

“氛围感经济” 解锁消费新场景

传媒之声

把好事事实
做到群众心坎上

邀上好友体验围炉冰茶,享受精致的露营、潇洒的旅行,回归温暖的居家环境……近年来,大众消费逐渐呈现出更加在意自我、关注内心世界的特征,氛围感、情绪价值和内心舒适度日渐成为消费体验中的重要指标。

今年以来,氛围怡情成为撬动消费增长的一个新支点。消费者不断追求沉浸立体的氛围感,商家大胆创新搭建各种情境空间,供给侧与需求侧合力推动之下,“氛围感经济”正不断解锁出各种新的消费场景。

追求氛围感
成消费新趋势

沉浸式体验需求
催生消费新形态

氛围感消费
激发经济新活力

一壶热气腾腾的暖茶在炭火的炙烤中沸腾,上下翻动的茶叶缓缓舒展,阵阵茶香扑面而来……去年冬天,围炉煮茶一经推出,便成为茶饮消费市场的新宠。如今,盛夏已至,围炉“冰”茶代替“煮”茶登场。清幽的环境、爽口的茶水,围炉冰茶于干冰带来的雾气缭绕间,给消费者带来一抹夏日清凉,对抗似火骄阳。

“店里从6月中旬开始,将围炉煮茶迭代为围炉冰茶,套餐中茶饮有冷泡茶和酒酿奶茶,以及配套的甜点、水果、坚果,并且还会赠送一把手工团扇。”位于北京市西城区的大内·宫保咖啡负责人程雅琴介绍,围炉冰茶套餐一经推出就受到了消费者青睐,目前已经成店内主推的产品。趁着干冰营造的氛围感拍照,几乎成了每位客人的固定动作。而后,人们慢慢品茗畅聊,享受惬意夏日。

在社交平台上,不少网友在分享中用“氛围感满满”“仙气飘飘”来形容围炉冰茶的体验感,精致的摆盘、唯美的照片吸引了更多潜在消费者询问“哪里的店”“如何预约”。

在食品产业分析师朱丹蓬看来,无论是围炉煮茶,还是围炉冰茶,都是商家不断将产品进行迭代创新,以满足新生代消费者消费需求的做法。用煮茶或冰茶的方式对场景进行创新后,饮茶更具有社交属性和话题感,容易受到年轻群体的认可乃至追捧。

知萌咨询机构发布的《2023年中国消费趋势报告》显示,2023年,氛围怡情将是一大消费趋势,提升产品氛围力,创造出新氛围空间,成为产品升级和开辟新赛道的切入点。

“大自然是有治愈功能的。”最近,在成都工作的陈女士利用周末时间到附近的大邑县白石河谷尝试了徒步,不禁发出这样的感慨。

翠绿的树林、清澈的林间小溪,是自然馈赠的景色,远离城市喧嚣呼吸到的每一口新鲜空气,都让陈女士找到了一种久违的放松之感。她告诉记者,自己是经朋友推荐通过公众号参加的活动,组织方负责包车、安排路线、购买保险,还提供零食,在现场煮了咖啡,而她只需支付158元的费用。“这钱花得值。”陈女士说,自己已经迫不及待开始计划下一次徒步。

通过亲近自然追寻内心的宁静氛围,是近年来人们在工作之余追求精神“治愈”的一种方式。城市里的公园、家门口的草坪、近郊的露营地,都成为人们亲近自然的场地,带有氛围感的消费场景逐渐催生出新消费形态。

不仅在户外,越来越多的人也在追寻更具氛围感居家环境,营造一方独属于自己的小小天地。电商平台上,氛围灯、香薰、音箱等“氛围感好物”销售热度快速上升。《2023零售行业消费新趋势白皮书》指出,“氛围升级”是零售行业消费的一大趋势,消费者希望能打造更“超感立体”的沉浸式体验倾向,从美好小物扩展到全方位的情境营造与搭建。

“如果能够精准地满足消费者需求,从某种意义上来说,追求氛围感的消费就是一种高层次的消费。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授表示,氛围感消费当属体验消费的范畴,其火热折射出我国消费层次由实物消费向服务消费、体验消费的升级发展态势。

从露营徒步到围炉冰茶,从在自然中探寻内心到追求舒适居家环境,氛围感消费背后是人们对情绪价值的关注。情绪价值促成的感性消费决策及其所引发的相关消费行为,正在创造出一个又一个新的消费增长点。

以露营为例,《2022-2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》显示,中国露营经济核心市场规模呈现逐年上升的趋势,并带动汽车、家具家电、食品以及户外电源等相关产业发展。预计2025年,中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元,带动市场规模将达到14402.8亿元。

这个夏天,一场氛围感十足的“村超”狂欢在贵州榕江上演。球场内人山人海、欢呼声雷动,球场外“夜间经济”“地摊经济”“周末经济”也随之繁荣。

据了解,5月13日开赛后的1个月左右时间里,榕江县累计接待游客42万余人次,实现旅游综合收入超1.3亿元。仅6月9日至11日,因“超级星期六足球之夜”的带动,榕江县在大众点评、美团等平台的餐饮、宾馆、超市的搜索量同比增长74%,便利店、水果店的即时零售订单量环比增长50%。

“无论是围炉冰茶等城市体验消费,还是‘村超’等农村文化体验消费,通过氛围感的营造,都使得消费更具有立体感。”在洪涛看来,“氛围感经济”能够形成一种经济模式和消费时尚,背后必然有充分的消费信心作为支撑。“从某种意义上讲,‘氛围感经济’是一种可持续、高质量发展的经济形态。”洪涛说。

(时澜娜)

麦收时节,河南、山东等地开放乡镇单位办公区的院子、村党群服务中心的广场等,为群众打场晒粮提供便利;周末及节假日,上海、陕西等地开设“一网通办”自助服务区,方便群众办事……各地党员干部倾听百姓心声,摸清实际需要,把点滴小事当成“心头大事”去做,把好事事实做到点子上、做到群众心坎上。

让人民生活幸福是“国之大者”。食品安全监管、清洁取暖、保护学生视力、提高养老院服务质量、“厕所革命”、垃圾分类……老百姓生活里的事,都是习近平总书记和党中央真切关心、念兹在兹的大事。“我将无我,不负人民”的深厚情怀,体现在“江山就是人民,人民就是江山”的立场中,镌刻在“让全体中国人都过上更好的日子”的行动中,贯注在“不断实现人民对美好生活的向往”的追求中。

习近平总书记强调:“中国共产党是人民的党,是为人民服务的党,共产党当家就是要为老百姓办事,把老百姓的事情办好。”哪里有人民需要,哪里就能做出好事实事,哪里就能创造业绩。想人民之所想,行人民之所嘱,把惠民生、暖民心、顺民意的工作做到群众心里去,让群众有更多更直接更实在的获得感、幸福感、安全感,就一定能够创造经得起历史和人民检验的实绩。

(据《人民日报》)

以“数”着墨
绘就乡村振兴壮丽篇章

党的二十大报告对全面推进乡村振兴进行了科学规划和战略部署。习近平总书记在党的二十大报告中提出,“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”。2023年中央一号文件提出,深入实施数字乡村发展行动,推动数字化应用场景研发推广。一系列重要指示和重要部署,为新时代全面推进数字乡村建设、以数字技术赋能农业农村现代化指明了方向。随着5G等技术应用到农业领域,现代数字技术与乡村生产、生活、生态的融合日渐深入,数字乡村建设正为乡村振兴按下加速键、插上腾飞的翅膀。

建设数字乡村既是乡村振兴的战略方向,也是建设数字中国的重要内容。近年来,我国围绕农业农村现代化,大力推动数字乡村建设,激发乡村发展新动能。物联网、人工智能等数字技术越来越多应用到农业生产、经营管理、“三农”服务各个环节,乡村的种植、养殖、加工、营销的数字化改造正在有序推进并不断完善,智慧农田、智慧牧场、智慧大棚等新型农业生产载体建设蔚然成风。

(据《光明日报》)

立足数字化
营造文化新体验

点开“数字敦煌”资源库,便可浏览洞窟高清图;通过“8K+5G”高清直播,就可欣赏国家大剧院高水平音乐会;想探知传统建筑奥秘,可以借助VR游戏体验中国古典园林的诗意之境……跨越时空、人机互动、虚实相融,数字技术正在逐渐改变人们的文化生活。

《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出,“大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验”。随着国家文化数字化战略的推进实施,一幅流光溢彩的中华文化全景图正在徐徐展开。以海量存储、即时互动、全息呈现等为特征的数字化技术,正不断创新表达方式、丰富文化形态、拓展消费场景。国家统计局数据显示,2022年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入43860亿元,比上年增长5.3%,快于全部规模以上文化企业4.4个百分点;其中,数字出版、娱乐用智能无人飞行器制造、互联网出版、数字出版、数字出版、数字出版等行业实现两位数增长,分别为30.3%、21.6%、18.6%和10.2%。亮眼的成绩单,彰显这一新业态巨大的发展潜力。

(据《经济日报》)

新型干法水泥生产线 护航 17 万平方米民生工程



山西南委集团水泥有限公司位于山西省阳泉市盂县城南七公里处的孟寿路东侧,始建于1976年,隶属于山西南委集团,是一个有着40多年历史的建材企业,主要产品有“南委”牌P.S.A32.5、P.O42.5,两个等级普通硅酸盐水泥。2008年根据国家产业政策和企业的发展需求,为此山西南委集团股份有限公司投资22769万元建设2500t/d熟料新型干法水泥生产线技改工程,该生产线年生产水泥60万吨,熟料77.65万吨,总产值3.5亿元是山西南委集团的骨干企业之一。

该生产线,在冬季利用已建成的2500t/d熟料新型干法水泥生产线回转窑窑头、窑尾余热承担着为南委镇机关、学校、幼儿园、医院、企事业单位、社会团体及南委村各居民小区共计17万平方米的集中供暖任务,解决了南委镇采暖季供暖问题,属民生企业。 杜晓强摄