



编者按

当前，消费的核心逻辑已从物质刚需转向情感刚需，拥有更多、体验更好。近年来，我区对消费者精准画像，打造新场景、新业态、新模式，从经营场地到经营场

景、从提供商品到创造体验，带来消费新体验的同时，也激发了消费市场的更大活力。

市场新面孔 商圈新体验

——探访宁夏消费多维多元新趋势

选择多样化 适配消费新需求

近期，以“鲜食商品开发”24小时服务消费者为特色的每一天便利店在银川市金凤万达、宁阳广场、天玺国际三店齐开；麦当劳银川首店正在紧锣密鼓地进行内部装修，将于11月底与宁夏消费者见面；继吴忠物美超市胖改调试成功后，另外6家物美超市的胖改调试也在进行中，预计11月30日前阅彩城、森林公园、悠阅城胖改店率先开业；24小时零售店八点半超市正在选址……宁夏消费市场出现越来越多的新面孔，以满足消费者不断升级的新需求。

消费是经济增长的主引擎，而消费新业态、新模式、新场景“三新”消费则是撬动消费升级、培育经济增长新支点的关键抓手。记者在采访中发现，消费者对于“三新”消费的期待集中在两点：一是“个性化”，希望商业场景能匹配多元需求；二是“便利性”，期待智慧化场景进一步普及，如24小时便利店覆盖更广、线上点单线下取货更高效。

“引进新品牌、搭建新场景只是第一步，持续留住消费者，关键在于运营深耕。”区内一家商业综合体运营负责人坦言，商业综合体如何保持高客流量，功夫在“场”外。运营者需具备动态调整意识，借力跨界合作拓展场景边界，让商业空间持续产生新话题，将新鲜感转化为复购率，从而培育稳定的消费客群与增长动能。

今年初，自治区商务厅等十部门印发《宁夏回族自治区关于促进服务消费高质量发展的实施方案》，提出创新多元融合消费场景，鼓励商旅文体健融合发展，围绕数字消费、绿色消费、健康消费等，培育新业态，创新新场景新模式，并明确了具体措施。例如：紧盯新型消费未来赛道，提出建设智慧商圈、智慧街区、智慧门店等新场景，鼓励企业布局夜间无人零售店等业态。

“创新多元消费场景不是打造空中楼阁，需要政策引导与市场活力双向发力，核心在于打破壁垒、精准施策。”自治区商务厅相关负责人说。今年以来，我区推进政策引导、需求响应与市场实践协同发力，在消费焕新层面取得显著成效。

今年以来，我区以消费新业态新模式新场景建设为引领，进一步落地智慧商圈、智慧街区、夜间无人零售店等新场景建设，鼓励商业载体跳出“单一售卖”思维，向“生活方式服务商”转型。同时强化精准适配，引导商业资源向需求端倾斜，针对不同区域消费者画像，支持商业综合体差异化定位；加大“首店经济”“新零售”培育力度。此外，还在积极对接魏斯理、711、迪桑特等品牌落地，激活消费潜力，实现“做高做新商圈、做暖做全购物中心、做深做活街区、做融做透景区”的目标。



吴忠万达物美超市“胖改店”客流如织(资料图片)。



银川市新百老大楼为老年人提供测血糖血压等免费便民服务(10月13日摄)。



悠阅城休闲运动活动区吸引消费者体验。

**飞盘挑战，击剑比拼——
燃烧卡路里 运动热潮进商圈**

本报记者 杨娟 文/图

当运动热潮兴起，商圈不仅仅限于购物休闲的场所。今年“双节”假期，银川悠阅城、阅彩城、砂之船(银川)奥莱等商圈，推动“体育+商贸+文旅”深度融合，变身运动新地标、引领新风尚。

在悠阅城，飞盘区成为年轻人的欢乐竞技场，跳绳挑战赛更是全龄参与的舞台。各类活动现场不仅有竞技比拼，还设置了趣味体验区，让新手也能加入其中。在阅彩城，10月7日举办的2025年青少年西北赛区联赛，吸引来自兰州、西安等周边城市的选手和家长，让这项集技巧、平衡与速度于一体的轮上运动，和市民近距离接触。阅彩城布鲁公园人声鼎沸，赛道上选手们矫健的身影引来喝彩。“为了参加这次比赛，我们预订了酒店，活动结束后还计划和家人在银川玩几天。”西安市市民周肖宇说。砂之船(银川)奥莱则将击剑比赛与商圈文化巧妙融合，专门设置的比赛剑道成为商场内的独特风景，让消费者感受到浓厚的运动氛围。参赛选手的家长冯自平说：“在商圈举办赛事，不仅聚集了人气，还带动了消费，比赛完顺便逛商场，对我们来说一举多得。”此外，跳绳、飞盘等项目也在不同时间段同步开展，丰富多元的运动选择，满足了不同人群的需求。

这些特色活动，精准契合了商圈运动消费的市场需求。如今，消费者不再满足于单纯的物质消费，对健康生活、社交互动的需求日益增长。商圈内的运动赛事和体验活动，既为市民提供了锻炼身体的机会，也创造了社交互动的场景。同时，“赛事+消费券+促销”的组合举措，更是直接刺激了消费。市民凭参赛证或体验券，可享受餐饮、运动服饰满减优惠，以及健身房体验课、康复理疗折扣等福利。

对于商圈经营者而言，“商圈+运动”模式是创新尝试。悠阅城运营负责人李博说：“这种模式打破了传统商圈的经营边界，为我们带来了新的客流和消费增长点。运动活动不仅延长了消费者在商圈的停留时间，还提升了消费频次和客单价。同时，通过举办各类赛事和活动，增强了商圈的品牌影响力和市民的认同感。”

在商圈燃烧卡路里，当全民健身遇上消费升级，商圈与运动的融合或将成为未来商业发展的新趋势。

砂之船(银川)奥莱构筑融合业态 “一折三不折”场景新体验

本报记者 王婧雅 文/图

“以前想买大牌商品，得飞西安、北京，如今在家门口就能一站式购买，太方便了！”10月15日，银川消费者王女士说。日前开业的砂之船(银川)奥莱，引入41家宁夏首店、35家宁夏奥莱首店及23家超级旗舰店，填补了区域高端消费的空白，让消费者在家门口就能享受到与国际接轨的购物体验。

砂之船(银川)奥莱的火爆，不仅缘于实体店的“在场”优势，更缘于其对市场动向和消费者心理的精准捕捉。砂之船(银川)奥莱 casaboda 店长王艳娟介绍，品牌研究银川消费者偏好，在该店增加轻便通勤包等适合本地气候的款式，并通过分层定价覆盖各种消费层级，满足不同消费需求。

“我们通过‘一折三不折’的理念(即价格可折，但质量、环境、服务决不打折)和离境退税资质的加持，让本地消费者不用远赴外地就可平价购大牌。”砂之船(银川)奥莱副总经理马风介绍。

在安踏PARK店内，记者看到“公园跑道”试穿区成为亲子家庭的热门打卡地。安踏PARK店负责人施金豆说，作为宁夏唯一、全国仅30家的旗舰店，该店以“公园跑道+绿植景观”的创新设计，将试穿场景转化为沉浸式运动体验。

此外，砂之船(银川)奥莱还突破了传统奥莱纯购物的单一模式，以全业态融合构建了一个集购物、休闲、娱乐于一体的生活场域。在“超级儿童”场景中，阶梯式成长空间通过海洋球池、攀爬架、亲子餐厅等多元化组合，实现了“一代人消费，三代人同乐”的家庭互动效应。银川市民张女士说：“这里能一站式解决购物、遛娃、吃饭等全家需求，真是太省心了。”屋顶的“超级农庄”则以都市稀缺的自然社交场景，结合餐饮体验的升级，精准对接了黄金周期间消费者“不出远门即度假”的消费需求。

“日落后的100种生活” 天台露营 刷新“夜生活”方式

本报记者 王瑞 文/图

当城市的天际线被灯火点亮，另一种生活正在银川市阅彩城六楼天台悄然苏醒。这里不是传统的购物中心走廊，也不是喧闹的室内美食广场，而是一片被精心营



“岛屿”城市露营地。

造出的“城市绿洲”——“岛屿”城市露营地。木质平台、白色帐篷、串灯闪烁，勾勒出远离尘嚣的松弛感。这种将旷野的浪漫与城市的便利融合的场景，正成为银川夜间经济中的一抹亮色，解锁着“日落后生活”的不同玩法。

“我们观察到，现在的消费者，尤其是年轻人，不再满足于传统的‘购物+吃饭’模式，而是渴望更有趣、更放松、更具社交属性的第三空间。”10月13日，阅彩城“岛屿”城市露营地负责人道出了创设这一业态的初衷。他介绍，该项目正是响应我区精心打造的“日落后的100种生活”倡议而生，旨在突破室内空间的限制，利用商业综合体的屋顶资源，为市民提供一个能够亲近自然又无需远行的微度假目的地。

为提升体验，“岛屿”城市天台配套完善各项服务，不仅提供定制化的烧烤套餐和茶点，确保餐饮品质，还考虑了防雨、防风、防蚊虫等细节，并配备了专业的活动策划团队，定期推出互动活动，让每一次到访都能有新鲜感。

与朋友在此地聚餐的年轻顾客李伟彬说：“在这里感觉很放松，不用开车去郊外，下班后就能直接来，吃点东西、听听歌，和朋友聊聊天，压力一下子就释放了。”“天台露营为孩子提供了难得的户外活动机会，看着孩子在安全的环境中奔跑，大人也能享受片刻闲暇，这种亲子时光非常珍贵。”带着孩子来体验的齐璐说。

不难看出，这种高黏性的社交氛围和情感满足，正是“体验式消费”核心价值的体现，它超越了单纯的商品买卖，售卖的是一种情绪价值、一段美好记忆。

阅彩城的天台露营，是银川夜间经济矩阵从亮起来到活起来再到火起来的一个生动切片。它成功的关键在于，通过将城市商业空间的“闲置”屋顶转化为充满活力的消费新场景，不仅盘活了存量资产，更丰富了夜间消费的供给层次。这种创新尝试，体现了商业运营者从经营场地到经营场景、从提供商品到创造体验的思维转变。

当然，天台露营还面临季节性、人流量、配套设施等的挑战。专业人士建议，要进一步挖掘本地文化特色，将更多宁夏元素融入场景设计和活动内容中，形成独一无二的品牌辨识度；同时，与商圈内的其他业态形成更紧密的联动，相互导流，共同做大夜间的“蛋糕”。

智慧养老体验 老年兴趣课堂

本报记者 杨娟 文/图

如何满足银发一族日益多元的消费需求，成为各方新课题。10月13日，记者走进宁夏首家银发主题商场——银川市新百老大楼，沉浸式体验这座专为银发群体打造的消费新空间，感受其中充满温度的适老化服务与多元化消费场景。

一踏入新百老大楼，无障碍通道、醒目的导视标识与平缓的坡道设计，便让人感受到对老年消费者的贴心关怀。商场内，随处可见的智能导览设备，设备操作界面简洁明了，只需轻轻一点，就能获取楼层分布、服务设施位置等信息，还支持语音播报功能，让不擅长使用智能手机的老年人也能轻松找到想去的地方。

记者来到六楼，占地1000多平方米的一家居家养老服务大厅，智慧养老设备、医疗器材一应俱全，中医推拿、磁疗熏蒸等康养服务区域人气颇高。几位老年人正躺在磁疗熏蒸床上，享受着放松的理疗服务。“我每周都来这儿做磁疗，对缓解关节疼痛特别有效。”刚做完理疗的李大爷对记者说。

在四楼的AI智慧养老中心，传统中医理论与现代智能技术碰撞出别样火花。依托“智慧五养”综合服务平台，老年人不仅能体验到智能脉诊、健康监测等前沿服务，还能通过智能设备定制个性化养生方案。记者看到，几位老年人正围在智能脉诊仪旁，好奇地看着屏幕上实时显示的身体状况分析报告，感叹科技与康养结合带来的全新体验。

除了专业的康养服务，商场还特别打造了老年大学兴趣课堂。书法、绘画、智能手机使用培训等课程吸引了众多老年朋友。“以前怀疑自己跟不上时代，不会用智能手机，连打车都困难。现在跟着老师学，不仅学会了网购、视频通话，还交到了很多志同道合的朋友。”正在参加智能手机培训课的王阿姨兴奋地分享着学习成果。

“我们的定位就是打造集购物、服务、体验于一体的一站式银发生活新生态。”新百老大楼副总经理王晓庆向记者介绍，除了在硬件设施上做到适老化，商场更注重满足老年人的精神文化需求，引入了丰富的老年服饰、养生保健等商品品类。同时，通过整合养老、医疗、教育等多方资源，为老年人构建便捷的生活服务圈。

“这儿太方便了！早上晨练完，顺路就能来测血压血糖，约上老姐妹逛逛街、上上课，中午还能在商场的餐厅吃顿营养午餐，退休后的日子也很充实。”消费者于芬芳说，以前总觉得商场是年轻人的天地，现在有了专门为老年人打造的商场，生活更有乐趣。

从购物到康养，从学习到社交，当商圈开始聚焦银发主题，便重新定义了老年人消费新体验，打造老年人的宝藏生活圈。

“我们希望这里不仅是一个购物场所，更是都市人放松身心、享受生活的微度假目的地。”马风说。

“在网购风潮冲击下，消费者选择线下购物时，更喜欢有体验感、记忆点的消费过程。”自治区党校(行政学院)经济学教研部副教授孙治一分析，像砂之船(银川)奥莱这样的实体商业要想长久不衰，可以通过商文旅体多元业态融合发展，满足消费者多维度需求，丰富消费体验。同时，要创新场景、优化布局，让门店更好逛，如实体商业要通过自身建筑美学与场景营造，为消费者提供融合美学与生活方式的高品质体验；充分发挥“运动广场”“超级农庄”等场景优势，以差异化形成新鲜感，拉动客流量。此外，还要充分发挥“政策+活动”双轮驱动作用，释放消费潜力，保障服务消费品质，营造放心消费环境，让消费黏性更持久。



“双节”期间，砂之船(银川)奥莱消费者排队结账。