

## 市场探新

## 沉浸产业上新

生活中的经济学

## 一杯冰的生机

将饮料倒在晶莹剔透、堆满冰块的水杯中，成为很多人消暑的打开方式。一口下去，神清气爽。

最近，很多便利店在出售一种装冰块的塑料杯，你可以将咖啡、可乐、果汁、鸡尾酒等饮料倒进冰杯，瞬间喜提一杯自制夏日特饮。先别急着喝完，把它放在工位上，打开电脑，来一张合影，再配上点抒情小文案，一条夏日风情满满的“朋友圈”就出炉了。

饮料与冰杯，是一对好“搭子”。在经济学里，替代品与互补品是一对重要概念。比如，苹果价格高的时候，人们就会多买橘子来替代，这两种常见水果就是一组替代品。而打印机与墨盒、剃须刀与刀片、咖啡机与胶囊就属于互补品。

此前，市场上也有类似降温产品，如不锈钢“冰块”等，但事先要放在冰箱里冷却，不适合顶着大太阳出门在外的上班族。这届年轻人，要的就是即时满足感：加班熬夜突然想吃麻辣烫分分钟下单叫外卖，想换好心情去“班味”寻常周末也能来一场“特种兵”旅游。冰杯出现后，几秒钟就能带来一杯沁人心脾的冰饮。

曾经，国人对热水的执着是出了名的。这些年，咖啡、奶茶等现制饮品俘获无数年轻人的心，店里点单或网上下单时，商家都会问一句“冰的还是常温的”“正常冰还是少冰”。酷暑难耐，很多人喜欢点上一杯加冰的现制饮品。

压力给到瓶装饮料厂商。看见便利店挂着醒目品牌标识的冰柜了吗？饮料商显然也想努力满足消费者喝冰饮的需求，把顾客从现制饮品店拉回来。但人们很快发现：冰柜里拿出来出来的饮料，没多久就失去了冰爽口感。

冰杯的出现，弥补了瓶装饮料“冰力”不足的缺陷。买一瓶你喜欢的饮料，直接倒在原味冰杯里，就可以美滋滋喝起来。有的冰杯干脆放好了柠檬等配料，摇一摇，喝一口，并不比现制饮品逊色多少。

冰杯替代了不锈钢“冰块”，提供了一种即时可得的冷却方式，可以和任何你喜欢的饮品“混搭”，变幻出万千姿态，限制你的只有想象力。现在的年轻人喜欢动手DIY，调配制作饮料过程中满满的仪式感，加上冰杯的造型颇有设计感，容易让消费者产生分享、传播的欲望，通过社交平台进一步“种草”，带火了冰杯销售。

冰杯流行的背后，与饮料品牌商的推动有千丝万缕的联系。用过胶囊式咖啡机的人都知道，卖咖啡胶囊才是商家最赚钱的地方。通过把冰杯与瓶装饮料捆绑在一起，形成了商品之间的互补效应，不仅能够刺激自家产品的销售，而且开辟了饮料行业新的细分赛道。饮料厂商也因此拥有了与现制饮品店抗衡的巨大竞争力。

不少厂商趁热打铁，顺势推出柠檬水果冰杯、草莓水果冰杯等差异化产品，甚至还与浓缩咖啡、洋酒、乳饮料、乌龙茶等搭配在一起做成“组合套餐”，试水高端市场。

事实上，冰杯在日韩等国家已经风靡多年，相比国外冰杯的火热消费势头，尚处于起步期的我国冰杯市场拥有更多想象空间。“百搭”的冰杯能玩出多少花样？不妨拭目以待。

在这个万物皆可沉浸的时代，很难用一个例子、一个业态道尽沉浸产业的内涵与魅力。

一组数据体现沉浸产业发展张力：《2024中国沉浸产业发展白皮书》显示，截至2023年，中国沉浸体验项目数量已达32024个，创造近92.8万个就业岗位，市场规模已达927亿元，总产值达到1933.4亿元，预计今年将突破2400亿元。

好似魔法再现，无论小而美抑或磅礴大气，沉浸经济正在各行各业绽放出新、奇、特的花朵。

## 魔法圈

上海市蒙自路818号世博会博物馆里，《一梦华夏——中国皮影光影艺术展》正在进行。

“传统皮影艺术遇上光影技术，古老文化与数字技术融合，非遗活了！”前来观展的自媒体人肖婴说。

置身《一梦华夏》皮影光影展，如进入一个色彩斑斓的古中国梦境：展览得名于春秋战国《列子·黄帝》中的远古神话“黄帝梦游华胥国，而后天下大治”。写意的故事线中，列子心无顺逆、与世无违的澄明境界，在一个由皮影构成的光影异想世界里展露无遗，古代皇城的热闹非凡、才子佳人的浪漫桥段以及村民的家长里短逐一呈现，西游、三国、水浒中的人物在平行宇宙中出现，这种穿越形象地阐释了列子御风而行、在

春天畅游八荒的精神胜境。

“穿越和国际视角都是这场光影展的特色。”上海影昉文化科技有限公司联合创始人徐敏说，中法创作者组成的近百人团队携手非遗传承人马氏皮影，打造了这场具有浓郁中国风的皮影大梦。

如今，这出皮影大戏正在加拿大、马来西亚吉隆坡、阿联酋迪拜巡展。

这是一个中国沉浸产业出海的案例。“创作时，就把国际艺术市场对中国传统文化的兴奋点，满足世界对东方文化艺术的想象。所以去年《一梦华夏——中国皮影光影艺术展》在加拿大蒙特利尔巡展的首月，就打破了当地光影艺术空间月度参观人数的纪录。”徐敏说。

这只是沉浸艺术展的成功案例之一。在沉浸产业这个“魔法圈”里，还有沉浸文化旅游、主题娱乐、沉浸演艺演出、扩展现实、商业空间等16个细分市场。

“沉浸艺术的魔力就在于通过文化主题、空间营造、感官艺术和技术互动创造出一个个能屏蔽现实世界的‘魔法圈’。这个圈内的所有人、事、物等元素及规则、概念被称为‘沉浸世界’。”中国游艺机游乐园协会沉浸娱乐专业委员会副主任、《2024中国沉浸产业发展白皮书》出品人江杰说，参与者在这个世界中通过互动叙事获得驾驭感、安全感和探索欲，形成的自我重塑效应也会溢出到现实世界，成为改变人生、激发想象、创造变革的驱动力。

“在艺术与科学交叉的领域中，沉浸式技术的迅速崛起与新质生产力的发展需求不谋而合，彰显了沉浸式体验作为新一代文化生产力的重要地位，为我国文旅产业的应用发展作出贡献。”中国艺术科技研究所科研规划处处长张晓华说。

探索成为“财富创造者”“幸福制造者”“消费刺激者”，中国的沉浸产业奔跑在路上。

## 疗愈力

在苏州文化艺术中心苏艺演艺文化集聚区，沉浸式魔术戏剧“一块凝固的时间”正上演。现场，一名女孩站起来说要和去世的奶奶说句话：“有病了一定要第一时间去医院，这样我们还能一起过最后一个春节。”

魔幻的是，当魔术师在现场拿出盒子里的信，居然是奶奶写给女孩的，上面写着：“宝贝我知道了，有病了我一定会第一时间去医院。过

去和你共度的每一个春节都是最幸福的春节。”女孩泪如雨下。

包括这幕情景在内，众多疗愈故事是北京奇幻森林魔术文化产业集团有限公司创始人梁明坚定地吧沉浸魔术酒吧做下去的理由。

“把舞台延伸到观众身边，现场互动、共创故事结尾，在沉浸体验中感受心灵抚慰，想来这就是我们魔术剧最有意义的地方了。”梁明感悟很多。这个大三就在宿舍里创业的“85后”，在北京稍有积累后便南下发展魔术事业，与苏文投集团联合创建了沉浸魔术酒吧：一个450平方米、容纳120人的剧场，团队打造的6个剧目一年上演450场，开业仅8个月就收回了投资。

之后，梁明在南京推出了沉浸魔术酒吧的升级版——奇幻天台百老汇。“在苏州看完剧，剧场就冷清了，而南京项目做了升级，做到了与消费的深度融合，打造休闲的第三空间，让曲终人不散。”梁明说，剧场在南京新街口闹市区无缝融入了当地的夜经济，连制售的咖啡也成了网红饮品。“两点一线的都市人有了个放空躺平的第三空间。提供的情绪价值、自我发现等功能，是许多沉浸业态受欢迎的原因。”

约瑟夫·派恩在其著作《体验经济》中称，人类经济活动将从商品经济、产品经济、服务经济逐步进化到体验经济和自我发现经济，每次进化都伴随着全新消费需求的诞生。

中国旅游研究院副院长唐晓云分析：“科技重塑了旅游发展的底层逻辑，旅游产业正通过融合创新、跨界整合、内容创新等形式不断外拓延伸产业链条。”

跨界打造魔术、戏剧与新消费融合业态，使其成为文化与商业共生的城市演艺新空间。梁明感慨：“受众对沉浸体验中把叙事权利交还给参与者更感兴趣。当消费者越来越偏好那些能与个人价值和生活方式共鸣的产品和服务时，沉浸经济正在成为消费增长的新引擎。”

## 新磁场

今年是中法建交60周年暨中法文化旅游年。上海徐汇区迎来了法国普德赋投资的全球首部“线下实景电影”项目——深光之光明之城的开业。

拥有48年历史的普德赋是致力于还原大型历史文化场景的主题公园品牌。普德赋亚洲首席运营官兼执行制作 Joseph Corbo 说，该项目历时3年，总建筑面积46000平方米，是一个精心构建的打破

## 东风吹拂左公柳

乔文汇

“开市喽！”一声清脆锣响，新疆哈密市凤凰台大营市集盛大开市。

这也是哈密市凤凰台“左公柳主题邮局”营业的第一天。在邮局门口的有声明信片打印机输入照片，一会儿就能收到以照片为主图的明信片。“把大美哈密打印出来，寄给远方的朋友。”盖上左公柳主题邮戳后，哈密市民陈新豫将明信片投入邮筒，“打算给朋友一份不一样的惊喜”。

当年左宗棠挥师西征，一批天津杨柳青商人追随西征军从渤海之滨来到天山南北，为军队提供补给。他们带来了年画、风筝、剪纸、春联等各类商品，以及社火、烹饪等技艺，史称“赶大营”。

浓荫下乘凉仿佛与历史对话，左公柳是哈密一道独特风景。左宗棠驻节哈密收复新疆，西征大军一边打仗一边播绿，并制定了

严格的树木保护措施，在干旱的大西北形成了“新栽杨柳三千里，引得春风度玉关”的塞外奇观。当地人将左宗棠及西征将士们所植柳树尊称为左公柳。

哈密人对左公柳的情感真挚而浓郁。每年春天，人们从百年左公柳枝干上采集母本枝条，经苗圃基地进行扦插培育后在各乡镇、社区栽种。

今年3月启动建设的凤凰台大营市集项目于6月完工，主体建筑为中军帐造型的会议厅，中军帐前为广场，两侧则是市集店铺，分布着哈密陶瓷研学馆、印象哈密文化展馆、左公柳主题邮局、哈密特色产品展销店、宗棠书房、刺绣工坊等。

新疆中耕农业发展有限公司在凤凰台大营市集展销各类特色林果产品。公司运营总监宋路阳边招呼客人边介绍：“跨界混搭，这里既是一处旅游景点，也是特色产品销售点，文化创新传承与经济发展相得益彰。”

与凤凰台大营市集一河之隔，哈密老城古粮仓

掩映在一片杨柳中。穿过一扇“时光之门”，左宗棠驻军时的古粮仓呈现在眼前。结合哈密城区更新，对古粮仓修旧如旧，成了人们了解历史、休闲放松的场所。“现在可闻花草香，未来会伴书香。”附近居民左然木·扎克尔对即将开业的书店和咖啡店充满期待。

“柳丝袅袅，一缕清凉似春晓。”站在一株左公柳下，哈密市民邱鸣更新了一条朋友圈，配图是杨柳环绕的左公文化苑。

左公文化苑的门前，树龄140余年的左公柳历经风雨依然挺拔遒劲。邱鸣说，清风徐来，拂过柳枝，也拂过哈密人的心坎。