

“冰雪+”新场景涌现 业态混搭拓展消费新模式

今年以来,得益于各地挖掘自身特色资源、技术进步和企业创新探索,消费新场景新模式蓬勃发展。当下正值冰雪旅游旺季,多地在传统冰雪游基础上创新供给,打造文旅消费新场景。科技赋能也提升了消费效率和便捷性,商业创新满足了多样化消费需求。专家表示,未来应继续发挥创新驱动,优化消费场景和模式,以满足消费者不断升级的需求,推动消费市场持续繁荣。



(资料图片)。新华社发

文旅融合成亮点

文旅融合已成为消费市场一大亮点。全国各地正积极探索,打造出众多别具特色的文旅项目,为创新消费场景添砖加瓦。

以热度正高的冰雪游为例,多地在传统冰雪旅游基础上创新供给,打造文旅消费新场景。黑龙江以定制化旅游列车为突破口,将文化元素与旅游资源深度融合,推出“喀秋莎”“林都号”等多个特色主题旅游列车,满足游客个性化出行需求。四川瓦屋山景区创新打造山顶星空露营地,满足游客对“追光逐雪”的向往。青海岗什卡雪峰景区为游客安排了滑雪、冰雕、赛马、登山、表演等多项活动。

此外,夜场旅游热度延续至冰雪季,多地雪场推出夜场滑雪新项目。“近年来,各地对夜游的重视程度显著提高。”同程研究院首席研究员程超功对

中国证券报记者表示,一些资源条件较好的旅游目的地推出的夜间体验项目相继走红网络,满足了年轻游客多元化的夜游需求,成为文旅消费新场景的一个典型代表。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子也表示,年轻消费者渴望参与互动性高的文旅体验。各地举办丰富多彩的文旅活动,将延长游客停留时间,增加旅游消费。创新文旅消费场景有望推动地方文旅市场“旺丁又旺财”。

科技持续赋能

当前,各大滑雪场还积极尝试将冰雪与科技结合。科技对滑雪场的安全、信息传递、服务多元化等方面起到辅助作用,同时也推动冰雪运动良性发展。

长春莲花山滑雪场在2024-2025雪季引进机

器狗加入服务队伍。机器狗可进行自主巡逻,能在极端天气下或紧急情况发生时提供救援服务,还可承担物资运送、游客互动等多种服务任务,提升滑雪场运营效率和服务质量。

实际上,科技赋能消费场景的案例不断增加,并引发各界关注。今年8月,美团在八达岭长城开通北京首条无人机配送航线,国庆假期期间增设航线,为游客配送食品饮料和应急商品。数据显示,国庆假期期间美团无人机长城航线日均订单量较节前环比增长超1100%,中西式简餐、饮品热销。截至今年第三季度末,美团无人机已在多个城市开通43条航线,累计完成订单超36万单,覆盖多种场景,提供超9万种商品选择。

不止无人机配送,美团推出的自动配送车可识别障碍物,实时感知周边环境。美团方面向中国证券报记者表示,自动配送业务的核心目的是补充运力,未来能够在雨雪雾弱光等特殊场景下,协助配送员完成配送工作。

美团副总裁、自动车配送部总经理夏华夏表示,美团自研了包括硬件、软件、调度系统等整套技术,截至目前在北京顺义、亦庄,以及深圳多个区域都已落地应用,常态化服务数百个社区,累计配送超过400万单,从历史统计数据来看,超过99%的车辆行驶里程为自动驾驶。

餐饮行业积极创新

通过业态混搭和模式创新,餐饮企业也不断拓展消费新场景。

在海口,瓦叮街市打破常规,集合平价菜市、海南小吃、文玩文创、潮玩演绎等业态,将菜市场与商场融合,形成综合性消费场所。在上海,花园式奥特莱斯积极融入各类活动,联动青浦咖啡节、举办霹雳舞大赛等,打造“微度假+”购物场景。在安吉,“村咖”类型多样,“瀑布咖啡”“宅门咖啡”吸引一众消费者打卡。同时,健身咖啡馆、彩票咖啡店等跨界融合业态也在各地出现,满足消费者多元需求。

餐饮企业在商业创新中表现积极。作为餐饮消费新场景,露营带动传统餐饮企业开辟新市场。海底捞露营火锅上海浦东航头店店长钱江涛对中国证券报记者表示:“一到周末和节假日,就忙得脚不沾地,可同时容纳500人用餐、约6万平方米的场地几乎客满,至少提前一周才能订到位置。”

太二酸菜鱼、农耕记等品牌也纷纷开设“外卖卫星店”。据了解,农耕记已开出近200家外卖卫星店,遍布多个城市,月销量达千单,对主品牌营收贡献率达30%。这些外卖卫星店面积小、选址灵活、成本低、价格优势明显,提升了订单量和利润率。

作为拼团外卖形式,“拼好饭”也发展迅速。消费者点餐时可拼团,拼团成功后享受低价菜品。美团2024年半年报显示,“拼好饭”单日订单量突破800万单。

中国商业经济学会副会长宋向清表示,消费新场景涵盖多种业态,体现消费需求向复合式、体验式、情感交互式转变,有助于推动消费供给侧改革,创造高质量消费需求。

新华社北京12月8日电



这是
2024年11月
16日拍摄的内蒙
古自治区呼伦贝尔市
扎兰屯市国家级滑雪旅游度
假地金龙山滑雪场(无人机照片)。
新华社记者 连振 摄