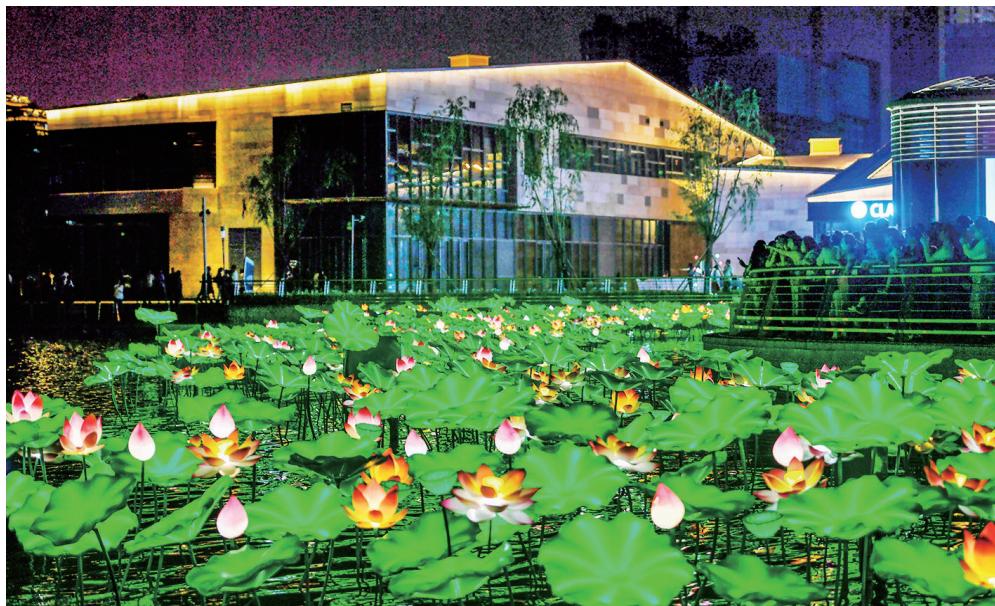




# 美好夜经济 点亮市民夜生活

火热的仲夏夜，繁华的太原城；进入伏天，太原的夜消费渐入佳境，人们三五成群，或闲逛或购物，尽情享受着“仲夏夜之梦”的愉悦。



进入夏季，我市夜经济日渐繁荣，晋阳里商业街成为又一新的夜经济“打卡地”。7月19日，市民一边欣赏晋阳湖迷人夜色，一边休闲购物。 全媒体记者 米国伟 摄

## 好看的

夜幕下的太原流光溢彩、美不胜收。汾河景区内，游船码头人头攒动，一派热闹景象，不时有三五成群的市民或游客来体验水上“夜游汾河”项目。“坐在船上欣赏汾河的夜景别有一番风味。汾河两岸灯火辉煌移步换景，美得让人惊叹。”在迎泽桥北侧的游船码头，刚从游船上下来的市民啧啧称赞。

与汾河景区交相辉映的还有晋阳湖畔，华灯初上时分，盛大的水上实景演艺《如梦晋阳》按时上演。灯光与水景的完美

结合，让游客们完全沉浸在浪漫唯美、如梦如幻的演出中，直呼过瘾。新晋网红太原古县城更是美艳不可方物，随着夜幕的降临，城墙上、街巷中，柔和的灯光次第亮起，勾勒出古城飞檐重重的繁华轮廓。五彩灯光投射在楼阁之上，春夏秋冬岁月景象流转，旧时学子寒窗苦读、金榜题名的历史被娓娓道来；古县衙门口，夏夜微凉中，国家级非遗表演“飞火流星”上下翻飞、星光流转，让游客们真正体会到了“花灯美如昼，游人入画来”的光景。

和美丽夜太原同频共振的还有各大公园。时针指向21时，漪汾桥西的滨河体育公园内依然人流如织。儿童轮滑、街头篮球、动感街舞……一个个充满活力的运动项目吸引了众多年轻人参与。

6月份，我市发布12条文旅主题攻略，其中专门推荐了“太原夜生活打卡地”，包括《如梦晋阳》实景演出、晋阳里临水商业街、长风商务区、汾河桥夜景、太原古县城灯光秀、食品街、酒吧Club等。

## 好吃的

夜消费怎么能少了美食。夜晚的食品街灯光闪亮，人头攒动。站在街口远望，杨记灌肠、玫瑰糍粑冰粉、鲜果炒酸奶、五谷渔粉、横滨拉面、爆浆豆腐、魔法冰淇淋、卤煮火烧、晋韵楼、六味斋、临汾牛肉丸子面等各地品牌、小吃依次排开，明清风格的建筑，搭配仿古街灯，映衬着来来往往的饮食男女。“想吃经典小吃，选食品街就对了。我提前就做好了攻略，这里的小吃太诱人，一次绝对不够。”18日晚，从河南来太原旅游的王芳和朋友们，第一站就来“打卡”知名夜市食品街。

铜锣湾步行街与食品街相得益彰，霓虹灯亮起来的时候，这里已是人声鼎沸。一条不足200米的夜市“通道”，吃的、喝的、穿的、玩的应有尽有。逛夜市的市民摩肩接踵，

南城的夜消费同样火爆，北美N1、茂业天地、万象城不仅可以夜购，而且可以大快朵颐，地道小吃，网红小吃、美食夜宵应有尽有。“每天下午上完课，我都会和同学们来这儿放松一下，准备这个暑期吃遍北美N1。”初三年级的毕睿睿告诉记者。

我市的夜消费已渐成气候。市文旅局还专门推荐了夜餐饮美食线路，包括食品街、铜锣湾美食街、中正天街、桃园二巷、大同路新村美食街、平阳路红河谷、老站1907。

## 好前景

夜经济的繁荣程度，是一座城市经济开放度和活跃度的重要标志，既能营造丰富的城市生活氛围，又可带动区域的经济发展。近年来，我市充分利用省会城市消费市场大、业态广、受众群体多的优势，先后推出了“品牌强市”“满意消费在太原”“锦绣太原文化旅游季”等一系列“促消费”活动，创造了良好的消费环境。我市夜经济日益繁荣，服务场景不断拓展，也满足着消费者高品质、多样化的需求。

一些具有特色的夜间‘打卡店’，不仅体现了城市管理理念的进步，也体现了

城市的包容和温度，让城市生活更丰富多元。”业内人士称，在大力发展战略新型业态和经营方式上，政府积极支持，企业铆足劲经营，市民积极参与，特色鲜明的夜间经济正在蓬勃发展，城市的烟火气已然回归。

据不完全统计，省会太原共有餐饮店铺2.2万余家，年营业额90亿元左右，其中夜间消费占比50%以上。今年前5个月，全市限额以上消费品零售额411.36亿元，增长39.8%，比上年同期回升64.5个百分点，增速高于全国全省，在全省位居前列。

本报记者 贺娟芳

## “我的消费故事”征文之二〇三

### 勇于维护自身权益，我能行

**主持人：**向侵害自身权益的行为说“不”，本文中消费者的做法必须点赞。参团旅游，导游却经营起“额外项目”，游客不愿参加就被晾到一边。不论旅行社还是导游，主要任务都是要为游客服务好，省外部分旅行社如此作法，令人错愕。在此提醒大家，又到一年旅游高峰期，消费者一定要有维权意识，旅行前要检点合同是否签订、内容有无异议、有无额外收费等。

**讲述人：**郭义海

前段时间，我跟团去省外旅游，到达目的地后，地接导游就极力推荐去当地一家大型娱乐城玩，并一再强调这个景点投资几十亿元，是世界最著名的景点之一，如果不上去等于白来一趟。我了解了一下，票价最低98元，最高498元，因为包含的项目不同，所以价格悬殊也很大。我们这趟大

巴车上有40余位游客，导游一边介绍一边开始挨排收钱，当时就有几人明确表示“不感兴趣”，这下可好，双方为此发生了冲突，原因很简单，这个自费项目不在行程计划内，强迫消费实在不妥。

最终，全团只有6个人想去这个景点，吃过午饭，其余30多位不消费的游客就只能在一边等待，别提心里那滋味了。眼看日落西山，进入景点游玩的人才出来，接着开始吃晚饭。最让人生气的是，之前的等待才是“上半场”，晚饭过后，“精彩的下半场”——大型实景演出才上演，演出将近3个小时，导游和没有进入景点的人仍需在外面等。当时的天气夜晚微凉，旅行团里有不少老年人，虽是坐在车里等，但也没感觉多暖和。“不进去就得干等，这也太霸道了！”大多数人已经熬不住，强烈要求

先回酒店。“不好意思，没这先例，别的团也都在等。”导游的话让人很无语。

又过了一段时间，车上的人已经忍无可忍，于是，有人拿起手机拨通了旅行社负责人的电话进行投诉，对方却说他也没办法，让我们打出租车返回酒店。这谈何容易，两个地方相隔甚远，就算不考虑路程问题，想打车也得能打上啊，景点远离市区，这种说辞极其不负责任，必须和他们抗争到底。于是，大伙齐心协力轮番给当地市场监管等部门投诉了1个多小时后，旅行社迫于压力终于调来一辆大巴车将我们送回了酒店。

这次维权过程让我深刻体会到大伙齐心的力量，面对不公平消费我们就要勇于斗争，切实维护自身合法权益。

李晓琳 编辑整理



消费纠纷、消费疑惑、消费心得，您均可“现身说法”，内容必须突出故事性，800字左右。投稿方式：您可以将稿件寄送至新建路78号太原晚报经济部“我的消费故事”栏目；也可发送邮件：tywblx@163.com，本栏目长期征稿，期待赐稿。

## 五台山景区22日恢复开放

**本报讯**（记者 贾尚志）五台山景区19日发布公告称，22日零时起，五台山景区将有序恢复对外开放，22日至24日，景区日接待量不超过2万人。

五台山景区表示，22日至24日，将对景区人员密度实时监控，达到上限停止接待。7月25日零时起，恢复正常游客接待量。购买景区成人票的游客，可提前一天通过“五台山游客服务中心”微

信公众号和官网地址：www.wtsyfwzx.com两个官方平台预订门票。购买半票的游客，前往景区售票窗口购买。进入景区后，游客需遵守景区管理规定，服从工作人员引导，严禁游客擅自进入景区非游览区域开展户外活动；游客需密切关注天气预报，如遇恶劣天气，务必增强安全防范意识，做好个人防护，尽量避免户外活动，以防发生意外。

### 5A级景区品牌百强出炉

## 我省四家景区上榜

**本报讯**（记者 贾尚志）19日，迈点研究院发布了6月全国5A级景区品牌100强榜单，我省的平遥古城、云冈石窟、皇城相府、壶关太行山大峡谷八泉峡四家景区榜上有名。

月度5A级景区品牌百强榜单，旨在通过搜索指数、舆情指数、运营指数、媒体指数等数据，解读景区在互联网及移动互联网领域的影响力。在6月百强榜单上，平遥古城景区位列第七，云冈石窟位列第八，皇城相府生态文化旅游

区位列第26，壶关太行山大峡谷八泉峡位列第80。

从百强景区类型来看，6月自然景观类景区继续占据主导，细分类型中，山岳型景区表现较优；其他景区类型中，历史遗址型景区表现突出，市场关注度较高。随着红色旅游产业化水平的不断提升，红色旅游产品也逐渐年轻化，坚持“以文塑旅，以旅彰文”，以红色文化为内核，将推动红色旅游资源与其他旅游场景、产业要素实现多元组合。