张继行认为，当前中国居民休闲旅游需求旺盛、潜力持续释放，一些实体商业通过打造新场景、新体验，不仅更好满足了本地消费者需求，也成为游客心中的热门打卡地。

在上海，普陀区长寿路地铁站附近几栋石库门风格的建筑，被打造成了城市更新项目“鸿寿坊”。通过融入现代设计元素和环保理念，这里变成了一个多功能空间——餐饮零售混合的菜场为顾客提供新鲜且实惠的菜品；沿街的多家居店参与早市夜市，售卖大众生活必需品；在传统的弄弄之间，“鸿寿坊”重新演绎着“市井文化”；这片有烟火气的海派场景，满足了顾客多元化的消费需求。

在河南郑州，位于金水区的油化厂创意园，由建于1952年的郑州油脂化工厂“原址原位”的老厂房改造升级而来。区别于昔日沉重破旧的工业风，如今的厂房聚焦“年轻力”，定义新潮流，成为市民生活休闲的综合性园区。“露营风+围炉煮茶”主题餐厅、文化与潮流交织的市集庙会……“工业锈场”正成为激发群众消费热情的“生活秀场”。

“每隔一段时间来这里逛逛，都有新场景新变化，随手一拍就是大片的‘既视感’。”一位经常前往油化厂创意园“打卡消费”的当地市民说道。

在户外热兴起的当下，诸多以户外为主题的消费新地点，将带动更多消费场景的打造和发展。

在四川成都，2023年3月，西南首个以“极限运动+水上运动”为主题的体育公园——熊猫极限运动公园开园。冲浪、滑板、平衡车、帐篷营地……各种活动深受年轻人的喜爱。

在浙江湖州，南浔区石淙镇大力发展体育旅游，打造“户外+”消费新业态，通过举办垂钓大赛等多项赛事吸引众多游客前来感受户外运动的魅力。仅2023年，该镇累计吸引游客超60万人次，创收超6000万元。



图①：3月8日，重庆万盛经开区东林街道矿厂广场的夜市灯火通明，游人如织。
曹永龙摄（人民图片）

图②：近日，在云南省曲靖市罗平县金鸡峰丛景区，近百万亩油菜花相继绽放，吸引众多游客前来踏青赏花。
张驰、毛虹摄

图③：3月14日，在上海新国际博览中心，一款割草机器人在2024年中国家电及消费电子博览会的展馆内进行模拟作业演示。
新华社记者 方喆摄

图④：2月24日，在江西省赣州市蓉江新区的一家室内滑雪场，消费者在体验滑雪运动。
朱海鹏摄（人民图片）



靠创意“破圈”“圈粉”

走在王府井步行街，北京泥人、珐琅厂、“盛锡福”“同升和”等摊位一字排开，桌上摆满了众多老字号产品，吸引着众多游客前来一探究竟，场面热闹非凡。

“这些老字号的东西是回忆的象征，现在看到它们每年还在不断地更新，真是了不起！”正在读大三的小吴在仔细观察摊位商品之后，欣喜地向同伴分享着自己的发现，“没想到这些老品牌的東西也能玩出新花样。”

对于很多人而言，老字号不仅仅

是特色品牌，更是回忆的载体，以各种形式存在于人们的日常生活之中。

对老字号的保护与发展一直在进行中。今年2月，商务部会同相关部门公布了第三批中华老字号名单，正式认定382个品牌为中华老字号，全国老字号数量达到1455个。下一步，商务部将从多个方面推动老字号守正创新发展，促进国货“潮品”消费。

对于老字号来说，如何在消费市场中稳站潮头？不少老字号的答案都是，通过产品创新来注入新力量。

“摊位上目前展出的黑织面料、新型科技布材质以及龙年限定款鞋子，都是公司开发出的新产品，在

保留品牌特色的同时，也能满足当下年轻人的取向和喜好。”在王府井步行街，“同升和”柜台摊主向顾客介绍。以手工布鞋和胶底布鞋为主流产品的“同升和”，在感受到年轻人日渐上升的关注度后，主动地迎合着消费新趋势。

同为老字号的北京同仁堂，在满足顾客新需求方面也不遗余力。从小红罐、枸杞拿铁、“晚安水”、“熬夜水”等健康饮品，到健康煎饼，再到一系列药食同源的养生食品，这家老字号以创新的搭配，吸引着众多消费者体验养生。

商务部副部长盛秋平表示：“老字号的创新应当是传承弘扬中华优秀

传统文化的创新，是对标先进理念、顺应市场机制的创新，是符合企业长期规划、取得市场普遍认同的创新。只有定准群众认同、市场认可的‘调子’，才能找到守正创新的‘路子’。”

产品上新了，相应的推广方式也在创新。跨界联名、创意合作，成为让更多消费者了解到新产品的有效方式。

瑞幸咖啡隔三岔五就推出联名活动，让看似不同的品牌之间迸发出火花；喜茶打造“灵感之茶”，以有质感的联名为新饮品亮点，频频推出网红爆款；三星堆博物馆立足地域特色，与潮流文化相结合，推出一系列产品；南京市红山森林动物园与服装

品牌联合举办服装发布会，迈出动物保护、自然教育与服饰领域创新融合的一大步……跨界合作，为品牌带来了更多的曝光，诸多新颖的创意正为消费者注入新活力。

沉浸互动受欢迎

“这是我第一次参加这种活动，体验了当地的风土人情，十分有趣，下次还会继续来。”前不久，在安徽黟县西汉广德王景区，参加完充满徽州色彩的角色扮演游戏《古黟风云》后，游客刘女士发出这

样的感慨。现场，在30多位工作人员配合演出之下，游客进入剧场中开始沉浸式探秘，往往流连忘返。

为了更好地满足大众需求，该景区将观赏、游玩、互动融为一体。在这里，游客可以穿上古装参与表演，扮演任何一个角色，在与工作人员的互动中感受传统文化的魅力。看景、看戏、换装、打卡……传统的“观光游”得到新突破，为游客带来了新乐趣。

体验感，已经成为人们旅游消费时重点考虑的因素之一。去哪儿网的数据显示，今年1月，沉浸式体验类的旅游产品搜索量同比2023年增长5.2倍。这类产品，已经成为不少人的消费首选。

位于湖北省竹溪县西关街的沉浸式戏曲主题夜游街区“武陵不夜城”，自推出以来热闹非凡：2023年12月30日开街以来，首日吸引游客10万人次，14天游客量突破100万人次。

火爆的人气，来自精心设计的体验。借水生景，沿河打造灯光水秀剧场，结合现代声光电技术，交织出一台台大戏；以戏入景，亲身感受非遗戏曲魅力，叠加科技与赛博文化，纵情沉醉于梨园之韵；沿街行走，听一场“二黄国粹”，尝一口特色美食竹溪蒸盆，细腻的光影交织着竹溪街头的烟火气息……

“好漂亮、好热闹、玩不够。”来自陕西省平利县的一位高中生在打卡武陵不夜城后赞叹道，“这里有很好吃的好玩的，实在不虚此行。”

大型文旅活动通过体验升级而广受好评，线下商场也想出各种妙招，带来全新的消费体验。

在湖南长沙，位于湘江新区的京东MALL一改传统电器商城模式，变成一家“超级体验店”，从新潮的电子设备，到美妆个护等日用品，超过20万件商品被摆成日常使用的形态。顾客在逛商场的过程中，仿佛在逛家居的样板间。

在广东深圳，深南万科里被打造成以“粤式国潮”为主题的商业街区，通过场景的打造和相应优质品牌的甄选，将“粤式”生活场景融入商业的氛围打造之中。

在上海，静安大悦城的霓虹街内，国潮元素随处可见，最引人注目的三个主题区域分别被称作“锦鲤门”“鹭掌柜的店”与“鹭餐阁”。以“锦鲤门”为例，这里化用鲤鱼跳龙门的典故，五条以新材料制作的巨型锦鲤在街道中自在畅游，以传统为主线，以潮流为辅助，刻画了不断跃进的年轻奋斗群体。

在全国各地，这样的商场越来越多。商场尝试着用各种特色活动，为消费者的日常生活增添新乐趣，提供休闲娱乐新去处。

拥抱智能新生活

这些年，技术的不断进步，带来了新业态、新模式的蓬勃发展，在拉动消费市场增长的同时，也推动着更为智能的生活方式走进千家万户。

电商直播，正在改变传统商场的形态。位于浙江杭州的一家商场，现在已成为“线上直播+线下商场”的新消费商业综合体，提供了一种全新的购物方式。走进这里，最常看到的是各家店里主播拿着商品，面对镜头热情地介绍，还会配合直播间观众提出的要求，向消费者展示货物的细节。对于消费者而言，这样的购物方式无疑是充满吸引力的。“逛街的同时还能看到网红在身边直播，在家看直播时又好像是自己就在现场挑选。”一位顾客分享着自己的感受。

数字消费基础设施的日益完善，推动着越来越多的商圈、商场主动拥抱新技术，走向“零售数智化”。

位于重庆渝中区的解放碑一朝天门商圈是首批全国示范智慧商圈，新兴技术为这条商业街的各个角落赋能——85个公共Wi-Fi亭，实现无线信号全覆盖；无障碍地图、多功能智能座椅等智能终端产品为特殊群体提供最为贴心的服务；首个GOGO无人超市通过虚拟试衣镜、无人购物、智慧导购等技术，全面满足消费者的各类需求，商圈店铺客流量平均提升20%以上……

中国百货商业协会秘书长杨青松认为：“现在数字化和商业的融合越来越紧密，这种新模式对场地的带动、对人才的带动、对投资的带动，包括对新消费需求带来的带动，这种影响力会越来越强。”

技术带来的新变化，在日常生活中随处可见。智能产品和高科技服务正成为新的消费热点，带来一场生活方式的革命。

以智能家居为例，全球咨询机构IDC（国际数据公司）的研究认为，2024年中国智能家居市场需求将逐步回暖，设备出货量将同比增长6.5%。

“智能家居是扩内需、稳增长的新赛道，将替代传统家居成为潜力巨大的新增长点。”海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰建议。