

文创主题、国潮新品、沉浸体验、热门打卡……眼下,消费新场景百花齐放,正为长春市回暖的经济带来一片繁荣景象。这场聚焦于新技术、新模式、新创意的消费革新,不仅助力消费市场释放活力,更为经济发展催生出强劲动力。

本期报道,记者从商圈消费、餐饮消费、文旅消费等几个“窗口”切入,呈现当下长春市丰富的消费业态,调研人们多元的消费需求,探析背后的“流量密码”——

# 消费新场景的“流量密码”

本报记者 吴茗 马贺 韩玉红

## 社会调查

### 从“购物中心”到“生活中心” 集纳型新消费场景“内容力”爆棚

5月16日晚,一场大雨并没有挡住人们的脚步,在摩天活力城里,顾客摩肩接踵,人气不减。

此时的摩天轮还没有开,但仍然有一对情侣来这个浪漫的打卡地拍照。作为建筑物“第五立面”,屋顶近年才开始被开发商和运营商所重视。打造一个兼备艺术感、空间感、体验感的特色屋顶,无疑能够成为吸纳人流、丰富场景、提升销售的商业利器。摩天活力城打造的拥有屋顶摩天轮的大型商业综合体,成了名副其实的长春商业新地标。

“好一阵子没来,今天发现活力城里又添了不少‘新活力’,比如VR科技娱乐空间、人手一杯的茉酸奶、逛累了可以躺会儿的智能按摩椅……”在商场4楼,45岁的李妍领着儿子打算去未来动物城观赏小动物。李妍是这里的常客,她表示,摩天活力城不仅是都市时尚聚集地、美食集中营,更主要的是契合了都市家庭人群对于情感、文化、生态场景的新需求,一扫大多数购物中心呆板的空间印象,以超越、超前和超体验塑造与众不同的特色空间。尤其多样化的亲子互动项目吸纳了固定群体消费。

随着儿童消费业态逐渐成为购物中心的人流发动机,近年来,长春市各大商场纷纷加大亲子业态布局和创新力度。在TOUCH12街,丰富的儿童消费业态同样吸引着家长群体的光顾。商业街区以“超越期待,创造惊喜”为经营理念,集合文化餐饮、中央书局、高端教育、休闲娱乐、精品零售、儿童乐园、精致夜市等多种业态,不断追求创新,体现一站式精致生活服务,满足多角度消费需求,全面开启“人文生活方式体验型消费”时代。

别有洞天,室内有山。走进“这有山”,由山脚盘旋至山顶,游客会领略到美食、影院、博物馆、民宿等综合休闲项目,新的商业模式和建筑形态把传统街市打造得更为立体化,将文化、旅游、商业相结合,催生了新的商业氛围。

5月15日,既不是周末,商场里也没安排演出或是其他活动,但“这有山”仍是人山人海,各具特色的小店吸引了人们游览、购物、拍照打卡。

“不虚此行!”在“山上”的宠物体验馆享受“撸猪”快乐的市民李子钰和一起来玩的朋友们分享着新奇体验。“没想到‘撸猪’的感觉这么好。”李女士坐在沙发上,轻轻地抚摸着围在自己腿边嬉闹的小猪,高兴地向记者介绍,“我撸过猫、撸过狗,就是没有撸过猪。在网上看到好多人分享这家店铺,分享‘撸猪’的经历,我也心动了,就约了朋友一起来玩。”

“和小动物在一起很解压,每天都有很多游客来我们这里跟小动物们近距离接触、喂食、互动,很多人都是慕名而来,打卡萌宠‘探班’之旅。”店铺负责人表示,近年来,宠物消费持续火热,宠物业态逐渐成为不容忽视的消费新势力。

“这有山”如此吸睛引流,不无道理。当前,以传统商品为中心的消费理念正转化为以消费者需求为中心。在大量走访中记者了解到,当下人们追求精神和生活融合的消费体验,相比“购物中心”,人们更愿意逛的是以内容为王的“生活中心”。

随着长春市消费升级步伐加快,以摩天活力城、“这有山”、国泰Rio Mall拾乐街、长拖1958文创园等为代表的新兴商业体,将商业、文化、潮玩、旅游业态紧密融合,走出了特色化、差异化发展的道路,不断提升供给质量水平,让消费潜力进一步释放。

### 从“个性化体验”到“烟火气” 打造场景营销成就餐饮消费新业态

“来50串羊肉、30串牛肉、20串筋皮子,还有鸡汤豆腐串、香葱拌鸡蛋,再来一打啤酒……”在光复路上的菜姐肉串店里,70后宋健正在和两个发小聚会,他告诉记者,他们哥仨每个月都会来这小酌。

国营早餐铺、卫国日杂商店、阿娟理发店、自行车修理部……菜姐肉串店里,80年代的装修风格拉满70后、80后的童年记忆,这个主打复古风的烧烤店还是电视剧《人世间》的取景地。“如今,长春这样‘有场景’的餐饮店铺很多,有的主打怀旧,有的主打潮流,像‘咖



游客在互动戏剧中既是观众也是演员,参与感十足。

(长春莲花岛影视休闲文化园供图)



长春电影嘉年华不断丰富演艺等互动元素,吸引市民感受趣味夜生活。本报记者 韩玉红 摄



“人文生活方式体验型消费”时代在摩天活力城等新型商业综合体开启。

本报记者 吴茗 摄



桂林胡同步行街是长春桂林路核心商圈地标式商街,商街将美食与文化休闲完美融合,展现长春这座城市的独特魅力。

本报记者 马贺 摄



摩天活力城里的小火车吸引了儿童和情侣乘坐观光。

本报记者 吴茗 摄

啡+阅读”“咖啡+文创”的业态受到不少年轻消费者青睐,而像“菜姐”这样的场景则更适合我们这些“大叔”聚在一起找找感觉,也很适合带孩子来感受一下父母曾经的生活。”宋健说。

“在露营帐篷里点点烤肉,喝点啤酒,听着音乐,看着表演,夏夜的晚风吹过,满目霓虹闪耀,那种感觉真好!”对于在长春读大学的曹骏楠来说,中东“将夜”夜市富有烟火气的帐篷美食区让他流连忘返。

每当夜幕降临,桂林路美食步行街上的“烟火气”在人声鼎沸中升腾。将美食文化与特色街区文化相融合,用澎湃的“场景力”聚焦“潮流”和“青春”的价值核心,这里已经被打造成青年人的专属打卡地标。

“我上大学的时候就常过来吃李大叔家的炒粉,现在我参加工作了,还是经常带同事

和外地的朋友来桂林路吃炒粉。”市民王盈说,桂林路附近大大小小的店铺很多,每一家都有自己的特色,闲暇的时候,和朋友一起从街头逛吃到街尾,是很多春城人美好的回忆。

“我们这儿的店都不太大,但花样多,既有传承了好些年的老店铺,又有不断创新的新店铺,在行业竞争激烈的背景下,创新场景、创新文案,拉开差异,是现在不少餐饮人的‘流量密码’。”一家饭店的负责人表示。

场景营销,可以让品牌印象深刻,更能给消费者留下记忆。近年来,餐饮消费场景发生着微妙的变化,出现了许多全新的以满足精神愉悦为主、获取商品实体为辅的餐饮新型消费场景,一些传统美食店铺和市街区的场景营销更是一路玩出了新花样,掀起一波波热潮,“打造独特的新型消费场景”被餐饮业视为吸引客流的“法宝”。

### 从“文化消费”到“沉浸体验” 文旅市场新花样备受青睐

初夏,天气渐暖,夜生活也活跃起来。在长春读书的刘奕含,和同学到长春电影嘉年华逛逛。来之前她就在网上看过视频,“跟梅河口的大东北不夜城、西安的大唐不夜城是一个风格吧?”到了之后,刘奕含发现,尽管成片的大红灯笼看起来有“不夜城系列”的味道,但一眼就能认出的《流浪地球》《大圣归来》《哪吒传奇》等电影元素,风格和主题还是十分鲜明的。

长春电影嘉年华去年投入运营,为市民的夜生活提供了更多选择。不过今年再次开后,与人人人海的桂林路、“这有山”相比,

位于长春农博园3号门附近的电影嘉年华虽然时尚气息十足,也有很多市民光顾,却并非“人潮汹涌”。究其原因,市民林帆道出了一部分人的心声,“位置有点远,我住在绿园,晚高峰出发,开车到这单程花了一个半小时。”为了弥补地理位置上的不足,拉人气、促销费,电影嘉年华通过不断创新,打造出更多新玩法,比如,从5月13日开始,陆续加入了恐龙乐园、鹿鸣谷、萌宠兔园、后备箱市集等。

一个阳光明媚的周末,长春市市民李雯雯约上两个好姐妹,一起来到长春莲花岛影视休闲文化园,“以前来过两次,都是和家人一起游园的,前阵子刷到莲花岛的官方抖音账号直播,知道这里有个互动戏剧,这次特意叫上朋友来体验一下!”李雯雯说的互动戏剧,正是莲花岛原创的大型实景互动探索剧《长春喜事》。

李雯雯一行三人进入到场地后,先从工作人员手中抽取了身份卡,根据自己的身份换上对应的服装,开始了她们的“戏精之旅”。与传统戏剧台上演出、台下观看不同的是,《长春喜事》融合了多种演出和娱乐形式,观众亦是演员,观看时自己也融入戏剧场景和表演之中。

“不到最后一刻,我都不知道故事的结局。”李雯雯和朋友分处不同的场景,她们一边观看演员表演,一边可以打工、做任务、找线索,享受着沉浸式的深度交互体验。两个多小时下来,李雯雯兴奋地发了朋友圈,意犹未尽地给朋友推荐这种新玩法,“我就不剧透了,总之,在一个景区里能体验到如此新鲜有趣的项目,刷新了自己对旅游的认知。”李雯雯说。

据长春莲花岛影视休闲文化园副总经理孙语良介绍,《长春喜事》是一部有着浓厚家乡情怀的多维度深度体验剧,融合了戏剧演艺、实景社交、沉浸式体验等主题元素,在3800平方米的演出剧场内,观众融其境、感其心、动其情、热其血、励其志,从剧情中感受东北抗联红色文化的精神内核。

《长春喜事》为省首家原创剧,自2022年1月首次公演后,至今已演过200余场。剧本几经打磨,每场限定150人,常常满座。孙语良曾有过担忧,辛辛苦苦原创的剧本一旦被其他景区或“剧本杀”店铺抄袭、效仿,恐怕维权不易。孙语良在省文化和旅游厅进行调研时表达自己的担忧及诉求。

记者从省文旅厅获悉,在5月10日发布的《推进“剧本娱乐+”等文旅市场新业态发展试点工作实施方案》中,重点围绕“一市一县(区)一企”进行试点,其中的“一企”就是将长春莲花岛影视休闲文化园作为“剧本娱乐+”的典型企业,以它为试点,在剧本创作、内容自审、专家评审、人员管理等环节上,在剧本娱乐活动与演艺、旅游等领域的融合上,探索形成企业发展新模式和自我管理的有益做法。

文旅市场里的新花样,让广大游客能够体验到更多新玩法。而随着相关部门不断完善管理,文旅企业不断创新,最终能够惠及的正是每一位普通游客。

在长春市商务局记者了解到,近年来,长春市消费市场体量持续壮大、业态转型升级效果明显、消费同其他产业融合度不断提高,“大而全”“小而特”的商业体系正逐步形成。

“大而全”的综合性商圈是提升城市经济活力的重要引擎,大型百货商场和商业综合体成为促进消费升级的重要平台。目前,长春市有市级核心商圈4个,包括红旗商圈、重庆商圈、桂林商圈、前进(欧亚卖场)商圈,四大核心商圈涵盖零售、餐饮、酒店、休闲娱乐、都市旅游、金融服务等多种业态。同时,全市共有1万平方米以上大型百货商场及商业综合体54家,大多数商场、综合体都集购物、娱乐、休闲、餐饮、教培等业态为一体,能够一站式满足消费者购物休闲消费需求。

随着消费者购物需求的不断升级,“小而特”商业主体则更注重差异化服务、品质化运营及创意化场景,更突出精神享受和社交属性,能够为消费者提供更加精细化、趣味化、情感化的空间体验,创造更美好、更多元的精致生活方式。长春市聚焦餐饮、运动、娱乐等新兴业态,重视个性和体验,形成了众多“小而特”“小而美”“小而精”的商街和店铺,为消费者提供了有特色、高品质的消费选择。

从商圈消费到餐饮消费再到文旅消费,将市民个性化的消费“账单”放在一起,记者从中观察到的是消费形态更加融合、消费需求更加多元的“流量密码”。正如一位业内人士所说:“促消费并非单向的‘吆喝’,只有与消费者充分共情,不断完善消费环境,不断升级服务理念,打造供需适配的消费热点,才能不断满足消费者日益增长的新需求,实现‘双向奔赴’。”



疑惑我来解,烦恼我来排。深度挖掘新闻细节,全面剖析事实真相,为您澄清迷雾。扫一扫,加入我们,私信我们,共同关注身边的社会热点问题。