



从“买买买”到“享享享” 从单一购物到多元体验 新消费崛起:释放消费潜能 点燃市场活力

□记者 赵伟伟 孙欣 见习记者 宋琦磊

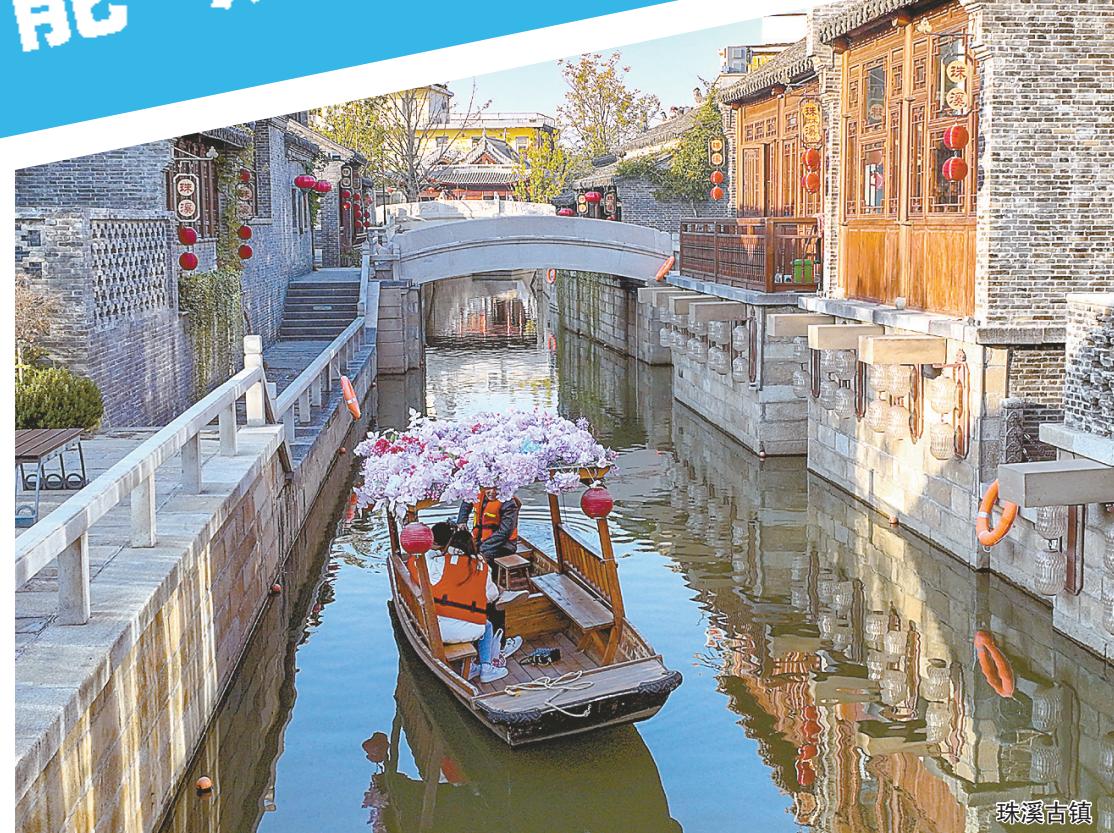
编者按:消费,一头连着生产,一头连着民生,对经济发展具有持久拉动力。9月26日召开的中共中央政治局会议明确提出:“要培育新型消费业态。”

新型消费业态,“新”在哪里?同传统消费相比,新型消费更加注重与消费者的互动,往往伴随着新产品、新业态、新场景。在满足消费升级需求的同时,也激发了消费市场活力,为推动经济回升向好发挥重要作用。

如何才能把握住“新”,把蕴藏的消费潜力释放出来,为全市消费市场再添“一把火”?

今年以来,我市着力提振消费市场,积极培育消费新业态新热点,探索广阔消费“新战场”,为经济社会高质量发展注入新动能。1至9月,全市社会消费品零售总额增长6.1%,位居全省第三。其中,9月当月家电“以旧换新”交易额达7885.6万元,新能源汽车上牌4064辆。

可观成绩的背后,是政策与市场、生产与消费的同频共振、合力用“新”,使消费潜力加速释放、消费规模持续扩大,呈现出我市经济持续向好的基本面,展现经济发展的韧性。



珠溪古镇

消费品的一新一旧之间,蕴藏着扩大内需的巨大潜力。今年的国庆假期,一系列政策“大礼包”,让“以旧换新”成为消费市场的一大亮点。

“很早就想换一台净水器了,听说现在有‘以旧换新’补贴活动,就换购了一台,很划算。”在苏宁电器盐城大丰人民南路店,市民陈亚现场算了一笔账,原价6299元的净水器,国家补贴20%,再加上门店的优惠活动,4000多元就轻松拿下。

市场“唱主角”,利好政策来助推。自9月7日家电以旧换新“国补”政策全面落实以来,我市京东五星电器、苏宁易购等门店积极响应,不断加码补贴政策。通过叠加工厂优惠、旧机补贴、银行补贴等额外优惠,让消费者在活动中用最优惠的价格换购绿色节能家电产品。

“补贴政策加上门店本身的优惠活动,相当于产品在原价基础上打了6折,前来购买家电的顾客明显增多。”据盐城苏宁易购销售有限公司总经理李伟介绍,参与政府补贴的17大品类,基本能覆盖生活的方方面面。除常规家电外,净水器、干衣机、洗碗机等消费升级型家电也因为政府补贴将价格“打下来”而异常“火爆”,排到了销售榜单的前列。

市商务局数据显示,截至10月6日,今年全市累计销售家电72万台,销售额达3.38亿元,使用补贴资金6369.6万元,补贴金额列全省第七。其中,9月全市家电“以旧换新”交易额就达7885.6万元。

“以旧换新”补贴政策同样助力汽车市场迎来消费热潮。

随着环保标准的不断提升和车辆更新换代的加速,汽车“以旧换新”市场需求也迎来增长。为保障好消费者的置换需求,我市各大汽车销售门店铆足了劲,“国补+厂家补贴”优惠力度空前。仅盐城东方汽车广场开展的国庆嗨购·约“惠”盐都车展活动,就实现了1.7亿元的营业额。

截至目前,全市已收到国家汽车“以旧换新”补贴申请5179笔(审核通过4828笔),已向上申请资金7790万元;汽车置换更新补贴申请5088笔,已向上申请第一批资金56.6万元,审核工作正在有序进行。

家电换“智”、汽车换“能”、家装厨卫“焕新”……“以旧换新”既惠企又利民,让越来越多的消费者感受到“真金白银”的实惠,消费信心得到进一步提振。

市有关部门负责人表示,我市将持续推动国家和省相关补贴政策在家电、汽车、家居家装等方面落地实施,结合本地实际制定“以旧换新”相关工作方案,叠加政策效应,深入企业宣传政策,发动企业参与“以旧换新”活动,对参与企业行为规范进行监管,保障活动切实取得成效。

随着消费者对个性化和体验式的需求持续上升,文化与旅游的有机结合正呈现出巨大的消费潜力。尤其是“国潮”与文旅经济的深度融合,传递出文旅市场蓬勃发展的“新信号”,激发了新的消费热情。

国庆假期,盐南高新区珠溪古镇的多元文旅新模式吸引了不少游客前来打卡。其中,主题巡游活动给游客带来一场穿越时空的视觉盛宴。编钟笙箫传统乐器演奏悠扬入耳,展示了传统文化的独特魅力。“魔幻秀场”的亲子魔术互动剧,将古典文学与现代魔术巧妙融合,给游客带来不一样的假日体验。

“珠溪古镇的活动对孩子来说确实挺新鲜的,既保留了传统文化的韵味,又融入了现代元素。今天也是第一次近距离地与魔术师互动,孩子能够身临其境地感受故事的情节,这种寓教于乐的方式真的很好。”市民胡明华表示。

“中秋国庆假期,珠溪古镇共计接待游客17.4万人次,带动消费超700万元。”盐南高新区珠溪古镇景区管理有限公司副总经理李加洋介绍,游客中超七成为年轻群体,家庭式出游群体占比超六成。有3万辆车进入古镇区域,其中外地车牌占比三成。

“国货潮品”流行、数字消费蓬勃、文旅融合理念深入人心……这些都是“新型消费”崛起的标志。作为消费新业态、新模式的“主力军”,直播、短视频电商模式近年来也极大促进了消费转化。

10月2日上午,在亭湖区新洋经济区亭湖新动能直播基地的二楼直播间内,主播小玖正在向直播间的网友讲解《澄衷蒙学堂字课图说》一书的内容及适用人群,得到网友的纷纷点赞。除了书籍,直播间里日常生活用品、精品零食、鞋品服饰、本地农产品等一应俱全,让一些没有出游计划的网友在线就能享受购物的愉悦。

“假期里我们每天准备不同类型的直播四五场,每场直播三四个小时,当前平均每场直播在线人数有二三千人,平均每日交易额在3万元左右,商品发货也和平常一样,确保消费者能够及时收货,充分满足消费者的购物需求。”亭湖新动能直播基地负责人介绍。此外,亭湖新动能直播基地还携手格丽思蛋糕、潮间带艺术村等开展联动直播,为消费者选好物、发福利。

消费活则经济活,消费兴则城市兴。一个个热闹的消费场景,折射出盐城经济社会发展的强劲内生动力。

从“新消费群体”,可以看发展之势。

人口结构和社会的不断演变,消费需求、生活方式和行为态度的变化,也催生出越来越多新的消费客群。新手爸妈、银发一族、新中产……新人群如同一股强劲的东风,为拉动新消费这艘巨轮注入澎湃动力。

盐城是全省老龄化程度较高和老年人口较多的设区市,截至2023年底,全市60周岁以上常住老年人201.5万人,老龄化率达30.12%,高于全省平均水平5.62个百分点。

如何增进老年人福祉、布局银发经济新产业?江苏出台的《促进银发经济高质量发展实施方案》明确,将从老年用品、康复辅助器具、智慧健康养老、适老化改造等10个重点方向发力,用心用情用力勾勒广大银发族幸福晚年生活图景。

“盐年益寿”幸福颐养超市一号店里明亮温馨,家住附近的刘爷爷仔细挑选着心仪的的商品:“这里老年用品种类齐全,产品有保障,质量更放心。”“幸福颐养超市”是市民政局精心打造的一站式为老服务平台,目前,超市产品共有辅具租售、老年用品、电子产品、健康食品等4大类300余种。店内养老顾问免费提供健康咨询、商品导购、使用指导等服务。

“银”中藏“金”,“银发经济”新风口,迎来掘“金”新机遇。

市民政局有关负责同志表示,我市聚力打造“盐年益寿”养老服务品牌,加快构建幸福养老服务体系,不断推进养老事业和产业联动发展,形成定位精准、互联互通、功能互补的养老服务大格局,用心用情用力守护好老年人的幸福晚年。

儿童乐园开进商超,研学游、亲子游、家庭房需求量不断攀升……一边是家长不断更新的教育观念,另一边是友好型亲子消费新场景,既能陪娃又能各取所需的“亲子经济”在盐城日益升温。

走进盐城的各大商场,和儿童相关的教培机构、儿童乐园、书店都多了起来,涵盖玩具、文化、娱乐、餐饮等多个领域,通过孩子带动整个家庭消费的“1+N”模式已成为主流,主打沉浸式“遛娃”的亲子消费形式成为商圈消费新增长点。在盐城万达广场,带孩子在亲子乐园玩耍的李瑶告诉记者,他们夫妻俩周末经常带孩子来家附近的商场,孩子上围棋课的时候自己逛一逛,上完课可以直接吃饭或者娱乐,“全家人都很舒适充实!”

作为新兴消费领域的璀璨明珠,亲子游、亲子酒店、亲子研学、托育园等“亲子经济”,正以前所未有的速度蓬勃发展,满足家庭对亲子互动与成长陪伴的深切需求,也将为经济发展注入新活力。

看书、喝咖啡、看话剧、听音乐会、看文创……一到周末,坐落于市区建军路的1956星剧场,就吸引众多从南京、上海、杭州赶来的文艺爱好者。对于他们来说,不输一线城市的颜值规格,与一线城市同步的剧目,却只有三分之一的演出票价,还能坐高铁直达,真的太香了!

1956星剧场的前身是落成于1956年的“盐城电影院”,作为曾经盐城最热闹的娱乐场所之一,它承载着一代代盐城人的岁月记忆。改建后的外表保留了原有建筑的历史韵味,内里却是吸引年轻人的新天地。

走进剧场,原木房梁搭配只用简单线条修饰的四面奶油色调墙壁,配合屋顶天窗引入自然光线,处处体现着“美”。剧场内左右两侧还设有展览空间,繁星书店、星品商店等设施,日常均免费对外开放,时有主题艺术展、文学读书会等活动开展。“从进门到二楼的每一步,都太像是在看展了!”从杭州来的游客龚舒似乎在盐城找到了“文艺”的“要义”:不是一味地拍照、修图,而是真真切切有种东西流入你心里。

在城市发展过程中,类似于“盐城电影院”的诸多标志性“城市记忆”被定格成过往,一度黯然失色。如何让这些从历史烟尘中走来的老建筑焕发新生?

我市通过盘活存量、培育增量、提升质量,唤醒了一座座沉睡的历史建筑,让“老味道”与新潮流深度融合,既保留原有生活味和归属感,又让老建筑融入现代生活,成为城市“新空间”,吸引越来越多的市民及游客。

由原肉联厂改建而成的乐库1968,是我市首个工业遗存旧改项目。在保留冷库、水塔、走廊、楼房等完整工业遗存的同时,外立面上沿用了原有建筑的色调,增强人们的认同感与归属感。利用工业记忆,乐库1968将体育、商业、文化相结合,打造涵盖“体育休闲、文化创意、生活配套”为一体的时尚运动街区。

“作为长三角首个冰雪主题文创街区,乐库1968不仅打造了大型室内冰雪乐园,还建成盐城首个全季节室内冰上运动体验中心。”据项目负责人薛景介绍,结合新的消费趋势,不断“上新”的消费场景,也为乐库1968“圈粉”不少。目前已知有知名运动自行车品牌商家和健身、台球、街舞等多家体育运动运营商进驻街区,更有多家餐饮、文创、零售、休闲和服务企业入驻或达成入驻意向。

新旧碰撞、时光交叠。通过空间优化、场景重构,越来越多的老建筑以新的方式“打开”,重新涌起发展脉动,呈现出一个个新型的消费场景。

(本版图片:记者 李思远 摄)