

从“卖商品”到“造场景”

实体店撬动消费新活力

3月28日中午,刘华来到西华林路的一家咖啡馆。操作台前的咖啡师熟练地操作着咖啡机,并不时和一旁的消费者交流着咖啡的研磨技巧、冲泡手法以及咖啡豆的风味特点。咖啡馆的一侧,摆放着琳琅满目的咖啡器具,从复古的手摇磨豆机到时尚的虹吸壶,从精致的咖啡杯到造型独特的滤网,俨然一座小型咖啡博物馆。

如今,西安许多实体店像这家咖啡馆一样,打破传统经营模式,打造出沉浸式、体验式、互动式的消费新场景,不仅吸引了大量消费者,也展现出蓬勃的消费向“新”力。



户外用品店在商场搭建出“露营地”。

场景更新 重构消费体验

3月28日下午,记者来到西部大道上的西安荟聚。3号门入口处摆放着的两顶帐篷打造出春日露营的氛围。走进负一层的户外用品店,几顶色彩斑斓的帐篷错落有致,搭建出了商场中的“露营地”,睡袋、露营桌椅、野炊用具等摆放在帐篷周围。

作为消费场景上新的一大亮点,这是该店铺专门设置的互动体验区。消费者既可以坐在露营椅上,也可以体验睡袋的舒适度,沉浸式感受露营装备的实际使用效果。

记者看到,店铺内还推出了“购物套餐”,将帐篷、睡袋、桌椅等露营必备品组合售卖,为消费者提供一站式购物选择,大大节省了选购时间。

一位导购表示,随着天气转暖,露营商品的销量持续攀升。“我们这次全新打造的春日露营消费场景,就是让顾客全方位、沉浸式感受户外生活的魅力。从目前情况看,销量非常好。”

距离该户外用品店不远,一片由绣球、玫瑰与多肉植物构建的“室内花园”吸引了记者的目光,走近一看,这是一家服装店。

“原本只想买件衬衫,最后抱着玫瑰花束离开,这种跨界体验让人想‘剁手’。”市民娜妮分享着自己店内购物的感受。

当简单的买卖变成可玩可逛的沉浸式体验,消费者自然愿意为更好的体验买单。

科技+IP 重塑消费形态

眼下,数字化已成为实体店发展的必然趋势,通过科技智能重构人、货、场的关系,不仅拓展了消费新市场,也为消费者尤其是年轻人带来了更具吸引力的消费体验。

3月28日下午,位于西安万象城的小米之家体验店内,不少年轻人体验着智能音箱、智能扫地机器人、智能健身器材等产品。

记者看到,店内打造了多个沉浸式体验区域,涵盖手机、电脑、智能家居等数码3C全品类产品,构建起多元化的智慧生活场景。

32岁的张建晖是这里的常客:“现在来实体店,不再只是单纯购物,更是一种‘玩店’的乐趣,在这里能真切感受到科技给生活带来的改变。”

而在京东游戏体验中心,多台SWITCH和PSS主机整齐排列在定

制的展示台上,有的主机前还配备了舒适的座椅。一位刚结束游戏体验的大学生兴奋地说:“这里的游戏设备太赞了,和在家里玩完全是两种感觉。”

当实体店从传统的“交易环节”向“体验中心”转变,消费者能深度感受“沉浸式+未来感”的生活时,何尝不会为心仪的科技产品买单。

根据陕西省《打造消费新场景释放消费升级新活力行动方案》,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。

从顶层设计到市集货架,传统文化符号的年轻化成了打通政策落地的“最后一米”。

在西安大悦城负一层的一家文创店内,来自舟山的马菲菲正在挑选礼物。货架上,盲盒、手办、毛绒

玩具等潮玩商品琳琅满目。“西安的这个‘肉夹馍’玩偶太出名了,我之前总在社交媒体上刷到,这次也给自己买一个挂包上。”

潮流文化品牌依托热门IP形象,开发文创产品,为消费者带来精神层面的满足与归属感,而以兴趣圈层为纽带的社群化消费模式,则进一步将这种情感链接拓展到了现实社交场景中。

走进西安银泰城小寨店,便能感受到浓郁的二次元氛围。一家名为“次元GO”的谷子店内,货架上的商品琳琅满目,从徽章、贴纸,到造型各异的玩偶、手办,应有尽有。

大学生蒋晓雪正专注地盯着一排徽章,“这个徽章是我喜欢的动漫角色,设计特别精美,我找了好久了。”她一边说着,一边将徽章放进购物篮。

政策东风激活消费潜能

当创新场景遇上政策红利,消费升级迎来加速度。

市民谢敏家中的空调已服役7年,制冷效果大不如前,早就想换一台新空调,却因旧空调还能勉强使用而觉得直接丢弃有些浪费。当得知2025年家电“以旧换新”政策后,她带着家人走进位于曲江路的一家家电卖场。

在导购的建议下,谢敏选择了一款一级能效的变频空调。原价为

2699元,参与“以旧换新”活动可享受国补八折优惠,旧空调也能抵扣一定费用。最终,她花了2159元。

工作人员告知,会安排专业人员上门回收旧空调,整个流程十分便捷。谢敏表示:“原本换空调觉得价格有点高,一直犹豫,现在有了这么多补贴,价格太合适了。”

今年,陕西持续推行消费品以旧换新政策,截至3月26日,全省通过以旧换新累计置换家电、数码等

消费品超242万件,带动消费金额突破151亿元。其中家电换新量达110万台,带动消费42亿元;手机、电脑等数码产品换新近90万台,拉动消费26亿元……

这些数字背后,既有老百姓对智能家电、新型数码产品的旺盛需求,也折射出消费观念的升级——大家不再满足于“能用”,更追求“好用”“智能用”。

文/图 本报记者 石喻涵

“以前程序复杂、耗时长,现在一键输入,办理业务简单易懂。”在近期公司参加的投标项目中,陕西明珠建设工程有限公司经营部工作人员郭雪深刻感受到了“智慧移动+指尖交易”带来的便捷。

“暗标盲评”“不见面开标”……西安招投标创新改革跑出降本增效“加速度”。

“暗标盲评”“智慧移动+指尖交易”

西安招投标 跑出降本增效“加速度”

“智慧移动+指尖交易” 破解企业投标成本高难题

西安市公共资源交易中心推出的智慧移动交易系统(西安交易APP)上,招投标信息查询、业务办理、移动参与招投标等多项功能一目了然。

“全国各地企业都可以通过手机APP进行招标文件下载、投标文件上传、扫码解密、在线开标,全过程参与西安市招投标事项。”西安市公共资源交易中心主任李积文介绍,西安交易平台与全国电子营业执照数据对接,投标企业使用电子营业执照扫码登录电子交易系统,进行电子签章、企业基本信息自动导入,实现企业信息免填写、材料免提交、信

息可校验,有效解决企业跨区域登录交易系统难、基本信息核验难、企业信息填报繁杂等问题。

李积文说,通过深入推进“互联网+招标采购”改革,有效解决企业投标成本高等现实难题,交易便利度全面提升。尤其是“智慧移动+指尖交易”,在全国率先开发建设智慧移动交易系统(西安交易APP),投标企业通过手机可全时段、全地域掌握交易市场信息、了解交易动态、办理交易事项、随时随地参与交易活动,实现交易“掌上办”。2024年,完成移动交易项目270个,近万家企业通过手机参与投标,交易额76.39亿元。

实行“暗标盲评” 防范评标“暗箱操作”

陕西建工第七建设集团有限公司通过“暗标盲评”及专家分散席位制的评标方式,成功中标一个项目,企业工作人员称,这种评审改革,更能显示专家评审的公平公正。

西安市公共资源交易中心业务一处处长樊鑫介绍,“暗标盲评”是运用数字化手段屏蔽投标人信息,专家在隐藏企业名称的情况下进行评审,有效解决评标专家打感情分、关系分等问题,降低了评标专家“被围猎”的风险。

2024年,实施“暗标盲评”项目103个,其中8个项目实施“暗标盲评+远程异地”。同时,常态化实施远程异地评标,发起成立“黄河流域公共资源交易跨区域合作联盟”,与13个省市的50家交易中心开展跨区域交易合作,实施常态化远程异地评标,有效防范评标“打招呼”“找熟人”“暗箱操作”等问题。“这是强化数字赋能强有力的举措,与传统的招投标相比,是颠覆性的发展与改革。”樊鑫说。

全面推行“不见面开标” 降低投标企业成本

围绕解决企业投标成本高、资金周转难等痛点问题,西安市对开标模式、投标担保进行改革创新,全面推行“不见面开标”。在招标采购领域全面实施“线下不见面、线上面对面”的“不见面开标”模式,大幅提高开标效率,降低投标企业人员、交通、差旅、时间等成本。

“我们通过西安交易APP发布招标公告,投标企业可以在手机上了解情况,随时参与交易活动。”西安经发地产有限公司招标采购部袁姓工作人员说,现在参与招投标的央企和外地企业越来越多,这得益于西安市不断以数字赋能提升招投标工作。

“‘不见面开标’让企业代表不用出差,这样对企业来说,省时省力又省钱。”李积文介绍,2024年开展了5431场次“不见面开标”,节约交易成本约9500万元,不见面开标率达100%。

不仅如此,西安市大力推广电子保函,开发建设金融服务平台,将电子保函系统纳入公共资源交易平台,面向银行、保险、担保等保函机构开放。“23家保函机构在交易平台为企业提供电子保函在线申请、保函开具、在线提交的全流程电子化服务,有效解决纸质保函办理繁琐、保函造假、投标企业信息泄密等风险。”李积文说。

西安市发展和改革委员会相关人员表示,接下来将充分立足于企业和市场需求,以新思路、新方法、新手段,继续加大“数字+招投标”改革创新,拓展智慧移动交易应用范围,打造“移动交易中心”,探索“远程异地+分散席位+暗标盲评”专家评审新模式,强化阳光交易平台建设,推动招投标领域营商环境实现新突破。

本报记者 张维

数字消费寻“新”记