

春意盎然看消费 2

北美N1潮人聚集 茂业二期潮流荟萃

——亲贤长风商圈火爆依旧

街头巷尾的酒吧、咖啡馆里,人们相伴而坐,分享着轻松时光;珠宝、服装品牌店里,顾客挑选心仪的商品,满意而归;商场里,大家逛累了就去餐饮区品尝美食,共享人间烟火气……近期,我市亲贤长风商圈人潮涌动,各大商场门店、娱乐场所,均出现了不同程度的消费热潮。



茂业二期负一层热闹的就餐区。

引流成关键

在消费需求不断升级的时代,注重场景打造、提升消费者体验感、参与感成为商场运营的新趋势。为了引流,茂业二期、华宇百花谷、北美N1等多家商场准备了各色活动,如热力瑜伽派对、古筝公开课、新生艺术市集、随舞大会以及与运动健康、家庭亲子相关的体验活动。

3月19日,在晋阳街附近的北美N1新奥莱,超大大个枚红色兔子和沉浸式互动区吸引众多亲子家庭拍照体验。上午10时,一场“小勇士杯”儿童运动会在这里火热举办。“活动太有趣了,不仅赢得了奖品,还交到了两位好朋友。”现场参与活动的一位小朋友说。

比赛现场也出现众多家庭,这些趣味活动成了亲子沟通的纽带。“穿越禁区”“峡谷探险”“羚羊跨越”等项目,更引得围观市民尖叫连连。各项目欢乐不断,参赛者大呼好玩。现场一位家长说,非常喜爱这样的活动,平时带着孩子逛街,逛累了只会带他们去一些游乐设施中玩耍,更多的是陪伴和记录,自己也能参与其中,还挺有趣。

近期,各大商场还推出了折扣、满减、买赠等促销活动,丰富消费者购物体验,增加到店频次。其中,各类型健身、舞蹈机构的课程预约量也迎来了小高峰,特价月卡、健身卡秒杀等福利吸引了一波消费者。

商场人气旺

走进茂业二期一层,各家品牌珠宝店人气较旺,黄金、钻石等多样珠宝展示在柜,琳琅满目。市民三五结伴挑选饰品,不时试戴,没多久就有市民购买。蔡女士购买了一款生肖兔黄金手链,非常漂亮。她说:“最近一直忙活婚礼的事儿,趁着周末店里有活动,果断下手。”

“进入3月,很多家庭都在为婚庆忙活,结婚、订亲等消费,拉动了金饰销售热潮。”某珠宝品牌销售员小李告诉记者,3月份,她一天都没休息,下班了都有顾客在微信里咨询。虽然工作不算轻松,但是这些天业绩不错,忙并快乐着。

商场的服装品牌门店里的人气也水涨船高,旺了起来。在茂业二期二层某品牌服装店里,店里两名员工正忙着收拾顾客刚刚试穿完的服装,还没忙完,便有顾客接二连三地前来挑选了。

“我在这里工作有4年了,曾经生意火爆的景象终于回来了。”服务员张女士表示,店里款式时尚,上新快,一有空她就会把样衣发到朋友圈或抖音里,有时候还会开直播,时间长了,生意也越来越好了。

除了服装类,餐饮业的生意也一样火热。中午11时以后,在茂业二期负一层,廖记棒棒、咱老家、阿平牛杂等耳熟能详的餐饮店在这里都能找到。临近午饭时间,排队就餐的人挤满了巷道,找不到空桌,一些市民索性端着热气腾腾的小吃,边逛边吃。

乐享夜生活

商圈全面复苏,人们对文娱活动的追求从未停歇。夜幕降临,亲贤街、长风街尤为繁华,酒吧、KTV等娱乐业态丰富,是本地年轻人夜生活的首选。在结束了一天的工作后,他们会选择约上三五好友、结伴公司同事,来到酒吧小酌几杯。

晚上8时,亲贤街上开始了人声鼎沸的模样。中式鸡尾酒、啤酒、威士忌……在亲贤街体育路口附近一家酒吧里,多名年轻人品着酒水、美食,周围微微泛着蓝色的光,坐着松软的沙发,耳边是动听的音乐。酒吧服务员说:“现在,我们店客流已经有了明显提升。与之前相比,每周末的客流要比工作日增加了3倍。”

随着市民消费理念和消费习惯的改变,亲贤长风商圈也出现了不同的新型消费场景,如,“LiveHouse”(小型现场演出场所),作为室内场馆,市民可近距离观看艺人的小型现场演出,互动更亲近,深受年轻人的喜爱。

在亲贤街、南中环附近,大约有“有浪livehouse”“花海livehouse”等10余家店。每周末,家住长风街附近的胡琳都会约上好友,就近选择一家“livehouse”看一场乐队艺人的表演。她说:“‘livehouse’和酒吧有着本质的区别,酒吧是大家喝酒娱乐的地方,而‘livehouse’是乐队艺人表演的地方,有限制门槛,这儿比较专业和精良,对设备和乐队艺人的要求高,现场演出效果很棒。”

记者 马向敏 文/摄



北美N1新奥莱举办一场儿童运动会。

唱响中国经济“光明论”

晋源区专项检查调味品市场

本报讯(记者 张勇)酱油、食醋、料酒、味精……3月21日,为保障调味品市场安全,晋源区市场监督管理局在辖区内开展了调味品市场专项检查行动,对不合格调味品“零容忍”。

本次检查以商超、食杂店、农贸市场等经营场所为重点区域,以酱油、食醋、料酒等基础调味品和底料、

酱料等复合调味品为重点检查对象,以经营者主体资格、供货商及生产企业资质证明、产品检验报告、进货查验记录等为重点检查内容,执法人员仔细查看生产日期、保质期、规格、数量、生产批号等基本标识是否完整,特别关注了是否有明显低于市场正常价格、来源不明的调味品。

同时,晋源区市场监督管理局还

集中开展了调味品专项抽检,抽检以干货类调味品、酿造类调味品等重点品种,主要检测酸值、过氧化值等理化项目。该局相关工作人员告诉记者:“我们在检查中共取样19个批次,已经送往相关检验检测机构进行检验,抽检结果将及时向社会公示,做到对不合格调味品‘零容忍’。”

“保味”舌尖安全 守护百姓盐罐

本报讯(记者 梁丹)为进一步深入推进“保味舌尖”调味品专项整治行动,近日,太原盐业积极配合晋源区市场监督管理局对古城营、晋源新区等部分街道市场开展食盐专项检查活动,了解商户经营情况,规范商户合法经营行为。

太原盐业工作人员协同市场监督管理人员,对街道内的商超、便利

店、餐饮店、综合集贸市场进行巡视检查。其间,太原盐业向商户进行了规范经营宣讲,并对商户食盐经营品种、库房存放条件等进行了检查,要求其规范食盐购进渠道流程,切实维护消费者和经营者的合法权益。此次活动,共走访了3条街道,4个中型商超,1个连锁商超,12个便利店,3个餐饮店,1个综合集贸市场。走访

中,发现一些商户对食盐经营规范缺乏认知和了解,存在进货未按规定索要索证现象,缺乏自我保护意识。

太原盐业工作人员要求严格依照食盐专营管理办法和食品经营管理规定,坚决把好食盐进货渠道关,坚决按规索要索证,坚决做好食盐安全储存,共同维护百姓用盐安全。

无记名卡遗失 商家为其补办

本报讯(记者 李晓琳)“虽说无记名卡遗失不补,但商家还是给我补办了卡,心里暖暖的。”3月21日,市民孙先生致电本报热线讲述了发生在自己身上的暖心事。

去年国庆节期间,孙先生在市内一家快餐连锁店办理了一张储值卡,充200元返20元,卡内余额为220元,他顺手就将充值小票和储值卡拍照留底,以备不时之需。办卡之后,因为各种原因,这张卡一直未消费。前些年,孙先生路过那家快餐连锁店才忽然想起办卡的事,可怎么翻找也找不见。

“幸好当时拍了照。”孙先生赶快在手机里找到那张照片,直奔快餐连锁店看能不能补办卡。对方看到孙先生提供的照片说,他办理的这种卡是无记名卡,卡内也没有录入持卡人信息,原则上不能补办。但鉴于孙先生有照片为证,就让他留下身份证照片以及联系方式,先向总部反馈情况,同时进行了补卡申请,让他耐心等待结果。一周时间后,3月20日,那家快餐连锁店通知孙先生取补办的卡。“商家的做法值得点赞,这才是诚信经营。”孙先生说,商家与消费者的粘合度不仅要靠价格促销手段来提升,以诚待客才是经营王道。