

聚焦 | 推动高质量发展 深化全方位转型

即时零售、绿色消费、首店经济……我市持续打造消费新场景、新业态

“新”消费 新活力

本报记者 朱 妹

即时零售、直播行业的发展，让市民足不出户即可获得丰富的消费品和服务；绿色、低碳的全新消费理念下，新能源汽车、智能家电在我市热销；首店在运城的落地以及国潮、电竞等商文旅融合的消费场景中，市民的消费需求不断开拓出新的边界……

消费作为拉动经济增长的重要引擎，我市消费正不断焕发出新的活力与潜力。近年来，我市积极顺应消费升级趋势，持续打造消费新场景、新业态，大力推动新型消费，我市商业领域迎来了新的活力与竞争力。

即时零售、直播经济……
培育消费新热点

晚上八点，家住东郡小区的梁晓莹，在家里收到她三分钟前在屈臣氏小程序上刚刚下单的保湿面膜。作为一名热爱网购的“00后”，梁晓莹现在的购物行为几乎都在手机上操作完成。

“以前我网购主要是买衣服、鞋子、手机等，快递快的话两天就能收到货，可像零食、卫生纸、垃圾袋这些生活用品，因为是随手要用的，基本是自己跑到超市去买。现在就不一样了，现在咱们运城很多超市、美妆店也都有了闪送功能，像我刚刚买的这个面膜，半个小时就收到了，不仅快，还不用我再出趟门。”梁晓莹说。

说罢，梁晓莹还指了指角落里放着的蔬菜，这也是她刚刚通过美团从沃尔玛超市购买的。

一键下单，半小时至1小时之内就可以收到商品，这便是即时零售。目前我市多家实体店铺都开通了即时零售功能，这一新的消费方式正在不断释放活力。

去年5月，黄力华和妻子在解放南路上开了第一家便利店，开店的同时他也在美团上开设了店铺，方便消费者在线上从自家便利店购买商品。

“现在人们对生活品质要求越来越高，要留住消费者，必须做好线上即时零售这个业务，才能最大限度满足消费者的需求。”黄力华说。

即时零售是一种以消费者需求为核心，依托数字化平台和本地化供应链，实现商品快速配送的新型零售模式。在我市，随着互联网普及率的提升和物流基础设施的完善，即时零售逐渐成为消费者日常生活中的重要组成部分。尤其是在后疫情时代，消费者对“线上下单、线下即时送达”的需求显著增长，推动了即时零售市场的快速扩张。

同时，近年来，我市抢抓直播电商发展机遇，积极培育直播经济新业态，推动数字经济与实体经济深度融合。目前直播经济的快速发展，也成为我市新型消费发展的一个亮点。

在芮城，网红主播“胖哥”每天在车间直播介绍苹果，吸引近万人次线上观看，日订单量超3000单；在垣曲，多位主播用其独特的视角和生动的讲解，将垣曲的土特产——炒货，展现在观众面前。观众点赞、下单不断，网络“流量”成功转化为助农增收的“留量”；在新绛，“非遗”技艺在直播间里也不断大放异彩，绛州澄泥砚以其特殊的制作工艺和深厚的文化内涵，征服了直播间内的大批消费者……

新能源汽车、智能家电……
彰显消费新理念

周末，记者走访运城多家新能源汽车4S店，店内人头攒动，热闹非凡。各品牌4S店内人潮涌动，消费者积极了解、选购新能源汽车，展现出运城在绿色出行领域的积极探索与显著进步。

在比亚迪展厅内，家住夏县的张鹏一家正在认真听取销售人员对新款车型的介绍。“油价越来越高，新能源汽车使用成本低，还环保，国家还有补贴，对我们普通家庭来说很划算。”张鹏说道。

一旁的李女士已签订购车合同，喜悦之情溢于言表：“新能源车科技感十足，智能驾驶辅助功能特别吸引我，以后通勤就靠它了。”

该店销售经理表示，近几个月新能源汽车销量持续攀升。“消费者的观念转变很大，以前大家担心续航和充电问题，现在技术进步，续航里程大幅提升，市内充电桩布局也越来越完善，大家的顾虑少了，购买热情自然就高了。”

除了个人消费者，不少企业也加入新能源购车行列。某物流公司负责人表示，公司新购置了



一批新能源物流车：“不仅能耗低，还能享受通行优惠政策，长期来看，能大大降低运营成本。”

运城新能源汽车市场的火爆，得益于政策支持与技术突破的双重驱动。政府通过购车补贴、充电桩建设等举措，大力推广新能源汽车；车企不断加大研发投入，提升电池性能、优化智能配置，让新能源汽车性价比与实用性大幅提升。

业内人士分析，随着环保意识增强和基础设施完善，新能源汽车在运城乃至全国的市场前景将更加广阔。绿色出行，正从理念变为现实，为城市可持续发展注入新动力。

市统计局数据显示，2024年我市消费市场继续回升向好，特别是以智能手机、新能源汽车、智能家用电器和音像器材等为代表的绿色智能产品拉动有力，保持高速增长，零售额分别增长9.3%、44.5%、47.1%。

首店经济、潮流街区……
打造消费新体验

“我们是冲着肯德基咖啡传说中的‘蛋挞之神’，焦糖厚蛋挞来的。之前一直在社交媒体上看到有探店博主说这个蛋挞特别大，奶香味儿特别浓。终于咱们运城也有了，我们就赶紧来品尝一下。”市民王小姐说。

王小姐所说的肯德基咖啡，正是肯德基旗下咖啡品牌(KCOFFEE)，于去年12月落户运城黄河世纪广场，为广大市民游客提供了一个全新的消费场景。

这家店是首次入驻运城，“运城首店”的招牌在店内随处可见。除了招牌的焦糖厚蛋挞，肯德基咖啡还提供黄金菠萝气泡美式咖啡、沃柑气泡美式等多种咖啡产品。浓郁的咖啡香气混合甜品小吃的奶香味，再加上店内简洁而舒适的空间设计，肯德基咖啡运城首店为广大咖啡爱好者提供了独特风味的产品和优质的服务。

肯德基咖啡此次入驻运城，不仅带来了高品质的咖啡产品，更结合运城丰富的文旅资源，

曾与山西省文化和旅游厅联合打造“运城文旅&肯德基咖啡”主题明信片，将鹳雀楼、永乐宫、普救寺等运城标志性古建筑融入其中。消费者在品尝咖啡的同时，可通过收集明信片感受运城

的文化底蕴，实现了时尚咖啡文化与“晋式美学”的巧妙融合，打造出“咖啡+文旅”的创新消费模式。

近年来，我市凭借深厚的历史文化资源，在文旅领域不断发力，在社交平台上持续出圈，成为热门旅游目的地。肯德基咖啡此次创新举措，将运城厚重的文旅资源与年轻时尚的咖啡文化相碰撞，在网络上掀起打卡山西古建的热潮。

“首店经济”作为城市商业创新与消费升级的重要动力，在全国各大城市蓬勃发展。肯德基咖啡全国门店数截至去年11月初已超500家。此次入驻运城，既展示了品牌魅力，激发消费者的探索欲，也挖掘了当地消费潜力，为运城文旅注入新活力。

“首店经济”的发展也离不开政策的扶持。目前省内在首店经济方面，中国(内地)首店(旗舰店)、华北首店(旗舰店)、山西首店(旗舰店)分别给予100万元、50万元和30万元补贴。关于首店经济，场租、设备租赁、搭建、宣传推广等实际发生费用达到或超过50万元的，按实际发生费用的40%给予补贴，最高给予100万元支持。

在商业消费领域，我市的商业综合体也在不断创新消费场景。

新城控股集团运城吾悦广场以节日营销为抓手，打造春日消费盛宴。3月8日至4月6日的“春纷新聚场”活动，以“花”为主题，通过多样化场景布置和主题周活动，吸引市民打卡消费。

活动期间，运城首展“仙踪秘境，城市奇遇计划”室内雨林展在商场内的盐湖厅亮相，雨林区域、昆虫区、爬行区等展览互动场景，让自然与城市完美融合。

同时，商场还精心策划“三八”国际妇女节启幕周、二次元主题周等多个主题周，每个主题周都推出特色鲜明的活动，满足不同消费群体需求。“三八”国际妇女节启幕周举办“素人改造计划”和女神专属LIVE合唱派对，为女性消费者提供展现自我风采的舞台；二次元主题周邀请宅舞社团和K-POP舞社团进行现场表演，吸引年轻消费者参与。

在刚刚过去的“三八”国际妇女节，万达广场也联合运城市中医医院开展“春风十里不如你”活动，邀请广大女性消费者前来体验面部针灸、推拿等古法养生方式，为消费者提供更多元化的消费体验。

闻喜县阳隅镇——
跨域调研为农业转型升级寻求经验

本报讯(记者 王新欣 通讯员 张琛琳)近日，闻喜县阳隅镇党委围绕“一城两区三门户”目标和思路，组织部分镇村干部赴平陆县部官镇、张店镇进行现代农业学习调研，重点围绕农业技术推广、社会化服务体系、农业产业化发展等关键领域，通过实地考察为全镇农业转型升级寻求实践经验。

在部官镇西太村现代农业采示范园，镇村干部现场观摩了智慧农业管理系统通过水肥一体化设施、墒情监测终端、智能温控系统及自主研发的制冷除湿技术，实现樱桃种植全流程精准化管理；在该镇阳朝村的祥宁种养专业合作社，镇村干部们听取了该社通过“种养结合+托管服务”

模式，带动100余户村民发展粮食种植与畜牧养殖，开展农民培训、飞防植保等社会化服务的经验介绍；在张店镇横涧村现代果业示范园，千余亩果园采用的机械化耕作、智能监测系统等先进管理模式给大家留下了深刻印象。

最后，镇村干部们参观了国家级NFC果汁加工示范基地元气公司、与高校院所合作开展蔬菜新品种试验成为科技成果转化示范平台的凌昌农业发展公司。

在阳隅镇党委书记杨青看来，跨区域学习调研为阳隅镇农业现代化发展提供了重要参考。下一步，阳隅镇将创新农业经营方式，通过土地托

管、合作经营等模式，重点解决外出务工群体及劳动能力受限农户的生产难题。尤其要加快农业科技应用，着力破解主导产业果树“结果难”的技术瓶颈，实施果树高接换优工程，建设品种改良示范园。同时，推进机械化耕作、依托平田整地项目试点，开展粮食生产标准化建设。在技术推广、模式创新、产业融合等领域争取突破，打造“新兴产业培育排头兵、乡村振兴全域示范园”。着力构建“产加销一体化、产学研协同化、农文旅融合化”的产业体系，通过强化职业培训、电商赋能、品牌建设及乡村旅游开发，持续完善农业产业链条，为乡村振兴注入新动能。

虚拟现实、数字孪生、动漫创作……在山西蓝翼数字科技有限公司(以下简称“蓝翼科技”)，这些字眼不时出现在墙上、工位上，甚至工作人员的嘴里。

用数字技术推动传统产业升级，在产业数字化的同时实现数字产业化……在蓝翼科技，记者感受着身处时代前沿的忽风声，以及技术赋能掀起的巨大声浪。

宠企

2024年12月23日，“晋创谷·运城”正式揭牌，正式进入实体化运行新阶段。

2025年1月，蓝翼科技成立。当月，公司入驻“晋创谷·运城”，成为第一家人入驻的企业。3月，企业的动漫创作板块单列运行，成长为独立法人。

好风凭借力，送我上青云。一家初创公司，起步即上高速，源于选择了风向的方向。

今年电影春节档，《哪吒之魔童闹海》一骑绝尘，不仅带火了中国电影，更让中国的动漫创作产业走上世界舞台中央，瞬间热得发烫。

全国动漫产业春潮汹涌，加上“晋创谷”名头加持，蓝翼科技甫一成立，便引起了各级各部门的注意。

“省里的、市里的、区里的、高新区的，各级各部门的领导基本上都来过，很关心，很支持，能给的政策都给了，我们一门心思把企业经营好就行了。”蓝翼科技董事长吴红军说。

惠企政策实得不能再实：提供经营场所，企业拎包入住，且免3年租金；配套人才公寓、食堂甚至是茶歇室，解决员工实际问题；五险一金也有优惠政策……

“这个茶吧机是免费配的，过段时间还要再配台咖啡机，一位市级主管部门的一把手还主动加我微信，一些部门还主动给我介绍上下游客户。”来到“晋创谷·运城”时间不长，吴红军的记忆里全是感人的细节。

对于初创企业，最大的成本是取得客户的信任，现在有主管部门推荐，无形中帮企业节省了大量的沟通成本和信任成本。采访当天，盐湖区大渠办一个经营上百亩大棚的客户，就在相关部门“牵线”之后主动上门来谈合作。

赋能

政府部门对企业的重视，源于新业态对既有产业体系赋能与改造的无限可能性。这与其说是体现重视的态度，不如说是洞察风向的判断。

采访中，一名工作人员拿出我市某景点的一张门票，用手机一扫，透过屏幕去看，桌子上立马就呈现出该景区标志性建筑的全息三维图像，通过图像下面的几个按钮，还可以实现局部放大观看。

工作人员介绍，这只是第一版，正在开发的第二版可以实现用手指进行放大缩小操作，更直观也更适合人们日常的使用习惯。根据计划，这个新场景应用将在今年“五一”假期推出。届时，普通的景区门票将会成为集导引、消费、收藏于一体的新“锚点”。

门票只是蓝翼科技“短平快”的小尝试，通过虚拟现实技术1:1还原景区，引导游客在线上实现沉浸式体验，才是他们的真正“大

招”。

根据描述，他们正在做的是一个产品，与常见的围绕一个点进行360度观看不同，可以通过操作手柄或VR眼镜，在前推后移中实现步移式交互游览，这更类似人们平常的游览体验。甚至，在一些特色区域或标志性建筑上，还可以加入动漫设计和互动游戏，提高人们的游览体验和消费意愿，通过购买链接，为文商融合的落地提供技术支撑。

前段时间，著名导演王潮歌来到运城，在社交媒体上感慨：“像我这样，在这儿就花个几天时间走马观花看一下，我觉得这是对运城的大不敬，是一种怠慢！”因为“国宝”太多了，太丰富了！但我就这点儿时间，所以我就抓紧在这儿赶快看看。”

通过虚拟现实技术，将景区以人们更乐意接受的方式搬到线上，一定程度可以解决类似王导这样“时间不够，不能细看、全看”的痛点。如果蓝翼科技的这个产品能落地，就完全可以突破时间和空间的限制，丰富我市文旅资源的呈现方式。

应用的界限绝不局限于文旅行业，通过虚拟现实和数字孪生技术可以再造一个线上煤矿、线上建筑工地或模拟作物的生长全过程，让从业人员身临其境地接受各种培训。

“我们预想，在未来，VR眼镜将会像现在的手机一样，成为普及的新终端，我们提前入场卡位，就是相信新技术对传统产业的赋能与改造，有着无限的可能性。”吴红军说。

回流

采访中，与新技术同样让人兴奋的，是本土人才的回流。

虚拟现实、数字孪生等一线技术，运城的人才储备其实极为薄弱。蓝翼科技通过各种办法，向在外工作的业内人士递出橄榄枝，积极招引其回乡创业，才组建了公司的基本班底。

王雪冬，以前在天津的网易公司工作，主要负责区域业务，现在负责公司业务及对外事宜：

傅武毅，2022年武汉理工大学毕业后，在惠州比亚迪电子有限责任公司负责软件开发，目前在公司负责虚拟现实场景应用的技术研发；

谷旭东，在重庆上的大学，读动画专业，毕业后在当地就业，因为当时运城没有这方面的岗位。这次接到公司招聘电话后，他回到运城，现在负责公司项目的技术落地；

北京、上海、重庆……在蓝翼科技的基本班底中，从外地返运的人占了95%。

“一直以来都是建设别的城市，总感觉少了点归属感。现在可以用自己的所长建设家乡了，感觉很不一样。”谷旭东说。

今年，市委提出了“一城两区三门户”的目标和思路，其中产业转移优先承接门户是重要的一方面。要承接产业转移，人才是核心的配套要素。运城籍在外人才，有能力，有情怀，是笔宝贵的财富。如果能尽可能多地吸引他们回乡创业，必会为我们建设现代化产业体系提供更多助力。

采访中，办公区人员进进出出，隔壁新晋独立法人的“动漫创作公司”正在布置，企业负责人对于“现在员工有多少”的问题，马上也没有给出精确答案，因为“这段时间一直在招人，一直在进人，具体数字需要查一下”。

走进“蓝翼”，感知“风向”。



蓝翼科技工作人员在忙碌工作。

本报记者 陈永年 摄

首家入驻“晋创谷”，运行两个月即孵化出新公司

本报记者
陈永年

走进“蓝翼”，感知“风向”

本报记者 陈永年 摄