

## 暑期消费

□ 本报记者 周琳

天津市南开区缤纷文体活动打造消费新引擎——

## 多样消费场景点亮都市

走进老城古文化街、探索“体育+”经济、拓展夜间消费新领域。天津南开区持续创新多元消费场景，让城市“烟火气”更添“人情味”，打造都市型、年轻态、人文韵的津城文化旅游核心区。

2024年，天津市南开区持续唱响“龙腾盛世·畅游南开”的文旅主题，推出文博场馆、红色记忆、知名学府、传承匠心、津夜荟萃五条旅游精选线路，让广大游客漫步南开，沉浸式体验，为南开文旅产业发展再添新动能。

## 老城文化自带流量

“孩子最爱来古文化街，各种非遗项目加上天津特色美食，他都感兴趣。”来自北京丰台区的游客张颖告诉记者。

位于天津海河西岸的古文化街是外地游客探寻南开区文化精髓的最佳起点之一。作为国家5A级旅游景区，这里古色古香的建筑群错落有致，一砖一瓦都镌刻着岁月的痕迹，最大限度地保留了津门故里的独特韵味。漫步在全长600多米的老街上，仿佛穿越回那个船舫千里、商贾云集的时代。

“这是余三胜像，那是吹糖艺人、木兰从军……”在古文化街泥人张店内，工作人员王思向游客介绍着栩栩如生的泥塑作品，它们每一件都是技艺传承人智慧与心血的结晶。

沿古文化街而行，多个非物质文化遗产项目与老字号店铺交相辉映，杨柳青木版年画的色彩斑斓、乐器张的悠扬旋律、蔡氏贡饼的精致工艺，以及桂发祥的麻花、果仁张的干果、耳朵眼的炸糕、祥不悻悻的糕点……不仅是老天津人心中难以割舍的记忆，更是新时代工匠精神的生动展现，传递着文化的自信与骄傲。

古建筑群则是这段历史的忠实记录者。天津天后宫，作为世界三大妈祖庙之一，见证了无数商人与船工的祈愿与启航；玉皇阁，以其古朴的木结构诉说着岁月的沧桑；通庆里，中西合璧的建筑风格，是天津开放包容精神的缩影。宫前广场、大狮子胡同、袜子胡同等地名，无不透露出浓厚的历史气息，让人陶醉其中、流连忘返。

天津市社会科学院研究员罗澍伟说：“南开区是天津‘先市后城’‘市在城外’发展模式的典型代表。古文化街是天津城市经济中心的发源地，至今仍是一条延续了城市文脉的老街，讲述着这座城市的故事与传奇。”

在南开区，游客们还能登上鼓楼凭栏远眺，遐想“七十二沽往来帆影”；在“风筝魏”工作室，与国家级非物质文化遗产传承人



天津市南开区举行首届天津古文化街民俗文化旅游节系列活动。

魏进摄(中经视觉)

人魏国秋一起，编织梦想、放飞希望；在广东会馆，狮子会“说”天津话，全新的沉浸式游玩方式，让人零距离感受古建之美、戏曲之韵……

## 赛事引领消费扩容

急速飞驰的冰刀、技艺娴熟的击球、奋不顾身的扑救……在2024年第八届“斯坦利”杯全国青少年冰球邀请赛比赛现场，每一个瞬间都扣人心弦。队友间的相互鼓励与观众的阵阵喝彩声交织成一首动人的“交响曲”。

赛场外，运动的热情同样高涨。来自深圳的赵麟一家自2018年爱上冰球运动后，已连续多年追随球队到全国各地观赛。这个夏天，他们又跟随心爱的球队首次来到天津市南开区。“我做了详细的攻略，准备赛后去天津博物馆、古文化街、海河沿岸欣赏夜景灯光。我希望每次出来观看比赛，不只是看完就走，还要多了解、体验当地的乡土人情和文化。”赵麟说。

体育搭台，经济唱戏，南开区以天津市奥林匹克中心为核心，精心打造的水上奥体体育竞技活力区，正成为城市发展的新亮点。鲁能城购物中心位于水上奥体体育竞技活力区附近，每当大型赛事或活动举办时，便迎来客流与销售的双高潮。

鲁能城购物中心推广部经理张玮说：“我们希望通过一系列精心策划的促销活动，让运动员感受到温暖，也让每一位游客能深刻体会到南开区人的热情与好客。在国际网球联合会网球巡回赛期间，商场与天津网球中心合作，将这一理念发挥得淋漓尽致，努力增加运动员与观众间的温馨互动，收到了良好效果。”

体育赛事的举办也为南开区周边酒店产

业带来了新的发展机遇。美豪丽致酒店天津奥体水上公园店店长陈超说：“在冰球比赛期间，我们酒店迎来了众多家庭旅客，他们不仅沉浸在比赛的紧张刺激中，而且对南开区的文化风情充满了好奇。我们推荐的海河夜景、古文化街以及天津美食，很受他们欢迎。”

精彩赛事不断，游客人流不减。在发展“体育+”经济的同时，南开区提供高品质、有特色的多元服务，将南开历史风貌、人文情怀、商业资源、非遗文化等融入赛事，以赛事经济激发消费潜力和区域活力，加速赛事流量向经济增量转化。

“我们为中外教练员、运动员举办了场外市集，多个非物质文化遗产技艺、津门老字号产品进行现场展示；赛前组织来天津的外地运动员和教练员游览古文化街、参观民俗博物馆，让他们沉浸式体验津沽文化。我们致力于打造具有国际影响力的南开体育赛事名片，让全世界的目光聚焦南开。”南开区体育局局长王守华说。

## 夜经济激活新动能

随着夕阳的最后一抹余晖隐没在天际，长虹生态园璀璨的灯火点亮，仿佛变成了一个梦幻世界。首届长虹盛夏嘉年华带给市民游客一场视听与味蕾的双重盛宴。

夜长虹音乐啤酒节作为本次嘉年华的重头戏之一，在摩天轮广场与碧桃园广场热力上演。集装箱式的特色摊位错落有致，美食与美酒香气交织。在这里，市民游客不仅可以大快朵颐，品尝地道美食，还能小酌怡情。湖面的灯光与远处的景致相映成趣，相映的谈谐、舞蹈的热烈、古筝的悠扬，更为这场盛夏增添了几分雅致与惬意。

在夜长虹文化“潮”市集，又是另一番热闹景象。西门主街上，24个充满津味特色的

文创产品摊位一字排开，让人目不暇给。每一件商品都承载着天津的文化底蕴与创新精神，吸引着众多市民游客驻足挑选。

摩天轮东侧的半岛上，星空露营地静谧而温馨，为游客们提供了另一种独特的夜间就餐体验。在繁星点点的夜空下，与家人朋友共享美食，畅谈人生，无疑是最好的夏夜记忆之一。

为确保游客们放心享受欢乐，长虹生态园还贴心地在人员密集区域增设了文创雪糕、冰激凌无人售卖机和充电站；对于带着孩子前来游玩的家庭，神兽乐园的游乐项目与长虹欢乐水世界的狂欢派对更是不可错过的“一站式遛娃”好去处……

整个暑期，南开区精心布局，不断拓展夜间消费新领域，让“夜经济”充分激活文旅消费。

以文塑旅，以旅彰文。天津南开区文化和旅游局党委书记、局长王敬说，南开区将坚持文旅商体融合发展，弘扬独具地域特色的老城厢文化、赓续闪光足迹的红色文化、发展数字智慧的创新文化，擦亮南开明珠、点亮城市商圈，让“烟火气”更添“人情味”，打造都市型、年轻态、人文韵的津城文化旅游核心区。



开学季，也是消费季。新学期的打开方式从焕新装备开始，如购置学习资料、文具、生活用品、电子产品等。开学季，需要啥？怎么挑？网上有人列出了一张中小学生开学必备清单，其中包括书包、自动铅笔等学习用具，口罩、创可贴、纸巾等生活用品，校服、袜子、被套等衣物和床上用品。仔细一数，共计近50项，不写到手本子上或记录在手机里，还真不容易记住。而对于大学生，消费需求就更丰富，除了衣食住行，吃喝玩乐也样样不落。

李万祥

既是刚需，必是商机。为满足家长和学生群体消费需求，不少地方和网购平台推出开学季消费折扣活动，以优惠价让开学省心更省“薪”，激发“开学经济”消费活力。如安徽省滁州市，特别增发一批“徽动消费·乐享亭城”开学季消费券，发放资金233万元。消费者在购买商品时，与商家议定价格后，再使用消费券，在优惠价的基础上可享受额外的消费补贴。有的网购平台推出“开学焕新”专题，主打“校园装备，一站尽享”，商家们也适时打出“开学必备”“开学专属”等标签，策划优惠促销活动，“掘金”开学消费市场。

其实，如今的开学消费，与以往相比已经大不相同。

首先，消费方式变了，动动鼠标、点击屏幕，网购即可办妥一切。其次，消费需求也变了，追求实用、美观的同时，更注重个性化、社交性，要好用又有趣。看看市面上，除了传统的“笔墨纸砚”等实用文具外，解压本、线圈本、手账本等功能文具，奥特曼、迪士尼、海绵宝宝、宝可梦等IP联名款以及各种文具礼盒套装，颜值高、功能全，吸引了不少消费者。有数据显示，大学生在衣服鞋帽、防护用品、学习用具、零食饮料等方面的需求分别占比76.8%、71.6%、67.2%、60%，同时，美妆产品、交通工具、数码3C、开学旅游、游戏装备也是开学前必须准备好的重要支出。

开学消费的场景及需求日渐多元化，也促使商家提供更加丰富的产品，以绿色消费、智能产品消费为代表的新增长点逐步形成。例如，有的电商推出可折叠洗衣机，洗脱一体，让学生不用再为排队使用洗衣机而烦恼；安全护眼、60秒延迟关灯、45分钟定时休息提醒，功能实用的护眼台灯满足了学生住宿所需。同时，电子产品促销力度加大，智能手机、笔记本电脑、运动装备、游戏机等相关促销活动不断，优惠力度让学生心动。

需要注意的是，开学消费量力而行。开学行囊与其准备得大而全、无所不包，不如精准定位、按需购买，把钱花在刀刃上。在市场上琳琅满目的“专属”“必备”推介中，家长和学生要注意跳出营销套路，摆脱攀比心理，树立理性消费观念。



2024年第八届“斯坦利”杯全国青少年冰球邀请赛在位于天津市南开区的天津奥林匹克中心滑冰馆开赛。

刘峥摄(中经视觉)

## “啤酒+”跨界引流消费潮

本报记者 刘成

接待游客636万人次，消费啤酒2800余吨，开展500余场文化演艺活动、1807场次比赛……近日，第34届青岛国际啤酒节在青岛西海岸新区金沙湾啤酒城落下帷幕。充分利用啤酒IP，青岛西海岸新区围绕“啤酒+”推动内涵式新发展，融合演艺活动、体育赛事、品牌合作等，跨界打造消费新场景，掀起暑期消费热潮。

傍晚时分，走进青岛啤酒1903大篷，一首经典的《海阔天空》引爆全场，游客们举杯共饮，齐声高唱。“看演出是最好的下酒菜，啤酒和音乐绝配！”正在大篷内就餐的青岛居民丁宇告诉记者。

本届啤酒节，金沙湾啤酒城9个啤酒大篷创新“啤酒节+音乐节”模式，每个大篷均与一支专业乐队合作，分时段推出多元化、国际化的演出，同时优化篷内声学环境、配备空调，营造体验感更好的演艺互动

空间。

“今年我们两个大篷分别和歧路行者乐队、海平面乐队合作，每天都带来精彩的节目，有不少乐队粉丝专程过来看演出，‘哈’啤酒。”青岛啤酒大篷运营负责人董璐璐感叹，“今年大篷几乎天天爆满，有些位置需要提前好几天预约才能抢到。”

啤酒大篷外，啤酒主题演艺秀——《酒秀》、艺术巡游等一系列演出，将多种表演形式和各国特色音乐融合，打破了传统舞台的空间概念。“今年的演出增加了很多新元素，比如流行歌曲、摇滚爵士、Funk音乐等，整个节目更符合啤酒节狂欢的氛围。”《酒秀》总导演王功介绍。

位于金沙湾啤酒城的酿未来啤酒酒坊里热闹非凡，大家围坐一起看奥运比赛，每逢精彩瞬间便共同举杯一饮而尽。“比赛直播基本在凌晨，家人都休息了，来这里可以尽情呐喊欢呼，氛围太好了！”青岛居民朱

天说。

时值奥运年，为让市民游客感受竞技热情，金沙湾啤酒城更是带来了拥抱奥运的竞技体验。好运山东·第五届青岛时尚体育节、2024中国·青岛体育文化艺术展演两大赛事活动火爆开展，台球、斗腕、街舞、搏击等11项体育赛事火热举办，6000余名中外运动员上演1807场次精彩对决，让竞技活动为啤酒节引流。

其中，最引人瞩目的当属申奥大热门——台球，来自世界各地的运动员用一次次“倒挂金钩”绝杀对手，引来全场欢呼连连。“中国观众非常热情，我很喜欢青岛国际啤酒节的气氛。”比赛一结束，法国选手朱利安·格朗丹便迫不及待地品尝了几杯青岛啤酒。青岛台克球世界大赛中国主办方负责人方军表示，通过这次比赛可以让更多的人了解这项新运动，也有助于吸引更多中外运动员和游客在观赛的同时品尝啤酒、美

食，让青岛国际啤酒节品牌在全世界名声更加响亮。

啤酒城内赛事正酣，啤酒城外的中超赛场同样激烈。啤酒节期间，青岛西海岸队在主场进行了三场比赛，场均上座率在60%以上。青岛西海岸队俱乐部综合办主任王琪介绍，啤酒节期间，观众人数较之前有明显增加，不少外地游客慕名而来。记者看到，啤酒城内还开设了门店，全新上架啤酒节限定复古球衣。据介绍，首批球衣上架不久就售罄。

众多文体活动在西海岸遍地开花，喝着啤酒听音乐、看演出、观比赛成为火爆全城的生活新方式，“一场球，一场秀，一场酒”已成为青岛西海岸新区最热的消费新场景。“我们充分发挥‘啤酒+’效应，累计吸引325个商家参会，场地、广告、冠名、赞助等商业资源价值进一步提升，市场化运营取得质的飞跃。”青岛西海岸啤酒文化集团总经理王传奕说。

夜晚的青岛金沙湾啤酒城人流如织。

(资料图片)