

突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”

以汉服为媒,洛阳找到文旅转型发展的“核心密码”

本报记者 余嘉熙 本报通讯员 王佳宁

“来洛阳,怎能不穿一次汉服呢”“洛阳的汉服氛围太好了”“洛阳是捅了‘神仙窝’吗”……今年以来,河南洛阳的汉服频频登上热搜,话题热度居高不下。

立足数千年的历史积淀,洛阳发挥汉服经济的长尾效应,突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”,持续培育全产业链与文旅资源的深度融合,让洛阳汉服火爆“出圈”。例如,洛阳推出的满城汉服秀、全城剧本杀、夜宿博物馆等活动,背后靠的正是“人无我有,人有我新”的颠覆性创意。

业内人士指出,就像淄博因烧烤火热,柳州因螺蛳粉走红,洛阳则以汉服为媒,找到了文旅市场转型发展的“核心密码”。

全产业链打造沉浸式“穿越”体验

“我这么大年纪了,在其他地方穿汉服不好意思,来洛阳感觉很普遍,大家都这么穿。”杭州40多岁的王女士和女儿跨越千余公里,来洛阳专程体验汉服。

据统计,洛阳市共有400余家汉服体验馆,形成了涵盖汉服设计、制造、租售、妆造、跟拍等服务的产业链,让整个城市都成了汉服的“秀场”。

“我们店里大概有300套服装,以汉服为主,涵盖唐风、宋制、明制等风格,能满足

阅读提示

今年以来,河南洛阳的汉服频频登上热搜,话题热度居高不下。洛阳突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”,持续培育全产业链与文旅资源的深度融合,让洛阳汉服火爆“出圈”。

游客的多种需要。洛邑古城景区桃禧汉服体验馆老板李冰洋表示,“服装+造型+拍摄+修图”,“一条龙”服务成为不少游客的选择。

除了推出汉服配饰,研发汉服盲盒、手办等文创产品,洛阳还全力打造“沉浸式”汉服体验:唐代酒楼、宋代商铺、明清建筑,多民族文化在此融合;小桥流水、青砖黛瓦,“一步一景”让洛邑古城、应天门、天堂明堂、九洲池等景区成为天然的摄影棚;“梦里隋唐·尽在洛邑”汉服文化节、“神都华裳”国风走秀,让一批批游客乐此不疲……

此外,洛阳将汉服元素融入其他产业链节点,打造出“汉服+演艺”“汉服+研学”“汉服+节会”,多维度、持续地丰富着游客的汉服体验。

爆款IP与城市营销的“狂欢”

扑朔迷离的剧情、烧脑跌宕的推理、尘封千年的文物、神秘刺激的古墓、雍容华贵的牡丹……在“神都奇幻志”全城剧本杀活动中,洛阳打造《神都诡事录》《无上龙门》等40多个

沉浸式剧本娱乐项目,让游客穿上汉服,选择身份进入到剧本情节中,通过NPC(非玩家角色)演绎、互动,创新剧本新玩法,吸引大批游客慕名而来。

“汉服+剧本杀”只是洛阳市抢抓文旅产业新机遇的一个缩影。从《唐宫夜宴》到《洛水水赋》,从《登场了!洛阳》到《风起洛阳》,多个文旅爆款IP让洛阳频频出圈,形成独具特色的城市标识。

“通过爆款IP,推动汉服体验与其他业态的跨界融合,形成新业态新服务,让游客在多样化体验中强化旅行记忆。同时,通过线上渠道推动热点话题与城市营销交互传播,持续提高城市热度,是洛阳‘汉服经济’火爆出圈的又一密码。”业内专家表示。

以汉服高效引流,洛阳的城市营销一炮而红:通过与抖音、微博、快手、小红书等社交媒体平台合作,共同策划热搜冲榜活动,并在携程、美团等消费支付平台上精准推送汉服体验产品。美团、大众点评数据显示,今年1月~7月,洛阳汉服相关的商家数超过700家,线上订单量比去年增长超600%。

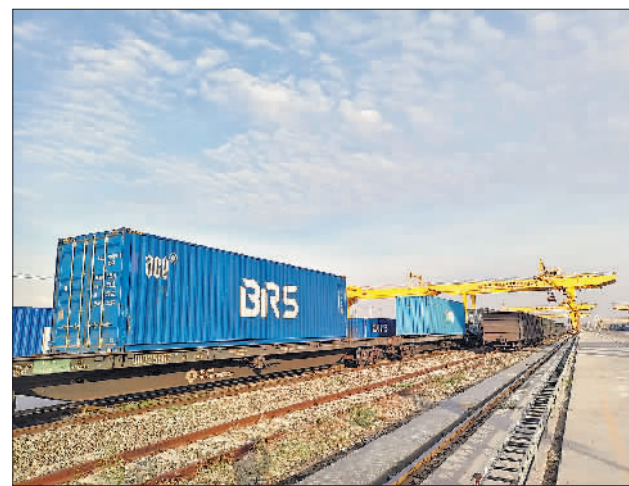
引爆“Z世代”的消费热情

第40届中国洛阳牡丹文化节期间,推出了“神都奇幻志”全城剧本杀、“隋唐洛阳城国风穿越节”、博物馆奇妙夜等一系列特色文旅活动,将目光投向青年。

“洛阳不仅抓住了移动端传播平台、短视频传播载体、交互式传播方式,更重要的是,抓住了‘Z世代’主流消费群体追求个性、愿意为兴趣买单、为体验付费的心理需求和消费需求,抓住了年轻人的‘胃口’,引爆了消费热情。”有专家表示。

洛阳这座千年古城,处处焕发着年轻新活力:借助互联网平台设计线上购票、通关认证、积分兑换等新玩法,吸引年轻人到景区闯关打卡;创新推出最低39元起的汉服体验套餐,有效满足并进一步引爆年轻人低消费门槛、深度体验需求;汉服秀、电音音乐节、Cosplay漫展等活动,满足年轻群体多元化社交和圈层文化需求,引领消费潮流……

为了打造更好的顾客体验,洛阳持续释放“青年友好型城市”的满满诚意:全市跨界合作定制100万个“牡丹主题盒”,发放价值500万元的旅游消费券,在热门景点设立综合服务岗,推出景区延长开放时间、游客驾车违章灵活处理、公共交通延时服务、政府大院免费停车等措施;老城区开展“规范明码标价行为维护市场价格秩序”行动,持续释放“汉服友好”的城市态度。



霍尔果斯铁路口岸通行班列持续增长

11月8日,一列从哈萨克斯坦驶来的班列抵达霍尔果斯铁路口岸。

霍尔果斯铁路口岸于2012年12月22日实现通车运营,目前是中欧班列的主要通道。该口岸的班列线路有80条,可到达德国、波兰、比利时等18个国家。今年以来,该口岸中欧(中亚)班列通行数量持续增长,已经连续5个月保持在每月600列以上。

本报记者 毕振山 摄

10月CPI同比下降0.2%

环比下降0.1%

本报北京11月9日电(记者时澜娜)国家统计局今天发布的全国CPI(居民消费价格指数)和PPI(工业生产者出厂价格指数)数据显示,10月,CPI同比下降0.2%,环比下降0.1%;PPI同比下降2.6%,环比持平。

10月,受天气晴好农产品供应充足、节后消费需求回落等因素影响,CPI略有下降。从同比看,CPI下降0.2%,主要是因为食品价格降幅扩大。食品价格下降4%,降幅比上月扩大0.8个百分点。食品中,猪肉价格下降30.1%,降幅扩大8.1个百分点,影响CPI下降约0.55个百分点;鸡蛋、牛羊肉、鲜菜和食用油价格也下降较多,降幅在3.5%~6.4%;鲜果价格由上月下降0.3%转为上涨2.2%。

从环比看,10月,CPI下降0.1%。其中,食品价格由上月上涨0.3%转为下降0.8%,影响CPI下降约0.14个百分点,是带动CPI环比由涨转降的主要原因。非食品价格由上月上涨0.2%转为持平。

据测算,10月,扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.6%,涨幅略有回落。

PPI方面,10月,工业生产经营活动保持扩张,受国际原油、有色金属价格波动及上年同期对比基数走高等因素影响,PPI环比由上月上涨0.4%转为持平,同比下降2.6%,降幅比上月扩大0.1个百分点。

发展指数为120.6,比上年增长2.5%

我国海洋发展韧性与活力持续彰显

本报北京11月9日电(记者杨召奎)今天,中国海洋发展研究会和国家海洋信息中心联合发布的《2023中国海洋发展指数报告》(以下简称《报告》)显示,2022年中国海洋发展指数为120.6,比上年增长2.5%,海洋发展稳中提质,韧性与活力持续彰显。

《报告》指出,2022年,海洋经济发展与民生改善同频共振。海洋经济民生指数为123.9,比上年增长3.8%。2022年,海洋生产总值9.5万亿元,比上年增长1.9%,海洋经济增长显示了较强的韧性。海洋新兴产业增加值比上年增长7.9%,产业结构不断优化。海洋渔民人均纯收入达3.2万元,社会民生保障能力持续增强。

2022年,海洋科技创新指数为124.2,比上年增长2%。重点监测的海洋科研机构人均研发投入有所下降,比上年下降近10万元,但人才队伍规模逐渐壮大,研发人员比上年增长7%。海洋科技研发成果不断涌现,每万名海洋研发人员发表海洋科技论文数和专利授权数分别比上年增长2%和2.8%。

《报告》还显示,2022年,海洋资源利用指数为122,比上年增长4%。用海用岛审批程序不断优化,批准用海面积19万公顷,海洋空间资源保障有力。海上风电发电量比上年增长116.2%,海洋能源开发利用能力显著增强。海水淡化日产能比上年增加50万吨,海水利用能力稳步提高。

用心守护温暖防线,保障民生用能底线

中国石油全线发力打好冬供攻坚战

本报讯(记者王冬梅)11月6日以来,位于天山南麓的中国石油塔里木油田克拉2气田夜间气温降至零摄氏度以下,石油人顶着严寒穿梭在天然气生产装置之间,精细巡检,确保天然气源源不断平稳注入西气东输大动脉。

面对北方近日多地出现的大风降温和雨雪天气,中国石油各企业厉兵秣马,攒足“气力”迎接冬供大考,用心守护温暖防线,保障民生用能底线。

据悉,中国石油各大主力气区开足马力增储上产,稳固国产气压舱石作用。作为国内首个500亿立方米大气区,大庆油田紧抓老气田稳产,冲刺新井投产应用。截至目前,今年累计生产天然气421.88亿立方米,“全副武装”进入冬供作战状态。塔里木油田稳步提升天然气生产能力,进入用气高峰期后,日产量将由8100万立方米逐步攀升至1亿立方米。西南油气田精细气田开发生产,狠抓新井快速建设和老井产能维护,保障天然气产能释放。

与此同时,中国石油强化资源筹措,保障进口气源平稳供应。11月3日,世界最大的LNG运输船“阿米拉”号顺利靠泊江苏LNG接收站码头,带来11.4万吨液化天然气,为保供长三角进一步攒足“底气”。

今年的亮点是地热加入供暖行列,为冬季保供注入绿色动能。11月5日,曹妃甸新城地热供暖项目顺利升温供暖。冀东油田积极开拓地热供暖业务,地热供暖面积达1173万平方米。



11月6日,埃塞俄比亚展台工作人员正在拍摄视频。
本报记者 刘金梦 摄



11月6日,来自突尼斯的参展商在向采购人员展示商品。
本报记者 刘金梦 摄



走进进博会国家展

国家综合展是进博会的重要组成部分,今年进博会国家展全面恢复线下举办。其中,中国馆规模为历届之最。据了解,第六届进博会共有69个国家和3个国际组织亮相国家展,涵盖发达国家、发展中国家和最不发达国家,其中有64个共建“一带一路”国家。参展国中既有多次参展的“老朋友”,又有11个首次参加国家展的“新面

孔”,还有34个国家为首次线下参展。

今年国家展通过现场展示、互动体验等多种方式,近距离展现各国科技创新、优势产业、投资环境等领域精彩内容。

上图为11月6日,国家展中国馆现场。

本报记者 刘金梦 摄

签约成交如火如荼,多个交易团采购额创新高

“四叶草”里采购忙,“展品变商品”已在路上

聚焦进博会

本报记者 裴龙翔 曲欣悦 茹晓茜 刘金梦

今天,第六届中国国际进口博览会进入第6天。自开展以来,各方热情高涨,签约成交如火如荼,多个交易团采购额创下新高。

从百姓餐桌上的泰国椰青、波士顿龙虾,到各类极具科幻感的机器人,再到助力飞机翱翔蓝天的发动机航材,来自世界各地的先进装备、优质商品和服务,源源不断装进采购商的购物车……“展品变商品”“商品变爆品”的故事愈加精彩。

高品质供给为美好生活“补货”

连日来,进博会盒马展台上人头攒动,不少观众都想一睹即将进入中国市场的新品好物。依托进博会的平台和溢出效应,近年来,依云矿泉水、勃艮第红酒等越来越多的法国优质商品,出现在了盒马的货架上。

盒马CEO侯毅表示,今年以来,盒马仅旗下“全球购”业务部门的销售增速就达到78%,为200多个国际品牌进入中国打开

了新通路。

进博会开展第二天,盒马与7家法国企业签订合作协议。11月6日,盒马副总裁沈丽在签约会上表示,盒马依托全链路数字化运营、全国化线上线下销售网络与全球化垂直供应链建设,可以将来自法国源头的优质商品源源不断地带给中国消费者。

借助进博会平台,了解国际先进技术、对话国际同行、引入国际领先产品也是中国不少企业的目标。本届进博会上,迪安诊断技术集团股份有限公司计划大批量采购罗氏集团的各种体外诊断、生化免疫等器械试剂产品。

“这些设备将主要用于大规模临床样本检测等工作。”迪安诊断东区交付中心总经理陈美介绍,“加快引进高质量的国际产品,既能拓宽和优化采购渠道,与国际先进技术接轨,同时也是为了提升临床诊断的效率和品质,惠及更多百姓。”

先进装备技术助力高质量发展

进博会期间,瞄准产业升级、绿色低碳、转型发展的订单同样引人注目。

进博会首日,上海交易团“首单”就已敲定,全国领先的工业用品采购服务平台震坤行工业超市(上海)有限公司与美国陶氏集

团签署了价值3亿美元的采购订单。“我们将借助进博会,携手全球供应商,精选海内外优质品牌,持续优化上游供应体系。同时展现中国工业用品供应链的数字化服务能力,带动工业用品出海。”震坤行董事长兼CEO陈龙说。

本届进博会,中国石化交易分团与来自16个国家、地区的38家合作伙伴签订采购协议,涉及原油、化工品、设备、材料、农产品等11大类、29种产品,采购签约金额达403亿美元。诸多协议中,与卡塔尔能源公司签署的合作协议受到各方关注,协议包括为期27年的液化天然气(LNG)长期购销协议和上游参股协议。

中国石化董事长马永生表示,与卡塔尔能源公司的合作有助于进一步优化中国能源消费结构,构建新型能源体系,助力我国实现“双碳”目标。

双向赋能促进共同成长

在“买买买”的同时,通过合作补齐对方短板,助力双方更好成长,同样成了展馆里参展商和采购商津津乐道的故事。

今年进博会上,中国东航签署多轮采购订单,总额超25亿美元,总签约金额、“一带一路”签约项目数量及金额均创历届最高水

平。作为全球首家商业运行国产大飞机C919的航司,东航此次还聚焦C919未来大规模、高质量运营,与霍尼韦尔、GE航空航天、CFM等企业,就涉及C919的HGT750型APU维修授权、LEAP-1C发动机及备发,签署采购协议。

东航携手全球知名企业为国产民机创造更完善的运行支持体系,也为全球供应商共享中国民航、中国民机的市场机遇创造了新空间。在东航的APU选型协议签约现场,霍尼韦尔负责人表示:“很高兴再次通过进博会这一平台与长期合作伙伴中国东航达成合作,进一步深化双方合作伙伴关系。”

连续5年参加进博会,良品铺子的国际原辅料或成品合作规模已超过12亿元。“今年进博会,我们又与两家国际供应商施皮茨、澳牧签订框架协议,采购订单金额达5000万元。预计未来3年,双方将围绕原辅料采购、产品研发、质量管控等多维度展开合作。”良品铺子供应链副总裁刘玲表示。

(本报上海11月9日电)

更多精彩内容
请扫描二维码