

2月26日10:00,民生百货解放路店,戴着安全帽的工人驾驶机械砸向斑驳的墙体。这座商业地标此刻正在经历它的又一次蜕变。

记者在施工现场看到,原本贯通四层的中庭已被施工围挡遮蔽。轰鸣声中,几位市民正在驻足观望。“以前每到过年都要来这里给女儿买新衣服。”65岁的张建国摩挲着商场门口的铜牛回忆道。

# 从传统商超到体验空间

## ——看西安老牌商场的转型之路

### 升级改造后将重塑消费场景

20世纪90年代,在民生门口骑铜牛拍照是不少西安孩子的“必修课”,商场二楼的儿童乐园、四楼的旋转餐厅,也构成了一代人的城市记忆。

门口贴着的改造通知上写着:商场将进行焕新升级,1F—3F调整改造,4F—8F正常办公,请走6号办公大堂、东二路南门、东三路北门。

公开信息显示,民生百货解放路店此次将升级为民生·JF103,项目打造市内首家24小时“双首层街区MALL”模式。记者拨打民生百货招商电话,一位姓杨的女士透露,计划开业时间为2025年7月。

此次改造定位“未来潮流生活中心”,招商围绕年轻生活方式、集合店、精品零售等业态,用年轻化语言回应时代的选择。将打造“24小时外化内街”,突破传统百货“封闭式盒子”结构,通过外化街区与内部商业联动,重塑消费场景。同时,与周边的民乐园步行街、万达广场形成协同,激活解放路商圈客流。

随后,记者又来到3公里外的民生百货骡马市店。

工作日下午3时,商场1—2层的灯几乎全部熄灭,只有一位保安坐在门口。

门口一块竖着的牌子上显示,6层有电影院、运动空间、游戏馆、密室逃脱等业态,5楼则是潮玩街区,4楼分布有台球厅和KTV,3楼有酒馆。不过,下面还有“以上商户可至对面乘坐18、19号直梯直达”的字样。



▲开元商城景观平台吸引市民前来打卡。

►民生百货解放路店门口贴着改造通知。

本报记者 马昭摄

根据“供销大集”官微披露,民生百货骡马市店将通过潮流二次元+西安历史文化的有机结合,与已签约项目魔幻二次元、景云坊等,携手打造西北地区年轻人追捧的现象级IP主题城市综合体。

而曾与民生齐名的世纪金花钟楼店,如今则成了“大唐文创市集”,记者在现场看到,只有1楼大厅摆放着来自全国的旅游商品。“这是去年9月开的,和以前的世纪金花没关系。”一位导购说。

### 传统商场转型路在何方

民生百货自1959年开业至今,已陪伴一代又一代西安人走过66个年头,其曾是全国十大百货商店之一,同时也是西安地标式商业建筑。

“早年能去民生百货购物,是件相当有面子的事。那时候民生柜台就是品质保证。”市民汪晨晨回忆,“妈妈在那儿买过一件上海的羊毛衫,标价牌上的数字几乎是她半个月工资。”

“你拍一,我拍一,民生大楼有电梯……”“85后”的尹若琳则背起了顺口溜,“我到现在都记得,在我们小时候真可谓耳熟能详。”

民生百货解放路店的发展历程,也可以看作是西安“城墙商圈”发展的一个缩影。

在过去,很多西安人都习惯把去城墙里的地方叫做“进城”。随着城市的不断发展,尽管城墙内的区域仍然是西安的地理中心,但它早已不再是人们生活的中心。

当天下午,记者来到位于西部大道的西安荟聚。孩子们的欢笑与机器人导购的电子音交织成奇异的背景音。负一楼餐饮区的过道里,推着婴儿车的年轻父母与拎着宜家蓝色购物袋的情侣摩肩接踵,网红奶茶店点餐的队伍蜿蜒成“S”形……

同样在城南,距离西安荟聚近8公里的西安万象城,靠着一棵“生命之树”,开业当天实现了近40万客流,带动了近200家区域及城市首店、旗舰店的火爆开业。人流从

地铁站开始聚集,成为西安商业“新地标”。

与民生百货骡马市店隔街相望的开元商城,展现出不同的转型路径。

在其8层的观景平台上,来自成都的游客韩燕玲正在拍照:“我在网上刷到了,专门过来打卡。没想到这里不仅能欣赏到钟楼的美景,还有这么多互动装置,比起传统的商场,这里更像是一个休闲娱乐的好去处。”

目前,商场把5到8层的楼顶天台打造成天台灵感花园、空中艺术空间,向社会免费开放,一层层天台成了时尚浪漫打卡地,吸引了众多市民游客走进商场,登上天台,打卡许愿拍照,俯瞰钟鼓楼。

以购物消费场景为例,可结合自身特色,融入文化艺术元素,打造集购物、文化体验为一体的新型购物空间。在餐饮消费场景打造上,老牌商场可引入更多特色餐饮品牌,打造美食街区,满足消费者多样化的口味需求。张燕建议:“像一些网红餐厅、地方特色小吃集合店等,能吸引大量年轻消费者。”她还特别提到了“首店经济”,“首店作为品牌在某区域的首次亮相,自带话题与流量,能迅速提升商场知名度与影响力。”

本报记者 石喻涵

### 消费升级 看老牌商场如何破局

去年12月,省发展改革委、省商务厅、省文旅厅等16部门联合印发《打造消费新场景释放消费升级新活力行动方案》(以下简称《行动方案》)。

其中明确,围绕居民吃、穿、住、用、行等传统实物消费和服务消费,积极培育和打造餐饮消费、文旅体育消费、购物消费、大宗商品消费、健康养老托育消费、社区消费等6大消费新场景,激发消费市场活力和企业潜能。

《行动方案》特别提到,培育引进

和改造提升一批国际国内知名品牌旗舰店、商业综合体和中高端商超。

“在过去,居民消费主要集中在满足基本生活需求的衣食住行等方面,而如今,消费逐渐向发展型和享受型转变。比如,人们不再满足于传统的跟团游,而是更倾向于自由行、定制游等个性化的旅游方式。”陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕接受采访时表示,“在这样的消费结构变化背景下,老牌商场面临着前所未有的挑战,必须抓住《行动方案》这一政策机遇。”

# 从春菜到春游…… “春日消费”悄然升温

天气逐渐回暖,春天的气息正扑面而来,骑行赏春踏青、摘鲜甜的草莓、尝爽脆的“春菜”、买靓丽的春装……从春菜到春游,从舌尖到心间,春天的气息为“春日经济”注入了勃勃生机。

### 尝一口“春天的味道”

从田间到市场,从市场到餐桌,春菜的“鲜”味正悄然传递着春天的气息。在城区的菜场里,新鲜的芦笋、苔菜,还有刚冒头的茵陈等时令蔬菜成为春日菜场的“座上宾”。2月26日早上9时,劳动公园附近的菜场内,摊主们将新鲜的蔬菜整齐码放,空气中弥漫着果蔬的清香。每种都鲜翠欲滴,吸引了不少顾客驻足。虽然早市时间即将结束,但菜场依旧人头攒动,不少居民围着时蔬仔细挑选,只为尝一口“春天的味道”。“苔菜每斤7元,芦笋12.5元。这些都是最近新上的菜,很受欢迎。”一位摊主说。家住附近的陈阿姨穿梭在摊位前,一眼选中了新鲜的苔菜。“老话说不时不食,当季蔬菜更加健康美味。”陈阿姨

笑着说道。

在明德便民综合市场,赵女士正询问着新上市的茵陈价格。“一斤15元,现在叫茵陈,到了三四月份,它的名字就叫白蒿了,四月份之后,就失去了食用价值,有句俗语说正月的茵陈二月的蒿,三月茵陈当柴烧。”菜摊老板对赵女士说,现在是食用茵陈的最佳时间,也是最嫩的时候,可以凉拌吃,也可以蒸米饭。

香椿作为春季的应景菜,记者走访劳动路附近的菜市场 and 建国门菜市场都未见到它的身影。据菜摊李老板透露,现在香椿的进货价在上百元,“算上运费和损耗,价格更高,想吃的市民可以再等等,气温再升高一些,产量就上来了,价格也会有所回落。”

### 踏青采摘感受田园风光

“高新路上的红梅开放了,一簇簇鲜艳得很,迎春花也开了,咱带着孩子踏青去。”沈娜与闺蜜相约在晴好的天气到周边的乡村,体验采摘的快乐,感受田园风光。

沈娜告诉记者,每年春天她都会和闺蜜相约去踏青,如今都有了孩子,而且孩子年龄也相仿,都能玩在一起,更是不会错过小聚的时光。“采摘草莓,采摘蔬菜,既能让孩子亲近自然,又能吃到自己亲手采摘的果蔬,真是一举两得。”

记者在长安区一家蔬菜采摘园看到,包菜、紫甘蓝、油菜菜等多种蔬菜都可以体验采摘。

采摘园内的工作人员告诉记者,周末来的人很多,基本是带着孩子来体验的。很多孩子也是在这里知道了不同蔬菜的名字。目前园子里的绿叶类蔬菜有十多种可供采摘。

“现在是草莓采摘的旺季,大量草莓成熟了,除了常吃的章姬红颜也就是奶油草莓和巧克力草莓外,还增加了白草莓。”长安区一家草莓采摘园的张老板介绍,奶油草莓和巧克力草莓的采摘价格在20元一斤,白草莓因种得少,价格高些,一斤的采摘价格在45元。如果要采摘白草莓,就要趁早。

### “轻便露营”成踏青主流

随着天气转暖,春游踏青的热度不断上涨。在和煦的午后,约上三五好友,在草地上搭起帐篷、铺上野餐垫,摆好各色餐食,成为春天亲近大自然的“标配”。与此同时,户外运动、野餐露营等轻便露营相关产品也成为热搜产品。

在线上,不少商家已提前聚

焦踏青游,包含帐篷天幕、烧烤炉、营地车、野餐桌椅等露营产品。其中一款三人使用的帐篷,原价200元,优惠后仅需149元。此外,各种果切、蛋糕、速食产品、啤酒饮料等适合野餐的便携食物也成为热搜产品。

本报记者 王嘉



市民在草莓园中采摘。

本报记者 马昭摄