

市场瞭望

数智化场景促消费升级

□ 李万祥

在新一年的消费市场变化趋势中,数智化消费场景创新为复苏中的产业提供了新机遇。不论是无人驾驶、无感支付门店,还是智慧菜场、无人配餐,新技术的应用带来了不一样的消费体验。这些数智化消费场景的创新变化,不仅改变了人们的消费方式和消费习惯,更促进了消费经济的转型升级。

数智化消费场景创新满足更加多样化和个性化的消费需求。获取服务和商品的便利性是消费者评价商业活动的“硬指标”。如今,新技术催生消费新场景,大大促进了消费水平提升。虚拟现实和增强现实技术应用于旅游领域,元宇宙技术书写数字时代的“诗和远方”;在互联网领域,智能家居和智慧穿戴广受年轻人青睐;在教育领域,AI助教成为家长们的好帮手;在医疗领域,互联网医疗只需“一键”即能就医问诊。基于生活和场景打造的感官体验更容易受到消费者关注。在商品和服务从“有没有”向“好不好”的需求转变中,这种“感

数智化消费场景创新不是闭门造车,得紧贴目标消费群体的使用习惯,加强市场调研,以趣味性、交互性等吸引消费者,创造良好消费体验,增强产品和服务的黏性。

受”消费或“感官”消费是商家逆袭的软实力。通过数智化消费场景创新,精心塑造消费体验,这让用户在消费中获得愉悦感,从心里觉得钱花得值。

数智化消费场景创新也倒逼或促进产业数智化,甚至在产业链上发生化学反应。消费复苏一方面需要时间,另一方面需要大胆创新,开发适应市场趋势的新技术、新模式。市场在变,并没有因为疫情影响停下脚步。对于一个行业或一个企业而言,恢复、复苏不是简单地回到从前,继续唱着怀旧的“主打歌”,当前要做的是在复苏中把握机

遇,洞见商机,创造并放大价值点,进而在品质、价格、服务层面的激烈竞争中脱颖而出。

想要用数智化技术重构消费场景,做起来并非易事。前不久,故宫出版社推出故宫首套AR元宇宙场景交互式电子出版物《我在故宫修文物》。在数字修缮的体验空间选择上,就是经历了多轮论证后,才最终选定养心殿。有的先进技术不是说用就能用,这有赖于技术过硬、综合素质强的团队,将各种技术和消费场景完美结合,提供高精度、高匹配的技术支持。

在数智化消费场景创新的赛道上,抢占

先机才更容易获得市场。同时,数智化消费场景创新也不是闭门造车,得紧贴目标消费群体的使用习惯,加强市场调研,以趣味性、交互性等吸引消费者,创造良好消费体验,增强产品和服务的黏性。近年来,不少行业和企业都加速“数智化”转型。以酒店业为例,过去3年受疫情影响严重,但是亚朵集团连续4年保持盈利,展现出不俗业绩。其中除了在酒店业务上不断突破外,场景零售业务成为亚朵的第二增长曲线。他们自己研发推出睡眠产品,充分运用酒店“沉浸式体验”和“线下+线上”购物,住店客人只要看什么都可以“扫一扫”获取,打造出“所见即所得,所得即所购”的新消费体验。

目前,消费加速回暖,人们四处寻找着线下久违的“感官”消费体验,原来因受到疫情影响的线上盈利模式或将面临挑战,面向消费体验进行创新升级为当务之急。科技改变生活,无论数智化消费场景创新如何求变,我们都期待未来有更多更友好的新消费体验,带来惊喜,点亮生活。

每天凌晨,广西都安瑶山牛基地都会进入繁忙时刻。现宰的牛肉被分解成50多个部位后通过冷链运往深圳。当天中午,这些牛肉就会出现在深圳市民的餐桌上。

“广西都安瑶山牛生产基地通过‘圳品’、供深基地和‘深圳农场’认定后,会通过美团、钱大妈、天虹超市、华润万家等企业的定向采购进入大湾区市场。目前,仅在全国华润万家门店签约采购的瑶山牛肉就达1亿元。我们在深圳已经设立瑶山牛分店40多家。”广西都安嘉豪实业有限公司董事长林杰说。

所谓“圳品”,是指深圳市对标国际先进标准构建的从农田到餐桌全链条供深食品标准体系。近年来粤桂协作以“圳品”和供粤供深农产品示范基地建设为抓手,把消费帮扶与产业协作结合起来,促进广西优质农产品畅销大湾区。

“广西拥有丰富的农产品资源,大湾区拥有强大的消费能力,我们通过推进‘圳品’消费帮扶模式,助力这些产品顺利进入大湾区市场。”广西壮族自治区政府副秘书长、粤桂协作工作队领队邝兵说。

为了进一步打造“圳品”全产业链条,去年广西安排1亿多元广东财政帮扶资金带动更多资金投入15个仓储保鲜、冷链物流等农产品流通基础设施。目前已在协作地区建设产地冷藏保鲜设施1200个。

走进乐业县甘田镇粤桂协作高山蔬菜基地的大棚里,连片的蔬菜鲜翠欲滴。基地高标准配套打造冷链物流体系、追溯体系等全产业链发展模式。“基地一期1500亩蔬菜已全部上市,每天有十几吨高品质高山蔬菜直供粤港澳大湾区。”基地负责人范长田说。

在加快农业基础设施建设的同时,广西引入深农集团、华润集团、京基智农、金晋集团、茂雄集团等一批企业建设供深农产品基地。2021年以来,新签约粤港澳大湾区投资广西农业项目138个,总投资249.7亿元,建成供深农产品示范基地121个。

粤桂协作在广西全区打造了一批面向大湾区的农产品示范基地,培育了一批优质农产品成为“圳品”,进一步健全了粤桂产业协作、消费帮扶长效机制,提升了广西农产品的竞争力。

大化七百弄鸡是广西第一个获得“圳品”认证的农产品。2021年以来,七百弄鸡在粤港澳大湾区累计销售额达1300万元,带动9个乡镇33个村731户1210人增收。广西汇君农牧公司董事长江鱼说,2021年通过“圳品”标准认证以来,公司的七百弄鸡、鸡蛋产品品质和市场竞争力得到显著提升。

深圳茂雄实业公司在巴马瑶族自治县甲篆镇百马村流转1300亩土地,建设供大湾区蔬菜基地,主要种植芥蓝、菜心、豌豆苗、黄花菜等,每年约1.5万吨绿色有机蔬菜销往深圳、香港,以及东南亚等地。

“每天巴马蔬菜一到商超就被销售一空。”该公司广西区域负责人周创远介绍,巴马是世界长寿之乡,大家对产自那里的农产品很喜爱,加上产品通过“圳品”认证,在大湾区很受青睐。

据了解,今年以来,广西获得“圳品”认证的农产品新增增加了21个,总数已达152个;新评定的供深基地38个,总数达159个。

为进一步推动消费帮扶升级、促进产业提质增效,粤桂协作还积极组织广西企业以及优质农产品参加包括文博会在内的广州、深圳等地博览会、展销会,推动广西更多农产品进入粤港澳大湾区市场。去年,粤桂协作实现消费帮扶224.46亿元。

“今年将继续巩固‘圳品’消费帮扶模式,一方面巩固好粤桂产销对接机制,利用大湾区庞大的消费市场和外销渠道,为广西农产品开拓更多稳定的市场;另一方面吸引更多广东企业到广西建基地,完善产业链条,促进广西农业规模化、标准化、品牌化发展,推动更多广西优质农产品进入粤港澳大湾区市场、全国市场乃至国际市场。”邝兵说。

古城亮出古韵

本报记者 宋美倩

经过春风的吹拂,河北正定县荣国府的海棠花如约盛开。花海之中,荣国府内各种夜场文化展演相继展开,元妃省亲、宝黛初会、打更巡夜、古乐欣赏、古风汉服、非遗体验等活动精彩纷呈。

来自天津的游客李尚宇开心地说:“早就知道荣国府海棠是正定一绝,夜间欣赏别有一番情趣,今天带着家人来实地体验,果然不虚此行。”

荣国府夜游仅仅是正定大兴旅游产业、促进旅游产业复苏的一个缩影。正定县县长王永立表示:“正定是北方著名的千年古城,文物古迹众多,我们的目标是发挥优势、弘扬特色、彰显风格,将正定打造成高质量、综合性、国际化的旅游目的地。”

作为国家历史文化名城,正定历史文化悠久,名胜古迹众多,文化底蕴深厚。近年来,正定全力推动古城风貌恢复提升,千年古郡、北方雄镇历史风貌得到有效恢复。穿行于正定古城之中,隆兴寺、唐代风动碑、临济寺澄灵塔、古城墙……遍布其间的文物古迹让人仿佛穿越回几千年前。

近年来,正定先后投资30亿元,相继实施古城墙保护、阳和楼复建、隆兴寺摩尼殿明代壁画修复等24项工程。河北省古建筑研究所高级工程师郭建永表示,正定古城在文物古迹改造中,严格坚持真实性、完整性,不盲目复建、不拆旧建新,尽量保持原貌,让古城呈现出浓郁的古风古韵。

正定古城墙是现存较少的明代城墙遗址,经过多年风霜雨雪及战乱破坏,已经破败不堪。为了让古城墙恢复生机,正定按照当年历史风貌修复南门系统,并对西门、北门和部分城墙实施整修加固,使它再现了往日风貌。如今,到正定来的游客大多都会登上城墙门楼观光,这里每年接待的游客数量超过300万人次。

“我们从海南一路开车过来旅游,发现这里停车、观光电瓶车、饮用水都不收费,许多景点也不收费,我们在这

里玩得很开心。”在正定古城南城门景点,游客杨江说。

“打造旅游城市,不仅要做好景观准备,更需要做好对游客的人文关怀,让他们来得顺畅、玩得惬意。这需要我们相关部门和群众真正做到敞开心扉,迎接八方来客。”正定县文化广电体育和旅游局局长王鹏告诉记者,正定从2017年进行大规模古城改造开始,就将游客是否满意作为工作的重中之重,全力打造让游客真正满意的优美环境。

为了让风景名胜“亮出来”,正定拆除与古城风貌不符的违建7万余平方米。在古城东部建设新区,使古城疏解有空间、发展有支撑。此外,正定还改造提升了15条主干道、609条小街巷,435公里空中缆线全部入地,新建云居湖等15个公园,免费提供113辆观光车,安装近百台直饮水机、2000多个便民座椅……

今年春节开始,正定迎来了旅游业复苏的黄金期。“以各种文化体育活动为媒介,正定努力营造‘城景一体、主客共享’新格局。”正定县副县长王素刚表示,为了促进旅游业全面发展,县里每年举办各类活动1500场次。在节庆时期,一般都会举办民间艺术节、鼓王争霸赛、星光音乐节等活动,在大型旅游景区开展各种常规展演,在古城街区和历史展馆全力打造“旅游+非遗”新业态。

来自石家庄市的游客齐海燕说:“正定各种文旅活动精彩纷呈,赏美景、看演出、品美食、观非遗都很诱人,我几乎每个周末都会带孩子过来。”

如今,旅游业已经快速成长为正定主要支柱产业。今年一季度接待游客达430.58万人次,旅游收入达34.2亿元,同比分别增长190.48%和188.12%。



河北正定,夜色下人潮涌动的旺泉街。 武志伟摄(中经视觉)



盛景

· 山东即墨

古城游客络绎不绝。

孙静秋

摄

· 中经视觉

国潮吸引创业者

本报记者 刘成

4月3日,来自黑龙江的游客王悦悦带着6岁的女儿来到山东青岛市即墨古城拍起了“穿越剧照”。在东、西门大街的不同景点和摊位拍照留念,母女俩遇到喜欢的传统物件也忍不住掏腰包购买。“你看这个清代小格格泥塑做得多么可爱,她的服饰也很逼真,就买它!”“90后”的王悦悦是一名忠实的国潮粉,尤其爱好中国传统元素的服饰、摆件。

即墨古城占地43公顷,总建筑面积约37万平方米,大多是仿古建筑。走进即墨古城会看到巍峨的青砖城墙,古色古香的街巷,林立的十三牌坊,青砖黛瓦的古建筑,置身其中,有穿越时空之感;徜徉在贯穿全城的东、西门大街,学宫、文庙、牌坊等星罗棋布,精品酒店、非遗手工、国潮服饰等业态丰富多样。

近年来,随着即墨古城的招商运营,国潮风商铺日益增多,各种商品、艺术品琳琅

满目,吸引着游客驻足观赏。有以葫芦为纸、铁为笔、火为墨的黄氏烙画;有以“梅兰竹菊”“飞鸟游鱼”等为创作对象,在馒头、印花的葛村馒头……

“虽然都是当地的传统手工艺品,但有些制作很有创意。”来自济南的游客刘龙辉拿起一个袖珍版的小鸟笼爱不释手,并当场在大欧鸟笼门店预订了一对鸟笼样式的现代灯具。“今年买了新房,我一直想做新中式风格的装修,自己也很喜欢中国风的家居、手工艺品,听说即墨古城这里的品类比较多,我们就抽时间到即墨边旅游边采购。”

除了一系列传统手工艺品,从千年历史文化中提炼并嫁接现代高科技的吉祥物“墨小牛”在牛年春节晚火了一把后,成为消费者追捧的国潮产品之一。

青海姑娘赵玉菲自小喜欢历史文化,大学毕业第一年一直在找工作。电视屏幕

上“墨小牛”那种不服输、勇往直前的形象给她留下了深刻印象,了解到它的设计灵感源于战国时期在即墨发生的田单火牛阵破燕的故事后,赵玉菲立即产生了到即墨找工作的想法。“来即墨古城的第一件事是选购了一件印有‘墨小牛’图案的卫衣,买了几个‘墨小牛’玩偶、几把折扇寄给家里人。”

如今,赵玉菲从事产品形象设计工作,她受到了“墨小牛”的启发,为公司设计了部分带有中国历史文化元素的产品,“感觉效果还不错”。

同样因热爱国潮服饰而出创业打拼的还有侯可健夫妇。2017年,“90后”小两口在即墨古城开办了浮生半日汉服体验馆,丈夫侯可健负责运营,妻子王雪莲负责美妆穿搭,现在两个人操持的生意越来越红火。

“我们有各式传统服饰300多件,妆容

和发型根据消费者的形象设计。”侯可健说,妻子并不是专业化妆师,也从未经过专业培训,因为爱好汉服装扮而选择创业,并将这份爱好变成了事业。

“我们之前加入了一个汉服爱好者群,全国各地的爱好者都在群里分享自己的设计和想法,微信群也因人数的增加而扩建了好几个。”侯可健说,他近年来接待的消费者以年轻人为主,节假日期间人多得有点忙不过来。

“古城整体的设计和规划,包括建筑的建造工艺都很精美,营造了一种古香古色的氛围。很多游客来我们店里参观,都会有尝试一下汉服的冲动,多的时候一天能接待七八十位消费者。”侯可健说。

目前,即墨古城带有国潮元素的商铺不计其数,涉及服饰、餐饮、传统手工艺等品类,浮生半日汉服体验馆正是其中的佼佼者。

“这几年的国潮产品在日常的消费场景中越来越受推崇,这也是Z世代个性化消费需求创造的新的消费潮流,是我国文化自信的一种体现。”侯可健对店铺的发展前景充满期待,他希望通过夫妻的共同努力,让更多的游客体验到传统服饰的魅力,爱上即墨古城,爱上带有中国传统文化元素的各类国潮消费品。



广西百色市乐业县的高山蔬菜“圳品”种植基地。 黄瑞玲摄(中经视觉)