

创新场景 让消费“燃”起来

“五一”假期,消费需求集中释放,也是观察消费热度和趋势的典型区间。本组稿件从家电消费、餐饮消费、出行消费、商圈消费几个“窗口”切入,呈现宁夏假日消费市场的纷呈亮点,并在创新销售模式和消费场景中调研消费者的消费需求,更好地满足消费者多样化、便利化、品质化的需求,不断提振消费,打造消费新热点。让我们通过假期消费“账单”,来拼接城市烟火气,丰富生活大数据。



家电:消费场景“搬”进样板间

本报记者 杨娟

今年“五一”假期,在旺盛消费需求和政策支持的双重助力下,绿色智能家电消费市场热度攀升,升级类家电和成套家电走俏,掀起消费小高潮。

假期首日,银川市市民吴娜赶到新华百货家电卖场,准备选购冰箱。“90后”的吴娜每周要到超市集中采购一周的生鲜食材,因此对冰箱分类存储保鲜的功能十分看重。在卖场,经过导购员的介绍,吴娜最终选定了一款多门除菌冰箱——除了冷藏和冷冻2个存储空间外,另外还增加了独立冷藏空间,以满足特殊食材的保鲜要求。此外,冷藏空间里的设计也格外对吴娜的胃口,如生熟食分离区、干湿分离区,每个区域都有相应的温度设置,分类一目了然,操作简单,虽然近万元的价格有点小贵,但完全照顾了“细节控”对食物保鲜的要求,吴娜决定“就它了”。

“这款新冰箱满足了我所有的期待。”吴娜满意地说。

假日市场,家电套购也多了起来。在月星家居,刚刚换了大房子的杨昊宇站在卡萨帝光年套系整体家居样板间前,一口气预订了橱柜、集成灶、洗碗机、洗衣机、干衣机等10件商品,总价值近10万元。

“新房6月交房,这次趁着假期有各种优惠,抓紧添置家电。这套整体家居设计思路超前,配置科学,光听介绍就让人很向往。”杨昊宇说,之前装修购买家电没有经验,手头也不宽裕。这次不仅要改善住房,还要把家电装修也一并升级,全方位提升生活品质。

导购员小李告诉记者,这一套系产品样板间今年3月在月星家居展,一个样板间就是一个家庭消费场景,成套家电价格不菲却很受欢迎。

打造消费新场景,成为家电消费新“窗口”。宁夏家电协会秘书长韩建军介绍,在消费升级趋势下,消费者不断提升的需求,倒逼品牌商推进场景式新消费,紧抓消费升级契机,为用户提供更完善的家电购买解决方案,并促进绿色智能消费。

记者了解到,今年初,自治区商务厅等13个部门制定关于促进绿色智能家电消费的工作方案,提出“传播绿色智能、安全健康的消费理念”“创新、拓展家电消费场景”等工作思路。随后,绿色智能家电消费促进系列活动也在全区如火如荼开展起来。

“五一”期间全区各地鼓励企业开展家电惠购,品牌代理商联合厂家联手促销,结合政府家电消费券和卖场让利,一套“组合拳”下来,家电价格优惠了不少,家电消费需求得到满足,消费潜力也逐步释放。”韩建军说。



出行:自驾游火热 租车行“井喷”

本报记者 赵磊 实习生 杨佳玲

乘高铁、搭飞机、自驾游——刚刚过去的“五一”假期,“出行”成了最热词汇。寻亲访友、踏青旅游、放松心情,人们积攒已久的外出游玩需求集中释放,带动消费市场热气腾腾。数据显示,“五一”假期,宁夏高速公路总车流量416.54万辆,较去年同期上升107.13%。其中7座以下小型客车(含7座)免费通行341.6万辆,免收通行费6091.76万元,较去年同期上升204.69%。

“这个假期自驾去了一趟陕西,虽说人很多,但依然很过瘾。”5月5日,市民张娜意犹未尽地给记者展示出行照片。她说,这次出游,是早在一个月前就和朋友谋划好的。

与张娜一样,不少宁夏人这个假期选择出游——全区高速公路日均车流量约83万辆。“没想到,自驾出行这么火热。”宁夏交通投资集团有限公司相关负责人说,“五一”假期高速公路收费站车流以旅游景点辐射周边城市为主。

“每天早晨6点就起床做一天的食物,依然不够卖。”在京藏高速公路弘德服务区售卖小吃的小杨告诉记者,这几天,她每天要售卖近300个玉米、500多个鸡蛋,还有几百个饼子。“娘家人都被我叫来帮忙了,这几天虽然累一些,但高兴!”“太忙了!”自治区交通运输综合执法监督局石嘴山分局执法五大队中队长王琳告诉记者,沙湖景区游客流量大,一组执法人员在服务点疏导执勤,为过往游客提供便利服务;另一组在路上排查辖区路面隐患,清理违法摆摊设点,协助处理交通事故和突发事件,“5天假期全员上岗,大家都没有休息”。

租车市场也出现“井喷”。记者走访了银川几家汽车租赁公司,工作人员都表示:“店里的车放假前10天已被预订一空。”神州租车(中国)有限公司银川分公司“五一”订单更是供不应求。该公司工作人员告诉记者,刚刚过去的假期,单均租期显著增长,跨城及异地订单占比大幅提升,机场及高铁等交通枢纽网点成为“增长引擎”;新用户订单占比近四成,“90后”“00后”逐渐成为租车出行主力军。由于各品牌汽车型号不一、车况不同,其租金每天100元至500元。车价在十几万元的经济实用型汽车最受欢迎,每天租金200元至300元,这些车最先被租完。



餐饮:城市“青和力”释放新动能

本报记者 王婧雅

《南山南》唱出久经沧桑的感慨,《后来》饱含深深的回忆,《再见》是和青春的告别……刚刚过去的“五一”假期,银川大牛远夏民谣酒馆每晚爆满,透着香味的各式烧烤、冒着热气的干锅炒菜,伴随着质朴的歌词和清新的旋律,食客们大快朵颐,遇到熟悉歌曲的高潮部分,更是全场大合唱。

“记忆中有那些日子没有这样畅快淋漓地撸串喝酒听歌合唱了,刚好发小从外地回来过节,特意带他来体验一下咱宁夏的网红酒馆。”在酒馆里和朋友们围坐在一起的“95后”小刘兴奋地告诉记者,前两年和朋友相聚的时光不多,现在大家相聚在一起,品尝特色美食、畅饮鲜酿啤酒,还能齐声合唱,心里美得很。小刘的朋友也坦言,醉翁之意不在酒,集餐饮和酌酒于一体的酒馆,可以让年轻人宣泄思念以及工作、生活中的情绪,而这类消费也彰显着一座城市的“青和力”(青春和活力)。

“我们是一家带驻唱的连锁餐饮店,目前共有6家店,其中银川3家,吴忠、中卫和固原各1家。这个假期,店里一桌难求,舞台对面对面的位置四五天前就被预订了,边角座位也要提前一天预订。为了能让大家有更好的体验感,我们预留了吧台椅,以便顾客排队等候。”酒馆负责人说,为了迎接“五一”,他们在食材和人力上都做了充足准备,即便这样,收银、后厨、服务员依然“恨不得脚踏风火轮”。

“做过餐饮的人都知道,打造一个品牌的难度有多大。在行业内卷严重的背景下,餐饮人除了比拼耐力之外,更重要的是看谁的差异化更明显,谁更了解消费者的需求。比如我们酒馆主打驻唱,曲目多为‘80后’‘90后’熟悉的歌曲,承载着一代人的青春回忆。”该负责人向记者道出“流量密码”。“消费回暖背后是丰富的活动和多元化的体验,我们店不定期推出如‘周杰伦歌曲演唱’‘林俊杰带你寻找记忆的吟唱’等专场驻唱活动,每个月还会举办一次民谣节。比如这个假期,我们积极响应自治区商务厅的号召,举办了2次民谣节,一次在西夏区宁阳广场,另一次在阅影城。具有‘青和力’的歌曲,点燃的不仅是现场粉丝的共情,直播、短视频等数字化渠道和社交分享功能,更刺激着未来的消费需求,吸引新一拨客流。”

“五一”期间,自治区商务厅重点监测的103家企业(零售50家,餐饮53家)累计实现销售总额4.1亿元,同比增长33.5%。其中,全区重点监测的53家餐饮企业营业收入、就餐桌数、就餐人数分别增长34%、55%、65%。与此同时,银川市敬德街、怀远夜市、阅影城东街等美食街区,石嘴山市沙湖不夜城等也成为假日消费的主要聚集地。在美食活动的引流引爆下,节日消费持续升温,消费市场全面恢复。



商圈:人气爆棚 消费“热力值”飙升

本报记者 张唯

“五一”假期,很多人选择奔赴向往已久的“诗和远方”,也有不少人选择“蹲家看风景”,在高速运转的工作后“休养生息”。5天假期,消费热情的集中释放,也让银川市各大商圈、商场迎来了消费回暖。

5月4日,银川新华联购物中心在微信官方公众号上晒出“五一”假期的“战绩”:总销售额同比恢复率149%,客流量同比恢复率128%,车流量同比恢复率180%,餐饮业态同比恢复率210%,精品配套业态同比恢复率155%,儿童业态同比恢复率150%……

面对消费者蓄积已久的消费热情和需求,银川新华联购物中心铆足了劲,结合“五一”假期的消费趋势,积极创新营销内容,通过主题创意展陈、互动美陈装置、文化惠民书单、精彩演绎等人气活动,为区内消费者打造丰富的沉浸式场景体验。而线上直播带货、团购秒杀、线下折扣、会员福利等一系列促销活动,成为该中心客流量、销售额双增长的流量“密码”。

5月1日,大一学生邓佳昕在银川新华联购物中心动漫嘉年华活动现场,和其他动漫迷一起辨认Cosplay走秀中的每个角色。作为一名标准的“二次元”爱好者,商场这次创新活动让她倍感惊喜:“商场总会让人想到‘买买买’,但这次假期几个商场的活动都挺有意思,我和朋友愿意来。”

而今,消费者向往的购物环境,不仅取决于商场里各类商品的折扣力度和导购员的服务态度,也取决于精神和文化方面衍生出的更多需求。因此,各商圈有针对性的创新尝试不仅让邓佳昕这样的年轻群体回归线下,也让原本钟爱线下购物的消费“铁粉”有了更多新鲜选择。

4月28日,自治区商务厅、财政厅、文化和旅游厅联合主办的“浪宁夏·品味道”2023宁夏美食文化节启幕。建发商业阅彩集团“三城一镇”积极响应,顺势推出第七届超级粉丝节,5天里先后举办20场线下活动,全方位拉动消费攀升。

和前几届超级粉丝节不同的是,建发商业阅彩集团对今年的活动进行了全面升级:以新会员系统为基础,联动阅彩城、现代城、悠阅城、枫林湾小镇商业生态,打通了“三城一镇”的全部商家。会员积分大促、店铺折扣优惠、线上种草互动、多品牌联盟合作等相关活动,呈现出了粉丝经济的全新玩法。

5天的超级粉丝节活动期间,建发商业阅彩集团“三城一镇”销售额超过8000万元,同比增长98%;客流量突破84万人次,同比增长120%。而该商圈30家首店新店集中开业以及乐高、华为、理想、瑞幸等百余家热门品牌的销售火爆,也为“五一”假期全区消费活力增长增添了浓墨重彩的一笔。

短评

从“账单”里阅读消费新需求

毛雪皎

每一笔消费,都是一张更靠近理想生活的“拼图”。消费不仅是花钱,也是社会再生产的一个环节;消费不仅是支出,也是“收获”,代表消费者愿意为自己选择的产品或服务买单,在消费观念的更新里,呈现生活方式的升级。

刚刚过去的“五一”假期,消费需求集中释放,无论在乡间民宿,还是在都市商圈,在手机支付的账单里,在超市、酒店、停车场的“小票”里,记录了个人或家庭消费的每一笔流水。

将个性化的消费“地图”放在一起阅读,或许能从中发现共性的消费需求:绿色智能家电消费热,映射出消费者追求更有品质的生活,升级类消费需求不断释放;美食经济“重燃”,线下餐饮等接触型消费较快增长,实体店消费恢复“流量”;按捺不住假期出游的心,出行类相关服务消费持续恢复……此

外,不论是音乐与餐饮的叠加效应,还是文化与旅游的相融和,都印证着:消费形态更加融合,消费体验也更加个性化多元化。

今年以来,围绕“消费需求促进年”,全区持续发力促进消费恢复,抓重点、拓场景、畅流通,稳步优化供给结构,激发消费活力,促进新业态新模式健康发展。今后,只有更加切实了解消费意愿,走出传统模式,消费需求才能“促”到实处;新建消费“窗口”,创新消费场景,才能为消费需求提供新的“入口”,更好拓展消费空间,深挖消费潜力。

促消费并非单向的“吆喝”,只有与消费者充分共情,不断完善消费环境,以供给引导消费,打造供需适配的消费热点,才能不断满足消费者日益增长的新需求,实现“双向奔赴”,才能从一张张百姓生活账单中拼接出城市的烟火气,丰富幸福生活的大数据。