

从单向推销变成双向体验 商场成汽车营销新阵地

“去商场买杯奶茶,结果被汽车‘种草’了。”11月30日,某去商场只想买奶茶结果被车洗脑了#话题持续发酵,阅读量突破3.7亿,无数网友分享“逛街偶遇好车”的种草经历。这波热搜背后,是一场悄然蔓延的汽车营销场景变革——众多汽车品牌扎堆进驻核心商圈,让看车、选车从“特意奔赴”变成“顺路邂逅”。

“以前卖车靠‘守株待兔’,4S店开在城郊汽车城,只有明确购车意向的人才会专门跑一趟。”昨日,某新能源汽车品牌销售经理在采访中直言,传统4S店模式包括年租金、售后设施投入、人员成本等,月均运营压力超50万元。而商场门店的出现,精准破解了这些痛点。

“商场店面面积只需300-500平方米,仅陈列2-3台热门款展车,无需配套复杂售后设施,综合成本比4S店降低60%以上。”另一位受访的品牌渠道负责人算了一笔账。更核心的优势在于流量获取——西安荟聚这类城市综合体日均客流量可达3

万-5万人次,是传统4S店的10倍以上,前来购物、餐饮、休闲的消费者,即便没有明确购车计划,也可能因偶然驻足成为潜在客户。

正在体验小鹏汽车的郑飞告诉记者:“前往距离较远的4S店往往要提前安排时间,而在商场里,从小鹏出来隔壁就是小米、理想的店面,短时间内就能横向对比多个品牌,大大降低了看车的时间成本。”

小米汽车门店销售员黄熙同说,进店的消费者有99%都不会当场购买车辆,但仅剩的1%已足够可观,门店平均月销售额能达到30-50辆,最高时曾冲到500辆,这正是人流量带来的巨大红利。

腾势汽车销售员也补充道,虽然商场高租金、小空间给品牌带来了挑战,但通过与购物中心的咖啡店、餐饮店合作,能吸引原本买衣服、喝奶茶的顾客,让他们在不经意间被汽车品牌吸引。

场景变革的背后,是消费逻辑从“功能满足”到“情绪价值”的升

级。采访中多位销售顾问提到,年轻消费者购车已不再局限于参数对比,更看重产品能否融入生活场景、彰显个性。

为此,车企将商场门店打造成“生活体验空间”,比如小米汽车的门店内,不仅陈列着展车,还摆放着笔记本电脑、电视等其他小米产品,让消费者在休闲购物的空隙顺带体验车辆,感受更自然。

“4S店模式是‘人找车’,商场模式是‘车找人’。”深耕汽车销售行业十年的刘同总结道。如今,车企已形成“商场体验+交付中心+移动服务”的去中心化布局:商场门店负责品牌曝光与场景体验,交付中心专注车辆交付,售后服务则通过移动服务车覆盖全城。这种渠道重构让服务半径从4S店扩展至全城。

当汽车品牌走出专业卖场,融入买奶茶、逛超市的日常生活,当营销从单向推销变成双向体验,逛商场“顺便买车”或许将成为常态。

张泽宇 本报记者 石喻涵

模拟实战 以训提能 筑牢突发环境事件处置防线

本报讯(记者 陶颖) 11月27日,西安市生态环境局未央分局联合西安市未央区应急管理局等相关单位,共同开展2025年未央区突发环境事件应急演练。

演练模拟危险废物经营单位西安星锐德商贸有限公司员工在库房转移废铅蓄电池至暂存料斗时,电池因挤压、碰撞导致壳体开裂,电解液泄漏后与金属料斗发生电化学反应,产生热量并加速分解析出氢气。受库区通风系统故障影响,氢气积聚至爆炸极限(4.1%-74.2%),操作工整理电池时碰撞产生火花引发爆燃,引燃周边电池外包装及泄漏电解液,火势沿料斗竖向蔓延,伴随含铅烟、硫酸雾及颗粒物、一氧化碳等有毒有害污染物。一名操作工撤离时吸入烟雾,出现胸闷、头晕症状。

辖区生态环境部门接报后,即刻向局领导汇报并启动应急预案,统筹各组开展处置:应急处置组(执法大队)备齐处置物资与防护设备,应急监测组(监测站)携带监测仪

器及防护服装,信息发布组(综合业务科)准备摄录器材,同步赶赴现场;应急保障组(办公室)做好后勤保障与信息报送工作。

抵达现场后,处置组判定事故可控性并上报指挥组,监测组快速开展环境应急采样;指挥组依据研判发布应急指令,向上级汇报情况并协调政府部门组织周边居民防范。处置组在防护区边缘设隔离带与警示标志,按规定勘察取证,走访周边小区居民,通报、疏散可能受污染影响的单位及群众,避免人员伤亡;监测组实时上报污染程度与范围,为处置提供数据支撑;信息发布组对接媒体做好新闻发布。经专家研判,确认现场处置完毕、污染消除且无新增人员伤亡后,事故应急处置正式结束。

演练结束后,相关单位对辖区两家危险废物经营单位开展突发环境事件应急处置培训。此次培训采用“理论+案例+实操”相结合的模式,围绕火灾预防、初期扑救和逃生自救三大核心展开。

冬季室内干燥致鼻出血多发 医生支招科学应对

本报讯(记者 阮班慧)近日,西安市红十字会医院互联网医院耳鼻咽喉头颈整形修复科的线上问诊量显著攀升,鼻出血患者成为咨询主力军。医生提醒,暖气导致的室内干燥是主要诱因,掌握科学应对方法可有效降低风险。

68岁的王大爷有10年高血压病史,他通过线上咨询反映,近一周家中24小时开着26℃暖气,已先后3次鼻出血,还伴随头晕乏力。

接诊的医生武文韬分析,王大爷的情况与暖气房干燥环境密切相关,加上血压波动,导致鼻出血频繁且止血困难。医生给出针对性指导:将暖气温度调至20℃-22℃,使用加湿器

或放置水盆将室内湿度维持在40%-50%;每天用生理盐水喷雾喷鼻2-3次,睡前涂抹少量凡士林保湿;严格监测血压,若持续高于140/90mmHg需及时联系心内科医生调整降压药;遵循“前倾按压+冰袋敷鼻梁”的止血方法,15分钟止不住需立即就医;同时注意饮食清淡,多补充水分和维生素。

为何暖气季鼻出血高发?武文韬解释,冬季开启暖气后,室内湿度通常低于30%,鼻腔黏膜水分快速流失,变得干燥脆弱,血管易破裂;加之门窗紧闭导致污染物浓度升高,刺激鼻腔黏膜;若叠加血压波动、饮食辛辣等因素,出血风险会显著增加。

无人机当上燃气管道“巡检员”

本报讯(记者 赵丽莉)西安开远半岛广场小区的居民近日发现,小区里有无人机在住宅楼周边盘旋。这并非普通的航拍,而是西安秦华燃气集团有限公司利用搭载“黑科技”的无人机,为小区开展智能巡检。

“安全检查完毕,重点区域锁定。”随着无人机的缓缓降落,西安开远半岛广场小区的燃气安全巡检仅用40分钟就高效完成任务,精准锁定后续入户安检范围,人机搭配的工作模式大幅提升了小区入户安检质效。

在城市燃气安全检测中,部分住户因长期外出等原因导致的“到访不遇”问题,一直是困扰传统人工巡检的痛点,不仅形成安全隐患监管盲区,也成为城市治理的一道难题。为解决传统燃气巡检面临“入户难、效率低、盲区多”等问题,西安秦华燃气集团有限公司将“无人机高灵敏检测技术”列为主要研发项目,引入搭载激光甲烷遥测模组的无人机,采用“不接触、远距离、全覆盖”的检测新



无人机在楼外隔窗检测室内燃气浓度。

模式,实现楼外隔窗检测室内燃气浓度,减少对居民生活的干扰。

目前,无人机已覆盖日常巡检、应急抢险等多个工作场景,其中,小型机专注于居民区普查,日检测能力超过500户;大型机则应用于应急场

景,能够快速、精准锁定泄漏点,为后续的抢修争取时间,提升工作效率。此举旨在精准排查因“家中无人、联系不上”而长期未能进行常规入户安检的居民,为燃气安全再添一道“科技防线”。

“伊利营养2030”公益项目走进延安 用营养守护孩子梦想



捐赠仪式。

11月28日,“伊利营养2030”公益项目捐赠活动在延安市宝塔区延安职业技术学院附属中学举行,伊利集团为宝塔区捐赠1.2万盒伊利学生奶。伊利集团陕西分公司总经理马佳、延职附中校长高云等领导和嘉宾共同见证了这一善举。

延职附中校长高云对伊利集团捐赠爱心牛奶的善举表达了由衷的感激。他认为“伊利营养2030”公益活动为尊师重教的良好风尚树立了典范。希望同学们能够铭记爱心人士의深厚情谊,以勤奋学习、优异成绩来感恩社会、学校和父母。同时,也期待社会各界能继续关注和支持教育事业,为教育事业的发展献计献策,共同推动宝塔区教育事业的繁荣与进步。

伊利集团陕西分公司总经理马佳

在“伊利营养2030走进宝塔区”公益活动致辞中强调,伊利集团作为亚洲乳业第一、全球乳业五强的民族乳企,不仅致力于为消费者提供高品质乳制品,更坚持以公益践行社会责任,“伊利营养2030”项目目前已覆盖全国28个省级行政区,累计投入1.1亿元,惠及近82万名学生。这些数字背后,彰显着伊利作为乳业龙头的责任担当,用营养守护孩子的梦想。在陕西,伊利已经向西安、榆林、铜川、汉中等多地捐赠学生奶,把健康与关爱送给孩子。

“伊利营养2030”将坚定落实乡村振兴和健康中国两大战略,搭建一个能够让社会各界参与进来的“伊起公益”平台,践行营养物资捐赠、健康知识科普、梦想关爱守护三大行动,用营养守护孩子的梦想。

唐朝



捐赠现场。