

聚焦 | 推动高质量发展 深化全方位转型

强化“微度假,强体验”理念,首次采用“奥莱+乐园”双驱动模式,打造我市文旅商融合新地标——

期待！运城的活力山谷

本报记者 李星星

4月,阳光和煦,轻柔的春风先吹动着盐湖岸边的草木。姑娘们在凤凰谷入口处寻找最佳拍摄角度,露露的年轻人三三两两闲聊着,孩子们追逐嬉闹,好不悠闲。

不同的是,紧挨着的山脚下却是一派忙碌紧张的氛围。钢筋如林、吊塔似笔,搅拌机的轰鸣声、挖掘机的隆隆声、叮叮当当的敲击声此起彼伏,脚手架还攀附在建筑外围,但已经能看出其大概的轮廓,工人们手持各类工具认真作业……

这是运城盐湖活力山谷度假区施工现场的情景。这个总投资6.5亿元的文商旅综合项目,在山西高标文化旅游置业有限公司的打造下初见雏形。这一备受期待的城市新地标,有望成为我市文旅商融合的新样板,为消费者带来前所未有的沉浸式体验。

“奥莱+乐园”双驱动

走进活力山谷度假区项目部,最先映入记者眼帘的是项目沙盘,这是目前能快速了解项目全景的地方。

“你看这个沙盘,项目前半部分是好运奥特莱斯购物小镇,后半部分是欢乐世界主题乐园,中间打造一个占地面积5400平方米的人工湖,两个部分既相互独立又相互连通。”运城活力山谷度假区市场部负责人刘浩指着沙盘告诉记者。

据悉,活力山谷度假区分二期建设。一期总占地面积210亩,其中好运奥特莱斯购物小镇占地65亩,建筑面积4.5万平方米,可入驻220余个品牌;欢乐世界主题乐园占地145亩,打造童话小镇、奇妙雨林、欢乐总动员三个主题游玩区域,配置30台国内外先进游乐设备。二期包括占地75亩的水世界、35亩的研学基地主题酒店等。

据施工负责人介绍,该项目去年4月开始施工,目前好运奥特莱斯购物小镇主体结构全部建设完毕,正在进行内部结构和配套设施施工;欢乐世界主题乐园基坑建设已经完成,预计5月设备进场,计划今年下半年投入运营。

活力山谷度假区紧挨凤凰谷风景旅游区,其主体之一的好运奥特莱斯购物小镇相比于中心城区的万达广场、吾悦广场等商业综合体来说,在地理位置和购物便利性方面似乎并不占优势。但好运奥特莱斯购物小镇本身“品牌+折扣”的业态定位、集群化的运营方式及“休闲化+郊区化”的场景化消费体验若能如期落地,势必吸引众多消费者。

同时,活力山谷度假区以“微度假,强体验”为核心理念,以“商业+乐园”为载体,让好运奥特莱斯购物小镇和欢乐世界主题乐园互相引流、相互赋能,其购娱结合的消费特征能够联通线上线下多元消费场域,在带给消费者沉浸式感官体验的同时满足情感互动需求。

这些亮点显然给了山西高标文化旅游置业公司投资本项目的信心。

受冬季大风影响,如何保质保量安全完成建设任务是项目遇到的第一个难题;欢乐城堡需要依山而建,土方开挖不易,挡土墙施工难度高是施工方必须解决的第二个难题;但最难



运城活力山谷度假区项目沙盘全景。

还是招商,如何吸引国际奢侈、轻奢、潮牌入驻,打造全新的零售生态需要全方位策划……

“这是公司在运城投资的第一个文旅项目,我们遇到了很多困难,幸亏政府部门对项目关注度很高,在立项、建设、招商等方面给了我们很大帮助,项目才得以顺利进行,这让我们感觉很温暖,也更有信心了。”刘浩表示。

“设计+运营”双引擎

好运奥特莱斯购物小镇充分利用山坡15度角的地形优势,实现“三首层”设计,增强空间流动性;

主打奢华风格的大都会街区,以自由、轻松、活力为核心的美式活力街区,展现地中海风情的西班牙街区,以自然和未来为主题的巴比伦街区互相呼应,让商业价值和人文气息共存,展现小镇的独特魅力;

悬挂式过山车、360度大摆锤、飞行影院、魔幻剧场、5D动感影院以及暴暴龙、八字车、弹黄狗等高端游乐项目均为我市“首进”;

……

山西高标文化旅游置业公司聘请上海一家建筑设计公司,其前沿的设计和精心的规划赋予了活力山谷度假区个性化特色场景和多元化商业空间,能增强游客的游览乐趣,形成强大的“吸客力”。

如果说项目建设是“从0到1”的过程,那项目运营就是为了“从1到100”蓄力。运营决定了项目的回报水平,“重建设轻运营”不可取,在

项目建设阶段就要提前预判运营需求。

山西高标文化旅游置业公司将项目建设和运营并重,其策略之一是注册成立2家公司,将好运奥莱购物小镇和欢乐世界主题乐园的运营相互独立,让专业的人做专业的事。同时,提前谋划好运奥莱购物小镇招商工作,注重通过运营细节为项目塑造特色优势。

“说实话,城市定位决定了好运奥特莱斯购物小镇在招商上的难易程度。运城不属于一二线城市,很多国际国内品牌方对我们当地的消费能力不了解。在招商中,我们既宣传城市资源优势,又着重介绍好运奥特莱斯购物小镇与欢乐世界主题乐园的相互作用,这让品牌方有了信心。现在,有人驻意向的品牌达到100多个,细则正在制定。”好运奥特莱斯购物小镇运营负责人周玉洁表示,在品牌选择方面,服饰潮品以品牌首店为主攻方向,餐饮品牌则要求接地气、有特色。

欢乐世界主题乐园的运营更加注重游客的游玩体验,运营方思考了一系列服务细节:门票通票不包括摩天轮等特殊项目,价格相应降低,让游客根据自身情况自由选择;在城堡内打造趣味场景,选择激流勇进项目的游客在穿越城堡时能同时欣赏,更有趣味;定期举办花车巡演、烟火秀、喷泉秀等表演,吸引更多客流……

无论怎样的运营策略,最终服务的都是消费者。

活力山谷度假区自然是以消费者为中心,尤其是年轻人、儿童等消费群体,期望通过更加精细化、亲民化的服务占领市场。其整体的运营思路可以概括为:要高端品牌,要沉浸式体验,要特色餐饮,要精细服务,更要价格亲民。

“人才+效益”双支撑

文旅项目前期投资大、市场培育周期长、运营成本高,普遍面临回报周期长的问题,投资这类项目既需要资金实力,更需要情怀和魄力。

据了解,山西高标文化旅游置业公司创始人之前从事房地产及零售行业,3年前萌生了投资本项目的想法。3年的时间里,他走遍了全国各地的奥特莱斯商场、大型游乐场及主题乐园,一一体验了各类游乐设备,才最终确立了本项目的初步建设方案;他去西安、太原、郑州等地招聘有经验的专业人才,逐步形成了40人的运营团队,让项目有了建设和运营的人才基础……

诸多努力,都是为了让运城活力山谷度假区如期投入运营。那么,项目将来的经济效益和社会效益究竟如何呢?

如果单论经济效益,我们可以将目光放眼全国,所有文旅项目都需要经历品牌和客流的培育期才能逐步稳定成熟,这个过程通常需要3年到5年,然后才能逐步实现盈利。比如,迪士尼乐园项目多数需5年到10年才能盈利。

活力山谷度假区何时能盈利,可能只有时间和市场才能给我们准确的答案,但目前来看,我们可以保持乐观——尽管投资较大,但山西高标文化旅游置业公司资金充足,各项施工按期进行。项目运营后,每年的品牌上新、设备更新、设备维修需要不少投入,但好运奥特莱斯购物小镇若能形成规模并实现良性运转,其带来的收入有望覆盖此项成本。

比起经济效益,项目的社会效益更大,也更为值得关注。

从市民来看,中心城区经营室外主题乐园的地方主要有岚山根·运城印象景区、东花园、西花园等地,室内主题乐园则集中在万达广场、吾悦广场等商场内。活力山谷度假区欢乐世界主题乐园145亩的占地面积以及各类高端游乐设备让其具备绝对优势,将带给我市居民一个游玩好去处;

其次,活力山谷度假区北面紧邻盐湖,南面紧挨着凤凰谷景区,距离关帝庙景区仅15分钟车程,距离最近的高速出入口仅2分钟车程,交通极为便利。一旦运营,其将与周边景区形成联动和集聚效应,吸引人、留住人的同时更能促进消费;

最后,如此大规模、高标准的商业文旅项目创出了我市多个“首次”,有望成为城市新地标,吸引周边省市乃至全国游客到此,提升我市文旅产业知名度,进一步深化文商融合。



新闻特写

麦田里的「绣花匠」

本报记者 范娜

4月中下旬,当大田小麦还处在拔节孕穗期时,山西农业大学棉花研究所的试验田里已麦浪初涌。连日来,一场关乎人们餐桌的“微观手术”正在那里悄然上演。

清晨7时,阳光刚为嫩绿的麦穗镀上金边,山西农业大学棉花研究所特色小麦育种与加工团队的7名科研人员已俯身于垄间,手持细长的剪刀与镊子,化身麦田里的“绣花匠”,在精细操作中编织着小麦杂交育种的希望蓝图。

试验田里,每一株被选中的小麦穗,都是科研人员精心呵护的“主角”。小麦穗部纤细的绿色雄蕊,隐藏在层层叠叠的颖壳之中,想要准确去除它们,不仅需要娴熟的技术,更需要超乎常人的耐心与细致。

只见团队成员、副研究员宋昱轻轻扶着一株麦穗,小剪刀从下往上朝麦穗的中间部位一剪,随着咔嚓声响起,麦穗露出了它的花蕊,然后,宋老师又用镊子精准地夹住一个个雄蕊,仅用几秒便完成了一株小麦的去雄工作。动作看似简单,却凝聚着她数十年的育种经验。

“去雄必须在小麦开花前完成,一旦错过时机,就会影响杂交的纯度。”副研究员、特色小麦育种与加工团队负责人于章龙进一步解释,一个完整的小麦颖壳内一般有三个雄蕊、一个雌蕊,去雄的时候,必须去干净,如果只去了两个雄蕊,到时它还会自身授粉,就失去了杂交的意义。而且去雄蕊的时候还不能伤了雌蕊,大约三天后,颖壳张开,雌蕊的绒毛立起来,就可以有针对性的选择父本实施人工授粉了。

在旁人眼中,这不过是一株株普通的小麦,可在科研人员的心里,每一株都承载着改良品种、提高产量、改善品质的使命。“我们就像与时间赛跑,稍有不慎,几个月的心血就白费了。”于章龙的语气中满是郑重。

去雄后的小麦,犹如等待“联姻”的新娘。科研人员迅速用特制的纸袋将麦穗包裹起来,防止外来花粉干扰,这一步看似普通,却至关重要。纸袋在微风中轻轻晃动,仿佛是科研人员为小麦们精心准备的“嫁衣”。

“接下来,我们还要采集优良父本的花粉,为母本授粉,完成这场意义非凡的‘联姻’。”于章龙说,别小看这小小的杂交过程,它可能孕育出改变农业格局的新品种。

于章龙介绍,他们团队自1989年起开展特色优质专用彩色小麦和糯小麦品种的选育、栽培及相关产品的研发研究工作。近年来已审定优质、多抗、稳产、专用彩色小麦、糯小麦新品种6个,分别是河东乌麦526、运黑28、运黑161、运黑14207、运糯32号和运黑1619,正在参加山西省特殊用途品种区域试验新品系2个,创制优质稳产新资源材料30余份,实现成果转化2个。与高校、企业合作研发出了彩色小麦焙烤、蒸煮食品、方便食品若干种,为面粉加工、食品研发等领域带来了新的可能。

太阳渐渐升高,麦田里的温度也越来越高,科研人员的衣衫早已被汗水浸透,可他们依旧全神贯注地忙碌着。弯腰、观察、去雄、套袋……这些动作不断重复,构成了他们最日常的工作画面。在这片希望的田野上,科研人员用智慧与汗水,在微小的花蕊间书写着种业振兴的宏大篇章。

本版责编 陈永年 校对 乔植
美编 冯潇楠



记者手记

以“智造”为笔,绘就纺织服装产业新图景

范娜

运城经济技术开发区纺织服装获评省级消费品特色园区后,通过智能制造赋能、技术创新驱动、产业链协同等举措,正在实施从传统加工向智能制造的跃迁。

在新型工业化浪潮下,运城纺织服装产业的转型升级,不仅为传统产业高质量发展提供了样本,更折射出区域经济培育新质生产力的深层逻辑。

智能制造,实现了从“汗水工厂”到“智慧车间”的质变。今年的市政府工作报告提出,要持

续做大5家省级消费品工业特色园区规模,带动特色产业集群发展。运城经开区纺织企业的实践正是这一要求的生动注脚。际华三三四制衣有限公司通过引入智能制造技术,大大提升了原属于劳动密集型行业的服装制造的生产效率。其智能衬衣生产线投入使用后,12个联动单元生产衬衣零部件的生产效率大幅提升,个别工序人员数量减少了50%。这种“机器换人”不是简单的替代,而是通过“人机协同”重构生产流程。

值得注意的是,这种转型并非盲目追求“高大上”。园区采取“分步实施”策略:龙头企业建设示范性智能工厂,中小企业通过云平台共享数字化解决方案。这种梯度推进模式,既避免了“一刀切”的资源浪费,又形成了“头雁引领、群雁齐飞”的产业生态。

创新协同,打破产业发展的“孤岛效应”。运城经开区企业创新的突破点,在于构建了立体化创新网络。在技术层面,园区企业联合太原理工大学成立纺织材料研发中心,开

发出具有抗菌、阻燃特性的新型工装面料,填补了省内空白;在设计领域,与深圳服装设计公司共建“产学研基地”,使制服款式更新周期从18个月压缩至9个月。更值得关注的是包装环节的创新——本地包装企业量身打造的可循环物流箱,既降低了运输损耗,又成为流动的品牌广告,实现了“制造+服务”的价值延伸。

集群发展,打造“不是企业的企业”。“消费品特色园区”的深层价值,在于其作为“产业组

织者”的角色。运城经开区通过建立共享打样中心、集中采购平台、统一质检实验室等基础设施,使中小企业获得了原本只有大企业才具备的配套能力。

运城经开区的探索给予我们三点启示:其一,传统产业升级需要“双轮驱动”,既要智能制造“硬支撑”,也要组织创新“软实力”;其二,特色园区建设应避免“盆景式”扶持,而要构建“雨林式”生态,让大中小企业各得其所;其三,龙头企业带动不能简单理解为物理扩张,更要追求化学聚合,通过知识溢出、资源协同产生“1+1>2”效应。

站在新的发展节点,当更多园区能像运城经开区这样,既紧扣政策导向又尊重市场规律,既立足产业基础又敢于突破创新,“特色产业集群发展”的规划必将转化为运城经济的实景图。这些“产业地标”的崛起,终将拼成运城高质量发展的完整版图。