

解锁春节消费“新玩法”

新甘肃·甘肃日报记者 杜雪琴

在“风起大汉”来一场穿越之旅;在“城市之眼”赏金城夜景;在省博艺术中心选购精品文创;在年货市集“买买买”……

新春将至,你想好怎么玩转消费、嗨翻春节了吗?

这不,攻略来了。

春节前,记者带你走进兰州各大商圈,实地体验一系列新场景、新玩法,在浓郁的年味中感受时尚消费的魅力。

“潮”经济



特色店成为“流量密码”

“我的波士顿龙虾用蒜蓉清蒸”“我的海鲈鱼做成烤鱼”……听到这些点菜要求,你不是以为到了高档海鲜餐厅。

其实,这里是前不久刚刚开业的永辉超市兰州城关万达店。超市的海鲜加工房里,厨师徐世昆正忙着为顾客加工各色海鲜。他一天至少能做30多个海鲜加工类的菜品。

“我们有80多种海鲜产品,现在大家生活好了,吃海鲜的人越来越多。”徐世昆说,在永辉超市买海鲜,买活鱼和虾,提供打氧服务;需要成品,可以先沥水称重,再现场加工。

“这会儿拿回去就能吃了,很方便!”刚刚拿到蒜蓉虾的姜女士满意地说。

不只是食品加工,永辉超市的暖心服务还藏在更多小细节里。记者看到,商品货架上,电子价格牌上不仅有商品产地、检测结

果等基本信息,还有如何挑选商品的小贴士;货架旁的包装袋上方有个湿漉漉的黄色小球,方便顾客搓开塑料袋;每个货架都配有放大镜,方便有需要的顾客查看商品信息。

在便民休息区,刚刚结束账的市民杨燕丽正带着两个孩子休息吃东西、喝茶。

“超市不仅种类齐全、菜品新鲜,更重要的是服务好。”杨燕丽说,现场加工好的食品,结完账就可以在休息区吃。

永辉超市的入驻,给兰州万达广场最直观的变化是客流量增大。

数据显示,永辉超市兰州城关万达店,开业前三天销售总额超350万元,日均结算客流1万人次。

在消费需求日趋多元化的当下,特色店成了商圈发展的“流量密码”。

反弹琵琶、乐净天游·乐染、百瑞迎祥·慧引……2月4日中午,兰州万象城甘肃省博物馆艺术生活馆里,从南京放假回家的大学生白玉星正在给自己的大学室友挑选礼物。

“我们省博的文创很火,今天是为了买礼物专门来的。”白玉星说,把文创店开在商场里,有特色又好逛。

兰州万象城甘肃省博物馆艺术生活馆文创产品种类丰富,以“绒化博物馆”“甘肃(不)土特产”两大IP为代表的“绿马挂件”“麻辣烫”“砂锅”“黄芪”等文创产品更是深受消费者喜爱。

“在这里,我们将文物IP转化为可触摸的生活场景,让历史从展柜‘走入’日常生活,引起人们的文化共鸣。”兰州万象城甘肃省博物馆艺术生活馆负责人说。

与甘肃省博物馆艺术生活馆的合作,是兰州万象城深耕本地化表达的有益尝试。2025年,双方合作推出了“马上起飞毕业季”、将静宁苹果打造为IP,并在聚光场呈现“果然PARK”主题空间广受欢迎。

作为华润万象生活在西北的旗舰项目,兰州万象城致力于打造一个多元融合的城市生活中心,引入超300家品牌,其中逾七成国际名品与餐饮为区域首店。

体验类消费火出圈

“想开客棧你会算数吗?”“会啊!”“1+2等于几?”“等于3!”“哈哈哈,错了!错了!”

2月4日下午,在兰州市七里河区兰州中心商贸体“风起大汉”沉浸式演艺街区的“新龙门客栈”剧场,金梅和金柱子以脱口秀的方式与现场观众互动,时不时逗得大家捧腹大笑。

1月31日,闭园升级重新开业的“风起大汉”沉浸式演艺街区,紧扣现代消费趋势,以“在地文化活化+前沿艺术表达”为核心,完成了商户、演艺、互动、场景四大内容升级。

“我们重构汉风新体验,重新筛选入驻商户,新增了马年主题萌宠乐园、5D幻境空间特色业态。”风起大汉项目市场部总监王思博介绍,项目新增《金枝选婿》《红袖点良人》等众多互动演艺,并推出“银票通行”互动机制,让游客沉浸式感受汉风世界。

王思博介绍,街区优化餐饮与商品体系,引入非遗体验项目,汇聚甘肃特色小吃,形成涵盖非遗手作、古风服饰、文创零售等多品类的业态布局。

文旅项目进商场,是兰州中心一次大胆的探索。

“我们综合体位于省博物馆对面,具有发展文旅项目的优势。”兰州中心企划部总监何国庆介绍,引进文旅项目对商超引流效果明显。2025年,兰州中心客流量达到3900万人次,比2024年提升了8%。

“与过去注重商品相比,现在的购物中心更注重场景化,因为消费者以社交和娱乐消费为主。”何国庆说,现在的消费者更愿意为体验买单,“在我们的广告宣传、价格促销活动很少,更多的是场景化活动。”

今年元旦,兰州中心一楼中心厅举办了一场随机舞蹈活动。这种以流行音乐为背景的集体娱乐性舞蹈活动,主要流行于年轻人群体。

“参与者根据随机播放的音乐即兴跳出对应的舞蹈动作,无需预先编排,强调自由表达和即时互动。”何国庆说,这种年轻、时尚的活动起到了很好的效果。新年第一天,兰州中心客流量创了历史新高,达到22万人次。

文旅项目和商超结合,兰州中心并非个例。

2月3日傍晚,在兰州市七里河区万达广场三层的室外茂兰卡仑空中乐园,浙江游客王莹和朋友正在有着“兰州”字样的网红打卡点拍照打卡。

“摩天轮建在商场顶部,很有特色,就想来体验一下。”王莹来之前做攻略,计划晚上坐摩天轮看兰州的夜景。

城市之眼摩天轮项目占地面积1万平方米,以摩天轮为核心,精心打造了空中花园。花园集网红集市、夜市排档、露天酒吧于一体,还有多样化的主题打卡点和休闲吧作为点缀,配套设施一应俱全。

“我们想要打造城区的标志性建筑,为城市增添一道亮丽的风景线。”茂兰卡仑空中乐园(兰州)有限公司兰州市七里河区(城市之眼)项目经理时广然说,该项目2025年2月开工建设,

特色店成了商圈发展的“流量密码”

永辉超市兰州城关万达店,开业前三天销售总额超350万元,日均结算客流1万人次。

文旅项目进商场

2025年,兰州中心客流量达到3900万人次,比2024年提升了8%。

2026年第一天,兰州中心客流量创历史新高,达到22万人次。

开业至今,兰州万达茂累计举办促消费活动

500余场次,带动区域消费增长超20亿元。

当年8月投入运营,截至目前营业额达200多万元。

“这里正在成为兰州一处消费者社交互动、美食聚会以及户外体验的聚集地。”时广然说。

“摩天轮不仅是游乐设施,更是城市文化的载体。”兰州万达茂负责人介绍,夜幕降临时,摩天轮的光影与黄河水面交相辉映,成为七里河区“夜兰州·七里香”夜间经济的标志性景观,日均接待游客量峰值突破3000人次,节假日更是一票难求。

如果说摩天轮是吸引市民的“流量入口”,那么丰富的体验类业态则是留住人气的“核心密码”。在兰州万达茂,从充满科技感的引力矩阵到流光溢彩的星聚汇KTV,从五大主题乐园到300家知名品牌,全年龄段的消费需求都能得到满足。

“引力矩阵是我们为年轻群体打造的潮流运动空间,这里不仅有蹦床、VR电竞等热门项目,更设置了赛博机器人互动、随机舞蹈等沉浸式体验场景。”兰州万达茂负责人介绍,作为西北领先的室内运动娱乐综合体,引力矩阵凭借“减压+解压+社交”的多元属性,成为年轻人周末聚会的首选地,日均接待量超2000人次。

兰州万达茂还规划了一街五园,涵盖冰雪乐园、海洋乐园、儿童成长中心等多元场景,形成“购物+休闲+娱乐+文旅”全链条消费生态。

数据显示,开业至今,兰州万达茂累计举办“非遗社火”“新春游园会”等促消费活动500余场次,带动区域消费增长超20亿元。

年货消费玩转“传统+新潮”

年的脚步越来越远,兰州市大街小巷的年味愈发浓郁,消费也越来越旺。

2月5日上午,记者走进兰州市安宁区的延兴实惠酒楼,看到一派忙碌景象。

延兴实惠酒楼店长王玉庆正与店员核对除夕当晚的预订信息,“最近客人预订年夜饭较多,目前,除夕晚上的桌子全部订满了。”

延兴实惠酒楼在安宁区因为价格实惠、菜品好,深受消费者喜爱。王玉庆介绍,今年除夕,酒楼预计能接待60多桌客人。

记者在走访过程中发现,许多酒店除夕夜的年夜饭都已经预订满了。王玉庆说,现在的消费者更愿意一家人出门吃年夜饭,既能吃到好吃的饭菜又不用在厨房辛苦。

“顾客订不到桌,也不用担心,现在酒店都有年夜饭礼盒。”王玉庆说,酒店有3种从298元到498元不等价位的年菜礼盒,买个礼盒回家简单加工一下,就能成一桌席。

正在挑选年夜饭礼盒的顾客张萍告诉记者:“马上过年了,来买些丸子、糟肉、带鱼,回家吃也方便。”

夜幕降临,华灯初上。走进兰州老街,彩灯挂起来了,摊位搭起来了,浓浓的年味扑面而来。

各色摊位上琳琅满目,干果糖果、春联灯笼、特色美食一应俱全,吸引众多市民驻足采购。

“兰州老街烟火集市今年摊位预设90个,涵盖各地特色美食,非遗文创,酒类年货,儿童游乐等品类。”兰州老街烟火集市负责人周波说,今年集市还特邀了永靖炳灵景区进行文化推广。

今年春节,兰州老街策划了“过大中国年——赏西北非遗年味,马年我们老地方见”主题活动,打造“超出片”“逛吃不打烊”场景,将举办太平鼓、舞狮、社火巡游等非遗展示活动和财神巡游、鱼灯巡游等互动体验活动,春节期间预计吸引客流量近百万人次。

省城各大商超也早早行动起来,丰富年货市场,营造火热消费氛围。

2月6日,国芳中心G层的“马上有喜事”年货市集正式开幕。市集占地约80平方米,设有30余家特色摊位,不仅包含春联福字、精美窗花及非遗文创产品展示,还设置了传统的新年互动游戏,吸引众多家庭参与,感受原汁原味的中国年。

“我们深度融合传统年味与现代消费体验,精心打造了热闹纷呈的新年年货市集,还在商场内联动服饰、化妆品、黄金等核心品类,

推出力度空前的折扣优惠。”国芳中心相关负责人说,希望通过“年货市集+品类促销”的组合模式,不仅为消费者提供实实在在的优惠,更能营造出温暖、欢乐、充满传统文化韵味的新年氛围。

1月19日,“2026全国网上年货节”启动仪式在兰州举行。城关区将同步启动“2026网上年货节”,为广大消费者带来一场线上线下互动的年货盛宴。

“我们既传承创新传统年味文化,又精准触达消费场景升级需求。”兰州市城关区商务局相关负责人介绍,活动深度挖掘本土优质资源,联动数十家本地优质电商企业,集中促销兰州牛肉面、三炮台盖碗茶、兰州百合系列产品等经典特产,以及非遗文创、特色酸奶等热门好物,让地道甘味成为承载乡愁的节日符号。

年味儿,在热热闹闹的消费活动中“看得见、摸得着、尝得到”。

记者手记

“旺”在人气 “活”在体验

杜雪琴

消费,是民生幸福的“晴雨表”。

春节前夕,记者穿行在兰州各大商圈,扑面而来的,除了愈发浓郁的年味,更有一种消费场景深度变革所带来的、可感知的热度与活力。

在永辉超市,记者看到的不只是生鲜货品的整齐陈列,厨师在透明厨房里为顾客现场烹制海鲜,货架上贴心的湿水小球和放大镜,收银台旁细致的分类打包……这些细节所传递的温度,远比

商品折扣更能打动人心。消费正在从“卖货买货”转向“服务人与生活”。

更让记者新奇不已的是,文化与商业的融合已从生硬嫁接走向了有机生长。省博物馆的文创店开进了时尚商场,让文物以更轻盈的姿态走入日常;“风起大汉”街区将历史场景转化为可参与、可互动的戏剧空间;商场顶部的“城市之眼”摩天轮,则成为装点天际线的社交新地标。这些尝试都在证明,

消费者愿意为之买单的,已不仅是商品本身,更是其承载的故事、情感与独特的“在场”体验。

从“价格促销”到“情感连接”,从“单一购物”到“多元体验”,促消费的政策春风,正通过一个个具象的场景创新,转化为市场终端的一派火热。省城兰州以场景焕新、业态升级为抓手,不断丰富消费供给,激发市场潜能,让春节消费季不仅“旺”在人气,更“活”在体验。

