

首发经济活力足

古城兴起“文商旅”消费集聚区

本报记者 雷婷

首发经济的成功,不仅在于能够为消费者提供新的消费体验和购物选择,还在于它能够激发商圈的活力和创新。



上图 今年4月开业的西安荟聚中心。(资料图片)

右图 《赵赵大秦》剧照。新华社记者 张博文摄

聚集优势资源

作为西北地区唯一的国家中心城市,西安明确将创建国际消费中心城市列为重要工作内容,不断探索消费新场景、新载体、新业态,激活消费潜能。首发经济正成为推动城市经济发展的新动能。

品牌开设首店,是首发经济重要的一环。位于雁塔区的小寨商圈是西安最火爆的商圈之一,号称西安的“潮流地标”。小寨商圈不光能购物,还兼具休闲、娱乐、旅游、餐饮等功能。小寨原力场是西安年轻人聚集的商业综合体之一,下午三四点就能看到不少消费者前来打卡。

走进位于原力场的服装品牌BASEMENT FG西安首店,复古格子衬衣悬挂在店铺门头用作陈列,饮品吧台、布艺沙发为顾客营造休闲氛围。多变的服饰风格、满墙的金属配饰,一整面墙多巴胺配色的帽子,非常适合用作拍照背景。

“店铺注重设计细节把控,如灯光、音乐、装饰物材质质感和服装陈列等,力求通过简洁、温馨、复古的内部设计,以及商品展示与储藏一体化的布局,让顾客享受到一种轻松随性的沉浸式购物体验。”BASEMENT FG品牌执行董事章桂迅介绍,他们对门店入口到地下一层的楼梯进行了优化,增加了电梯设计,同时对地下室的装饰和照明进行调整,降低照明强度和色温数值,将白色装饰板替换成木色。

舒适的购物体验感得到了顾客肯定。“西安店开业以来,日常客流量约6000人次,节假日可达1万人次左右。”章桂迅表示,选择在小寨商圈开设店铺,是因为这里是西安乃至西北地区的消费集聚区,还是国家重点示范商圈,具有高日客流量,尤其吸引年轻群体,这与品牌的目标客户定位非常吻合。

“年轻消费者追求新鲜的购物体验,热衷于探索时尚潮流和个性化品牌。首店集原力场的原力场以潮流文化、差异化品牌结构满足了消费者需求,吸引了大批客流,也为商圈的繁荣和发展提供了新动力。”商场总经理办公室助理王欣介绍,原力场已经引进了41家首店,包括餐饮、零售、体验等多种业态。“这些首店的开业效果非常好,如达美乐在开业当天销售额达32万元,刷新达美乐全球门店单日营业纪录。开业18天,销售额已超过全球门店月最高纪录,为商场带来3万人次客流。”王欣说。

首店经济的成功,不仅在于能够为消费者提供新的购物选择和体验,还在于它能够推动商圈的活力和创新。小寨商圈范围内有大型商业综合体项目14家,商业面积总计超过430万平方米。目前,小寨商圈核心区域的日均人流量已达50万至70万人次。

“全新消费体验、全新经营模式、全新产业业态的3个全新理念已在小寨落地生根。”雁塔区小寨街道党工委副书记谢天骥表示,未来将持续把首店经济作为带动商业

流量和激发消费潜力的重要途径,不断探索消费新场景、新载体、新业态,解锁城市消费密码。截至目前,辖区小寨路街道通过“首店+商圈”模式,在小寨银泰城、赛格、MOMOPARK、原力场等商业综合体内招引各类首店66家,第三季度新增首店29家,其中全国首店1家,西北首店20家,西安首店8家。

体验古都文商旅

西安,这座历史悠久的城市,正以其独特的魅力吸引着各类品牌首店落户。同时,依托其深厚文化底蕴和庞大消费流量,西安形成了“文化旅游+首发”的文旅融合产业发展机制,打造个性化消费场景,提升城市竞争力和品牌竞争力。

9月27日,备受瞩目的全国首个超大型秦文化主题演艺《赵赵大秦》在西安首演。随着帷幕缓缓拉起,长达200米的舞台,仿佛跨越了2000年的历史,如梦似幻的宫殿与烽火狼烟的战场一一展现在观众眼前。

演出以中国现存最早家书“云梦睡虎地秦墓黑夫木牍”为创作原点,从小人物的视角展现了大秦王朝的崛起。随着剧情发展不断切换场景,从考古现场到宫殿,从工匠建造新都到兵马俑如磐石、如恒星般世代守护华夏的画面,细腻的情感刻画和大气磅礴的场景设置让整个观演过程极具沉浸感、代入感、科技感、体验感。

《赵赵大秦》剧场是全球首个贯穿行进式剧场,拥有世界最长的轨道式超大型移动观众座椅和亚洲室内最大空中移动舞美装置,为观众提供了独一无二的观演方式。剧场内的电脑灯具超过600台,其他可控效果灯具超过1000台,舞美布景装饰灯具的总数超过3万台。全沉浸式动态舞台机械和跨45米飞行舞美技术,打造出亚洲室内最大的空中移动舞美装置。多种技术手段在舞台中融合,动态舞台、投影和动态照明的运用,让演出变成“奇观”;全息、水幕和视频跟踪系统的运用,营造出水电雾风等体感特效,震撼再现了大秦一统天下的恢弘气象。

这场演出不仅是一场视觉盛宴,也为观众带来了一次对文化的探索和创新体验。观众张浩观看演出后表示:“实在是震撼了!第一次体验这种形式的演出,沉浸式的视听盛宴让我体会到历史文化的深邃,让我深刻理解了华夏统一的波澜壮阔。”

近年来,陕西省积极响应国家文化数字化战略,以推动数字经济为突破口,深化文化和旅游融合发展。通过加快文旅产业的数字化进程,还推动了文旅产业迭代升级和链式发展,形成了现代文化旅游产业体系。

目前,西安正全力推进国际消费中心城市的培育和创建。通过“新”促优,“首”带面,西安致力于打造“首发”“爆款”“精品”的良性发展路径。《赵赵大秦》演艺项目正是陕文投集团在这一战略指导下,深挖文化内涵,孵化原创文化品牌,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要举措之一。国庆假期,《赵赵大秦》稳居西安文旅演艺市场各大榜单第一名,场场座无虚席,已累计接待观众超4万人次。该项目预计年吸引游客100万人次,文化商业配套年营业收入逾2亿元,增加就业超过2000人。

提升城市吸引力

近年来,西安市高度重视首店经济的发展,通过一系列政策措施和激励手段,包括落户奖励、装修补助、租金补助、宣传推广支持等,为品牌首店提供全方位支持和服务,提升城市商业首位度,成功吸引了大量品牌首店落户,其中包括全球首店、全国首店以及西北首店等。这些首店不仅为消费者提供了全新的购物体验,也提升了城市的商业首位度和品牌形象。首发经济的“流量”转

化为持久的“留量”,提升了城市吸引力和竞争力,推动经济高质量发展。

据统计,2023年,西安新开业各类品牌首店349家,包括全球首店1家、全国首店15家、西北首店95家、陕西首店7家、西安首店231家。2024年上半年,西安已累计新增品牌首店153家,新开全国首店5家、西北首店56家、陕西首店4家、西安首店88家。从业态占比来看,涵盖餐饮品牌、零售品牌、生活服务类品牌、儿童亲子品牌、文体娱品牌等。今年4月开业的西安荟聚中心首日客流量超过23万人次,刷新了西安的商业纪录。这里汇聚了众多首店,包括22家西北首店和20家西安首店。

在大力发展首店经济的基础上,西安市还通过整合夜间消费资源,为“文商旅”深度融合披上“夜色”,推动消费市场新升级。通过推出以大唐不夜城街区、易俗社文化街区等国家级夜间文旅消费集聚区为代表的夜游,以华清宫景区《长恨歌》、西安城墙景区《梦长安》等为代表的夜演,以及灯光夜秀、夜购、夜宴、夜跑等文旅产品,形成了产品多元、特色鲜明的西安“游玩+娱乐+消费”夜经济发展格局,进一步丰富了城市的经济活动和市民的夜晚生活。

目前,首发经济已成为西安经济增长的新力量,激发了消费热力和企业活力,提升了城市的商业活力和创新能力。

一番激烈的“炮击”之后,嘹亮的冲锋号响起,身着各式服装的人们在“团长”的带领下,举起“武器”高喊口号冲向不远的城楼……这不是在拍电影,而是时下火热的沉浸式红色旅游体验项目“跟着团长打县城”。

这个项目有多火?高峰时段每天有三四千人参与,评论区好评如潮,景区一度开启了限流模式。与传统红色旅游那种打卡地标、观看展览的方式截然不同,“跟着团长打县城”让游客化身历史场景的主角,亲身领略那个特殊时代的热血与激情。它不仅满足了人们对个性化、体验式旅游的需求,还让红色资源与红色文化焕发出新生机,成功解锁了新的流量密码。

近年来,国内红色旅游市场一片红火景象。《中国红色旅游发展报告(2023)》显示,红色旅游市场规模接近万亿元,全国红色旅游接待人数已突破20亿人次。

在此背景下,一大批深受群众喜爱的红色旅游项目走进公众视野。在贵州的长征文化数字艺术馆,游客们在声光电的场景演绎下,跟着红军战士一起爬雪山、过草地;在延安的杨家岭革命旧址,游客们穿上红军服装,模拟当年部队的工作、生活和训练场景。这些成功案例都表明,红色旅游正以多样化的形式吸引着游客,让他们在体验中深刻感受红色文化的魅力。

火爆出圈的“跟着团长打县城”,正是红色旅游融合发展的一次大胆探索,其经验与做法值得借鉴。该项目走红后,网上也出现了一些质疑之声。有人认为,将严肃的抗战题材当作游戏来玩,是对历史不尊重;也有人担忧,现场秩序混乱会埋下安全隐患。这样的担心不无道理。我们必须认识到,红色旅游不是一项单纯的娱乐活动,更是一种教育方式,它承载着传承历史、弘扬革命精神的重要使命。要谨防红色旅游过度商业化、娱乐化、低俗化,防止其偏离正轨、失去原味。

红色旅游依托的是严肃的历史事件和人物,尊重历史、敬畏历史是一条不可逾越的红线。如果背离了真实历史,红色旅游就会失去其灵魂和价值,沦为空洞的娱乐活动。因此,各地、各景区在打造红色旅游项目时,对于题材的选择一定要慎重又慎重,场景还原和情节设计要严格依照史实,不能为了“博眼球”“寻刺激”歪曲历史。须找准历史真实和观感体验上的平衡点,牢牢守护好“红”的底色。

各地还需大胆创新、勇于尝试,立足资源禀赋,深入挖掘有特色的红色文化,合理开发利用红色旅游资源。相关从业人员要借力新技术、新思路打造新场景、新体验,培育出更多红色旅游精品项目。相关主管部门要加强对红色旅游市场的监管力度,制定相关行业标准,引导市场规范健康发展,更好地传承红色基因、弘扬民族精神,让红色资源“火起来”更“活起来”。



位于西安市雁塔区小寨商圈原力场的服装品牌BASEMENT FG西安首店一角。本报记者 雷婷摄

五花山里赏秋景

本报记者 苏大鹏

金秋10月的黑龙江,正是处处美景的好时节。位于伊春市嘉荫县五花山的茅兰沟国家森林公园,火红的枫叶、浅黄的白桦林、金灿灿的落叶松,将这里装扮得五彩斑斓,公园里一派游人如织景象。

“我专门从安徽来到嘉荫县,就是赶这个时节看看茅兰沟的美景,以后有机会我还想带家人再来这里。五花山真的是杠杠的!”来自安徽的游客陆帅锋对五花山秋景赞不绝口。

嘉荫县地处小兴安岭重点国有林区北部。秋天,这里的红松、落叶松、云杉、桦树、枫树、杨树等多种树木的叶片会呈现出不同颜色,是最佳观赏季。从9月下旬开始,茅兰沟国家森林公园吸引了一批又一批慕名而来的游客,观秋景、听流水、登山巅、赏雾海,零距离亲近大自然。除了观赏美丽的自然风光,当地的嘉荫恐龙国家地质公园也是游客

的热门打卡目的地。嘉荫恐龙国家地质公园精心推出了猜灯谜、恐龙射手、真人CS、我与恐龙合影等趣味性和体验感十足的旅游项目。园区运用多种科技元素,以展示、科普、娱乐、休闲及参与性表演为特色,将博物、高科技声光电、影视特效与多媒体网络完美结合,精彩刺激的游乐项目让游客流连忘返。

据介绍,今年以来,嘉荫县坚持市场化、产业化、品牌化、数字化导向,推动景区旅游向全域旅游转变、传统观光旅游向现代休闲度假康养旅游升级,旅游产品向现代服务业跨界融合,积极打造丰富多彩的旅游产品、旅游场景和旅游业态,通过“小美好”“小美物”“小美食”“小美景”“小美宿”,提前造势、引流圈粉。在实现节假日旅游市场人气爆发式增长的同时,他们把“宠客”模式从假日持续到平时,培育形成更多文旅消费爆点。今年1月至9月,嘉荫县共接待

游客149.66万人次,同比增长68.34%;实现旅游收入13.47亿元,同比增长70.65%。

穿行在秋日的五花山中,看着一眼望不到边的五彩斑斓,感受着季节交替的洗礼,接受着大自然的馈赠。今年国庆假期,嘉荫县的乡村精品民宿受到全国各地游客的追捧。住民宿,吃农家菜,欣赏自然风光,享受乡村美景……游客玩得亦乐乎。据统计,以嘉荫县红光乡、向阳乡为首的乡村民宿,早在国庆假期前半个月便被预订一空,实现国庆假期入住率100%。来自黑龙江鹤岗的游客窦剑伟说:“之前跟朋友聊天,得知嘉荫县的旅游体验很好,加上我又很喜欢大自然,正好趁着假期来这里感受一下。我是提前一周预订的,房间很干净,景色也美,感觉真不错,下次还想要来玩。”

到嘉荫县旅游,当地的“赶山季”秋货大集对游客来说不可错过。大



黑龙江省嘉荫县茅兰沟国家森林公园美景如画,吸引了各地游客前来游览。闫晓摄(中经视觉)