

【編者按】中央經濟工作會議提出「大力提振消費」，中央有關部門、地方政府加力推出一系列擴內需促消費政策。隨著春節的脚步越來越近，內地新年消費再掀熱潮，由南到北、由東到西，汽車、電子產品、黃金首飾、餐飲、服飾等行業迎來銷售旺季。

春節經濟

之西北篇

有一種不老價值叫文化 商業重鎮延綿古今

商家打造新場景 購物之餘亦消閒



掃碼購片

唐朝時的長安，東市西市萬商雲集，邸店林立，從本地貨物到異域商品，商業之繁榮，至今令人稱頌。如今，作為西北商業重鎮，西安依然引領着消費的潮流。記者近日走訪陝西省西安市多家商超發現，為更好地吸引顧客，刺激消費，許多商家都創新打造消費場景，令商場不僅是購物消費的地方，更是文化休閒的地方。

●文/圖：香港文匯報記者 張仕珍 西安報道

夜幕降臨，位於西安市南郊西安萬象城的「生命之樹」在五彩光影的交相輝映下，閃耀城市夜空。西安市民魏女士帶着父母和孩子特意來到這裏，「感覺很特別，今天專門抽時間過來打卡。」魏女士告訴記者。

設計靈感來自絲綢之路

作為西安商圈的新晉「頂流」，西安萬象城自去年12月開業以來，憑借特色的「生命之樹」地標吸引了大量消費者，許多門店人流如織，一時間成為各大社交平台熱議的話題。整體高達57米的「生命之樹」以西安古觀音禪寺內的千年銀杏樹為構想靈感，主體由3層平台構成，60個花園葉片分布。樹上花園景觀設計靈感以絲綢之路上的生態環境為主線，重現絲綢之路上亞歐大陸不同的地域景觀風貌，成為一個獨有的城市建築觀景平台。

開業首日吸引40萬客流

據了解，「生命之樹」作為西安的一張全新城市名片，自開業以來吸引了眾多消費者前來打卡。在開業當日就實現了近40萬客流，有不少遊客還是從外地而來的。目前，商場每周二至周日都有《絲路奇旅》的燈光秀上演，商場的客流量仍然非常可觀。記者現場所見，不論白天還是夜晚，現場拍照打卡的人絡繹不絕。與此同時，西安萬象城內的多家店舖，亦大排長龍。

除了西安萬象城，西安不少商場亦都打造了各自的特色消費場景吸引顧客。在西安小寨賽格國際購物中心，全球最大的室內瀑布、411.3平方米的水景帶飛流直下，引得無數顧客拍照留念；亞洲最長的50.3米飛天扶梯每日亦是滿負荷運營。在西安SKP，多種全球高端商業匯聚，一站即可滿足城市高端購物需求。

有關專家表示，隨着經濟的逐漸復甦，西北商業市場重煥生機，新城市商圈開始逐漸形成，必將極大地促進消費的提升。

引進品牌首店 為消費注活力

「首店開業，人潮洶湧」近兩年成為消費市場的熱點話題，內地多個城市亦將首發經濟作為促消費轉型、提振商業活力的抓手。在西安，近五年引進的首店超過千家，2024年前三季度累計新開品牌首店239家，不斷顯露出其作為「高端品牌西北首發地、國潮品牌西部策源地、文創品牌全國集聚地」的吸引力和影響力。

下午三點原本已過午餐用餐高峰，但在西安萬象城的多家餐飲店門口，排隊用餐的顧客仍然眾多。記者獲悉，為了帶給消費者不一樣的體驗，引領消費潮流，商場特意引進眾多品牌首店加持。除了區域及城市首店，還引進了城市旗艦及概念店級別的高能店舖累計近200家。在商場引進的餐飲店舖中，有近80%米其林、黑珍珠及品牌首店，尤其受消費者歡迎。

在一家人均消費600元（人民幣，下同）以上的高端海鮮自助店，食客李小姐對店裏的菜品讚不絕口，她表示，平日裏自己就很喜歡吃海鮮，儘管人均消費有點偏高，但消費後感覺性價比還是超值。工作人員佳欣告訴記者，作為西安首店，自開業以來店面就吸引了眾多的顧客。「午市559元一人，晚市659元一人，每天中午、晚上都早早就預約滿了。」佳欣介紹，隨着春節的臨近，店面亦開辦了年夜飯的預訂，價格與平常一樣，但由於店內座位有限，很可能會出現供不應求的情況。



●西安萬象城打造的「生命之樹」地標，吸引了很多消費者前往打卡。



●西安小寨賽格國際購物中心打造的全球最大室內瀑布景觀。 ●臨近春節，西安各大商場紛紛營造新年氛圍，購物消費的人潮越來越多。

食物好也要環境好 貴價餐飲店不愁客

新年消費，吃是繞不開的話題。面對異常激烈的餐飲競爭，如何才能贏得消費者？「三出山」西北首店給出了他們自己的答案：創造特色消費場景，讓生活和闖蕩在城市之中的人們，在移步換景中享受山野自然帶來的放鬆氛圍。

餐廳打造山野自然環境

三出山西北首店店長鄭恒告訴記者，對於城市之中的人們來說，山野是另一種時空上的奢侈品。因此，品牌在創立之初，就希望能帶給消費者一種放鬆的氛圍，讓大能夠感受到自然給予的力量。「我們一方面從火鍋的品質特色下手，通過古法傳承的製湯工藝、品質上乘的高原牛肉、新鮮的野生菌菇和四季蔬菜，帶給食客不一樣的味覺；另一方面，我們通過打造特色的就餐環境和服務，讓消費者在店裏能夠慢下來細細品味生活。」

記者在現場看到，與一般的火鍋店不同，三出山的店面環境格外凸顯自然的味道：不僅有綠意盎然的修竹裝飾，竹編的座椅瞬間讓人放鬆，店內隨手一拍即可出美照，甚至一杯飲料的吸管，亦是傳統的麥稈製作。「我們犧牲了很多空間來進行藝術堆棧，為消費者提供情緒價值，但也贏得了更多消費者的喜愛。」鄭恒說，雖然門店只有29張餐桌，但自開業以來，每天接待顧客近1,000人，天天都像過節時一樣忙碌。

食客：消費貴但值得

得知三出山在西安開了首店，王小姐和好友相約而至。「我們是在社交媒體上看到的，來體驗之後覺得非常不錯，店裏的環境也讓我們可以徹底放鬆下來，邊煮火鍋邊聊天，非常愜意。」王小姐說，儘管人均消費貴了些，但總體還是值得的。



●三出山西北首店店長鄭恒介紹，門店通過創造特色消費場景，希望以「慢消費」來吸引顧客。



●西安一家高端海鮮自助店打造的特色場景，吸引顧客打卡拍照。

悅己消費人數升 蛇年小金飾最受捧

富貴吉祥的蛇年紀念幣、小巧精緻的「小蛇」串飾、人氣爆棚的「卷卷蛇」手鏈……隨着農曆蛇年的腳步臨近，黃金飾品市場亦迎來新一輪的消費熱潮。記者走訪獲悉，在黃金價格節節攀升的背景之下，一些小克重的黃金飾品更受歡迎。一些消費者為了回饋自己一年來的辛勞，也不惜花錢取悅自己。「蛇年馬上就要到了，買個『卷卷蛇』戴上，好看又喜慶。」西安市民梁女士告訴記者，儘管目前金價比較高，但買個小飾品1,000多塊錢還是可以的，「圖個開心。」



●西北金行總經理許彥璋介紹，蛇年春節即將到來，生肖類小克重的黃金飾品銷量可觀。

深耕黃金珠寶行業多年的西北金行總經理許彥璋介紹，每年春節都是傳統銷售高峰，受經濟大環境和黃金價格高漲的影響，與去年同期相比，今年公司的營業額明顯下降。但與前幾個月相比，春節刺激消費的效應明顯。

打工仔領了年終獎 犒賞自己

「目前我們銷售比較好的就是一些小克重的飾品。很多人最近領了年終獎，都想犒勞一下自己，尤其是一些女性，悅己消費的越來越多。」許彥璋說，加之春節回家過年，很多顧客想給親朋好友帶禮物，小克重的黃金飾品都是很好的選擇。



●春節前夕，黃金首飾消費也迎來一波高峰。

設計具陝西文化特色小金飾

他並表示，作為西安本土的老品牌，為了迎合市場需求，西北金行也在不斷創新。針對西安文化旅遊城市的特點，公司設計團隊專門設計了兵馬俑、唐仕女兩款具有陝西文化特色的金飾，「一個掛件也就1,000多塊錢，價格接受度較高，目前來看銷售量也不錯。」許彥璋說，相信隨着春節假期的到來，公司銷售還將迎來新一波高峰。

汽車門店進商場 引流強更親民

春節前夕，西安市民王先生喜提一輛新能源汽車，實現了開着新車回家過年的願望。「那是一種幸福與滿足的體驗，新車不僅滿足了我對高品質生活的追求，更讓我在新的一年裏擁有一個嶄新的開始。」記者走訪西安市多家汽車銷售門店發現，隨着國家以舊換新和購車補貼政策的出台，以及商家春節促銷活動的啟幕，汽車消費也迎來了新一波熱潮。尤其是新能源汽車，更是備受消費者青睞。

「99%的業績都在商場成交」

以往，汽車銷售門店大多在離城區較為偏遠的車城，購車者想看車，需要專門跑一趟。但近年來，隨着新能源汽車的崛起，許多品牌的車企選擇將銷售門店開進商場。在西安市的多家商場內，比亞迪、小米、蔚來、特斯拉等眾多品牌的汽車都設有門店。有新能源車銷售人員告訴記者，如今公司99%的業績都是在商場成交的。

「汽車進商場，一方面是我們看重商場強大的引流能力；另一方面，走進商場，也是我們主動貼近消費者的表現。」西安蔚來中心萬象城店負責人馬鑫告訴記者，作為相對新興的車企品牌，公司在宣傳方面更加注重潛移默化地為顧客提供參考。「汽車消費畢竟是一項大的支出，顧客是否立即下單並不是我們考量的重點，我們更加注重讓

消費者在逛商場的過程中，很輕鬆地接觸並了解到我們的品牌，到某天需要購車的時候，他會想起我們，作為一個備選方案，這就是汽車進商場的意義。」

馬鑫告訴記者，隨着春節的臨近，逛商場消費的人越來越多，前往店裏看車的客戶也絡繹不絕。「開業一個多月以來，我們已累計接待24,000多名客戶，並成功與2,000多名顧客建立了聯繫，銷量也比較可觀。」

國家積極推動新能源汽車產業發展，地方政府亦推出了以舊換新和購車補貼。「去年12月底的時候，蔚來西安區域的銷售達到了新的高峰。進入1月，新一年的政策又快速出台，近期來看車的客戶比較多。」馬鑫說。

除了政府方面的補貼，為配合春節消費黃金期，不少公司亦推出多重優惠吸引客戶。「最近幾個周末，我們店裏的銷售人員經常不夠用，顧客也需要排隊等候進店，以保證良好的體驗感。」

30萬元新能源車最暢銷

記者獲悉，當前30萬元（人民幣，下同）左右的新能源車最暢銷。在一家小米汽車店，往來體驗購車的顧客一波接一波。工作人員告訴記者，小米汽車介乎21.59萬至29.99萬元之間，訂購量一直穩步上升，供不應求。

●西安蔚來中心萬象城店負責人馬鑫表示，近期到門店看車購車的客戶逐漸增多。



●蔚來為客戶打造俱樂部空間。



●許多消費者選擇在春節前購車。