

聚焦 | 打造文商融合旅游热点门户

“五一”假期,以旧换新政策加码,商业机构花式营销,文旅行业产品升级——

# 撬动消费无限可能

本报记者 朱 姝

五月的运城,繁花似锦。在以旧换新热潮推动下,家电市场内人头攒动;运城各大商业综合体,活动层出不穷,引得消费者们纷纷驻足;运城各大景区内消费场景焕然一新……

“五一”假期,我市推出特色活动,为假日经济注入强劲动能,勾勒出一幅活力十足的消费图景。

## 以旧换新政策加码 释放消费新动能

5月4日,记者走进苏宁易购河东街店,店内各个品牌的销售展位上都摆放有明显的以旧换新补贴标识,消费者也充分抓住这一政策红利,消费热情高涨。

家住海上誉庭小区的郑会民在购买一台双开门冰箱,他从去年9月就有购买意向,一直在关注这款冰箱的价格,终于今天在苏宁易购下单了这款冰箱。

“去年9月这款冰箱的市场价格是12400元,我感觉有点贵,就多看了几家,也一直关注着价格的变化。直到现在咱们推出以旧换新活动后,我认定这是个人手的好时机。这次加上品牌补贴,店补还有国补,价格一下子便宜了4000多,8000出头我就入手了这台冰箱,感觉太值啦!”郑会民提货后兴奋地说。

以旧换新为消费者带来实惠,也为苏宁易购河东街店带来不小的流量。

“每年‘五一’‘十一’假期都是消费者购买家电的高峰,今年‘五一’假期,我们更是推出了厂家补贴10%、苏宁易购平台补贴10%、国家以旧换新补贴15%到20%的叠加补贴优惠,假期这几天平均每天有280人到店,同比增长了22%。在所有订单中,以旧换新补贴就达到了967个。以旧换新对我们线下门店的流量带动作用非常显著。”苏宁易购河东街店店长郭晓义说。

这两年来,我市商务部门紧抓政策机遇,持续加力开展汽车、家电、家装厨卫和电动自行车以旧换新活动,涉及领域更广、品类更多、补贴力度更大,更好满足居民消费升级需求,促进消费市场更加活跃。

“五一”假期,运城市延续“政府补贴+商家让利”的双补模式,在汽车、家电等领域推出力度空前的以旧换新政策。全市各大商业综合体深度整合资源,打造沉浸式换新体验。万达广场运城店、苏宁广场运城店等主力商圈推出“以旧换新专区”,联合品牌厂商提供一站式回收、选购、安装服务。苏宁易购河东街店推出“国家补贴20%+苏宁补贴10%+工厂补贴15%”的叠加优惠,活动期间客流量同比增长3倍,绿色节能家电销量占比达45%。红星美凯龙运城中心则推出“超级返现”活动,单笔消费满5000元返300元现金,叠加抽奖、签到礼等举措,吸引众多家庭参与家居焕新。

以旧换新政策带火的不仅是家装消费市场,汽车报废更新和置换更新在延续去年政策的同时,补贴范围进一步扩大,将符合条件的国四排放标准燃油乘用车和2018年年底前登记注册的新能源乘用车纳入可申请报废更新补贴的旧车范围。各个车企也抢抓机遇,同步开展促销活动,进一步激发了汽车消费市场活力。

今年的以旧换新政策涉及的领域也更广,除了原有的汽车、家电、家装厨卫、电动自行车外,还将手机、平板、智能手表(手环)3类数码产品纳入购新补贴范围。消费者购买的产品价格不超过6000元时,即可享受15%的价格补贴,每件补贴不超过500元。

## 商业综合体花式营销 点燃城市烟火气

5月3日下午3时,运城苏宁广场中庭化身电竞战场,一场手机游戏金铲铲之战的



上图 运城博物馆文创产品受到热捧。 本报记者 金玉敏 摄

右图 苏宁易购商场内,消费者在选购产品。 本报记者 朱 姝 摄



线下比赛在这里火热开幕。现场二十多位金铲铲比赛选手指尖对弈,纷纷“铲”出属于自己的精彩。

专程从闻喜赶来参加比赛的小杨是金铲铲的资深玩家,“我每天回家都要玩上几把,听说假期苏宁广场这边有线下赛就立马准备好来参赛了。虽然今天只进到复赛,但是也很开心,而且从高手们的操作中学到了很多!”小杨在现场兴奋地说。

这场赛事不仅是游戏爱好者的狂欢,更是运城探索“电竞+商业”模式的一次创新实践。市商务局相关负责人表示,通过电竞赛事吸引年轻消费群体,既能提升城市商业综合体的品牌活力,又能为本土电竞文化培育提供土壤。

“‘五一’假期,我们举办了形式多样的活动,假期期间商场日均客流量达8万人次,同比增长10%。”运城苏宁广场市场部经理张丽介绍,“除了金铲铲线下赛,还有张杰歌迷音乐会、宇树机器人展演等活动,吸引了大批消费者前来。”

从张杰歌迷音乐会到金铲铲线下赛,从机器人展演到数码促销,运城苏宁广场以“电竞+体验+消费”的多元组合,为“五一”假期注入强劲活力。

我市其他商业综合体同样火爆。“五一”假期,万达广场运城店打造“健身嘉年华”,动感单车挑战赛、武林功夫秀吸引超2万人次参与,客流量较平日增长3倍,餐饮店排队现象成为常态。吾悦广场以“我爱你五月”为主题,整合运动社交、家庭互动与消费升级,客流量同比增长39.9%,销售额突破千万元。涑水小镇晋香惠非遗美食坊推出夹心大麻花、闻喜煮饼等创新产品,“五一”假期日出货超过2500公斤。闻喜花馍、布扎等

非遗产品通过直播带货走向全国,线上交易额突破百万元。涑水小镇还引入万达影城、瑞幸咖啡等一线品牌,形成了“传统+现代”消费新场景……

我市商业综合体还积极组织促销活动,推动假期人流量的变现转换。

万达广场推出的“万能者权益卡”活动,消费者凭66元就可以享受价值765元的权益,同时消费者凭借万达影城票根、全市景区门票、小程序停车记录等可免费享受德庄火锅、绿茶餐厅等饭店88折优惠等;居然之家联合品牌商家推出“以旧换新抽奖”,最高可赢取全屋家电等,都有效拉动了销售额的增长。

从传统市集到智慧商圈,从非遗体验到电竞狂欢,运城商业综合体正以“花式营销”为支点,撬动消费市场的无限可能。

## 文旅产品供给升级 激发消费新活力

“五一”假期,运城市文旅市场人气火爆,供给升级后的文旅产品和新旅游业态成功激活消费潜力,为游客带来全新体验,交出了一份亮眼的成绩单。

5月2日,记者走进解州关帝祖庙,景区的文创市集销售场面火爆,已成为游客在景区消费的新增长点。

“这是我们的‘宏运当头’冰箱贴,还有关帝庙莲花藻井、关公徽章等等,都是我们公司围绕关帝祖庙景区开发的文创产品。目前我们已经开发了超过40款文创产品。”山西宏运文博产业有限公司相关负责

人介绍道。

同样出彩的文创产品在运城博物馆内也有售卖。

“我这次来运城博物馆,不仅了解了运城悠久的历史文化,更收获了一个精致可爱的掐丝珐琅书签。我相信返程回到家以后,看到这个书签就能想到在运城的这段美好旅程。”来自宝鸡的游客张静说。

据悉,运城博物馆围绕考古展览,打造印有文物纹样的笔记本、融入非遗掐丝珐琅工艺的书签、青铜器外观的冰箱贴等文创产品,让千年文明“可触摸、可带走”。据统计,“五一”假期,解州关帝祖庙和运城博物馆两大文创市集单日客流量近千人次,销售额同比增长40%。

文创产品创造新的消费增长点,文旅供给产品的不断升级优化则为消费者带来更长的消费时长和更多的消费选择。

在运城盐湖景区,非遗武术展演与水上飞人特技同步登场,传统文化与现代科技交织,营造出“大美盐湖 万象奇镜”的震撼场景。

景区每天还上演“12小时超长文旅狂欢”,将开放时间延长至22点,非遗展演、特技表演、光影互动轮番登场,每半小时一场主题活动,让游客“从早嗨到晚,精彩不打烊”。在河东池盐文化博览园内,《宋风·夜宴》沉浸式演出成为夜游新地标。

据悉,盐湖景区“五一”假期累计接待游客6.6万人次,单日最大游客接待量突破2.5万人次。

除了传统文化的创新演绎,新旅游业态也在运城落地开花。黄河大梯子崖景区专门为游客量身打造的“跃龙门号”游轮于今年4月1日投入使用,游客们乘坐游轮,既能欣赏黄河的壮丽风光,又能了解沿岸的历史文化,可以收获更加多元的消费体验。

鹳雀楼景区举办的“诗启盛唐·鹳雀寻踪”沉浸式国风剧本游同样备受欢迎。游客们可以与历史名人NPC对诗、习礼,仿佛穿越千年,感受浓厚的文化氛围。来自全国各地的游客纷纷登楼远眺,沉浸在这场文化奇遇中。

运城通过文旅产品供给升级和新旅游业态的打造,成功吸引大量游客,激活消费潜力,不仅提升了城市知名度和影响力,也为文旅产业的持续发展注入强劲动力。未来,运城还将继续探索创新,推动文旅产业高质量发展,为游客带来更多优质的文旅体验。

## 市场新观察 |

天气变暖,越来越多的人通过户外骑行去感受城市的脉搏,户外骑行正成为一种时尚潮流活动和休闲生活方式。对于许多市民来说,自行车不仅是通勤工具,更成为健身的新选择。周末清晨,一群骑行爱好者已经整装待发。他们身着专业的骑行服,脚蹬轻便的公路车,沿着市区的主干道一路骑行,成为城市中一道亮丽的风景线。随着骑行运动的火爆,骑行装备的销量也随之上涨,为“骑行经济”注入了新的活力。

## 骑行运动 成为全民健身新热门

“骑行不仅是一种锻炼身体的方式,更是一种享受生活的方式。”骑行爱好者王伟告诉记者,他是一名普通上班族,平时工作压力较大,骑行成了他放松身心的最佳选择。“每次骑行,我都能感受到自由和快乐,仿佛所有的烦恼都被抛在了脑后。”王伟说,他所在的捷安特骑行俱乐部有上百名成员,大家每周都会组织一次到两次骑行活动。像王伟这样的骑行爱好者越来越多,据不完全统计,目前市区的骑行俱乐部已超过10家,且呈逐年增长的趋势。

在校园里,骑行也受到学生们的青睐。盐湖区实验中学等多所中学门口整齐停放着数百辆自行车。这一现象不仅展现了学生们良好的出行习惯,也反映出骑行经济在校园的蓬勃发展。“骑自行车上学很方便,还能锻炼身体,感觉很充实。”一名初二年级的学生说。学校对骑行的支持也起到了积极作用。许多学校设置了专门的自行车停放点,并定期开展骑行安全教育活动。

骑行热潮不仅局限于业余爱好者,专业赛事也在我市蓬勃发展。4月19日,盐湖区举办了“好运之城·多彩盐湖”山地自行车公开赛,吸引了来自各地的数百名选手参赛。南山新城山地自行车主题公园的建成成为这次骑行比赛提供了得天独厚的条件。盐湖区体育事业发展中心工作人员袁瑞介绍,这次比赛的赛道由柏油路、复杂石子路、沙土混合路等多种地形构成,南邻巍巍中条,北眺七彩盐湖,西望关帝祖庙,东接蚩尤故里。选手们不仅可以在骑行过程中感受速度与激情,还可以饱览盐湖之滨的绮丽风光。袁瑞表示,希望通过举办这样的赛事,进一步推广骑行文化,让更多人了解和喜爱骑行运动。

户外骑行为什么会火?盐湖区自行车协会会长孙为民给出了自己的看法。首先,骑行是一种健康且有效的锻炼方式,满足了现代人对健身的需求。其次,它具有很强的心理和情感价值,骑行时可以欣赏自然风景,缓解压力,还能通过骑行俱乐部等形式结交志同道合的朋友。此外,骑行也具有极低的参与门槛,无论独自出行还是与他人结伴,都能轻松融入生活。这些因素共同推动了户外骑行的流行。

## 激活消费市场 带动产业升级

近日,记者在喜德盛自行车学院南路专卖店看到,上百辆各种型号的自行车整齐排列在店内,从入门级的山地车到高端的公路车,价格从上千元到上万不等。店内有顾客正在挑选,店外几位顾客正在试驾。店员告诉记者,近期,不只是2000元以下的自行车,2000元以上的高端自行车销量增长也尤为明显。“过去,我们的主要客户是骑行爱好者,现在,越来越多的普通市民也开始购买自行车用于日常出行和休闲锻炼。”店员说。

在店里,可以看到各种骑行装备,如头盔、手套、护具、骑行服等,这些装备的销量也随着骑行热潮的兴起而不断攀升。店员告诉记者,在自行车售卖后,消费者一般会选择一些必要的骑行周边产品。为了满足消费者的需求,他们还推出了自行车维修保养服务,为骑行爱好者提供全方位的保障。

4月23日,位于盐湖区机场大道的上海永久自行车店内,三辆加装后座架的26寸通勤车正被顾客试驾。据介绍,这些车型定价集中在600元至1200元之间,店员透露:“月均80台的销量中,70%来自周边3公里内的中小学走读生。这些数据揭示了另一维度需求——在高端骑行装备市场扩容的同时,基础代步工具仍保持着稳定刚需。”

记者了解到,随着自行车需求激增,许多热销款运动自行车库存紧缺,需要先预订,等待厂家发货。除了自行车销售,骑行周边产品也迎来了一款机遇。24岁的梁涛喜欢骑行,除了头盔、护目镜等,他还买了一款骑行码表,可以记录速度、距离、踏频等数据。33岁的孙志,每逢周末,都会骑着一辆山地车到处“追风”。为了避免途中车辆出状况,他随车带着一个工具包,包括打气筒、撬胎棒、补胎工具组合等。

互联网销售平台数据显示,今年3月以来,骑行服成交额同比增长160%,青少年自行车成交额同比增长260%。记者在淘宝搜索“骑行挂包”“骑行记录仪”等装备发现,销售量均达10万以上。

那么,一套标准的入门骑行装备多少钱?一户外骑行资深爱好者说:“一套入门级骑行八件套的价格在1000元—1500元左右,如果选择中高端品牌和更专业的装备,价格可能会达到3000元—5000元左右。”

骑行经济不仅局限于自行车及相关产品销售,还与文旅产业深度融合。盐湖彩虹道是运城的一条网红骑行线路,沿途风景如画,吸引了大量骑行爱好者前来打卡。我市抓住这一契机,将盐湖彩虹道打造成了一条集骑行、观光、休闲于一体的旅游线路,沿线设置了多个补给站和休息区,为骑行爱好者提供便利。

业内人士指出,骑行运动的兴起不仅仅是体育运动的普及,更是健康生活方式和绿色出行理念的体现。随着骑行文化的不断推广和基础设施的逐步完善,骑行经济的发展潜力巨大。未来,骑行装备市场将更加注重产品的专业化、个性化和智能化。同时,骑行与文旅产业的深度融合也将成为趋势,为城市旅游和乡村振兴注入新的活力。

户外骑行·新风尚  
新消费

本报记者 李 岩



运城盐湖景区内车流如织。 本报记者 闫 鑫 摄