



关注南通发布App
获取更多资讯内容

今日天气：多云到晴 最低温
度15℃左右 最高温度29℃左右

打卡博物馆，马面裙成“心头好”——

传统文化引领“新国潮”

旅途之中，走进博物馆打卡“国宝”必不可少；走进乡村，非遗工坊里游客们仔细挑选心仪的手工艺品；打开购物软件，马面裙、国货彩妆是年轻人的“心头好”……不知从何时起，传统文化已在人们生活中繁盛存在。

国潮，就是“国”与“潮”的融合体——“国”指的是中国传统文化元素，“潮”则是指时尚潮流。“新国潮”便是通过创新创意将二者结合起来。

如今，中华优秀传统文化引领起一股“新国潮”，迸发出驱动经济社会发展的深层力量。

■装点美好生活 ■创造就业机会 ■带动产业发展

A8

潮玩类产品热销，共情类产品受宠——

情绪消费为经济释放“新”热度



在反向旅行中当特种兵、下了班直奔夜校寻找新滋养、在品牌联名中体味情绪共振……时下的年轻人越来越注重个体感受，懂得自我“和解”，在快节奏的都市生活中，通过新的消费方式寻找情绪出口，情绪消费正成为这一届年轻人的新刚需。

解压：潮玩类产品或成市场新宠

南通万象城LABUBU南通首展火热进行中，自4月29日开展以来，已吸引约7.5万名市民游客到店光顾，销售额近390万元。这次展出的THE MONSTERS慵懒瑜伽系列，除了卡通盲盒外，还有双层设计的玻璃杯盲盒，一套六个。“运气还不错，抽到了焦糖色和炫彩的隐藏款，准备一个送闺蜜，一个自留。”正在逛玩的“95后”姑娘袁佳佳说，“这是我的第一只Labubu杯，萌萌的小表情看着既解压，还可以时常提醒自己上班多喝水。”

万象城二楼的“娃娃集合营”，以“一家治愈不开心的娃娃机店”为标语，从情绪价值下手，简单又直接，将年轻人的需求精准拿捏。“抓娃娃、换星星、兑奖品，这套流程走下来，可谓情绪价值拉满。”南通职业大学的庄同学正在兑换其欢乐半小时后的战利品，她坦言，“既享受到玩的过程，还能兑换到一只大抱枕，这跟单纯花钱买抱枕的体验感完全不同。”

隔壁门店入口处，“哪吒之魔童闹海”的电影收藏卡吸引了众多中小學生，整盒售价百元上下，5张打包价10元钱。“单张算下来，两元钱即可换来一份小快乐。”店员说，小马宝莉、三丽鸥、哪吒等热门IP卡牌的销售都非常火。

“我们潮玩类的门店除了POP MART外，还有The Green Party、酷乐潮玩、杂物社、Toynost、本小姐，纯谷子店有奇迹之谷、卡游两家。近两年，潮玩类的产品受到越来越多年轻人的关注，销

售业绩稳步上升。”南通万象城资深经理周丽娜透露，目前潮玩类产品到店转化率从17%提升至23%，周末时段的销售额基本达到工作日的四倍。

治愈：高品质情感体验是买单“加分项”

傍晚时分，等孩子下课的刘女士来到附近的盒马鲜生超市买饮料，站在冷柜前不多犹豫，便取下一瓶贴有“去班味”字样的某品牌100%非浓缩还原橙汁。如今，消费者不再满足于到手的产品体验，而是品牌给予的产品之外的附加价值体验。刘女士说：“货架上的饮料品类繁多，选中这款很大程度上是因为果汁的瓶身文案契合了自己的当下感受。”

南通盒马鲜生王府广场店负责人介绍，在同款果汁单品中，这款产品的销量确实更胜一筹，月销量同比增长30%。的确，让消费者心甘情愿为之买单，品牌和产品必须学会跟年轻人“玩”在一起。该负责人认为，这需要品牌方对年轻人的消费动力拥有清晰的洞察与认知，在话题性和使用场景上与消费者建立情感链接。

记者注意到，注重“体验感”消费使得实体店铺正从关注消费者的“物质需求”向更加关注“精神需求”转变。主城区某知名品牌烘焙店在端午节期间推出一款粽子欧包。小小面包，大有乾坤。“这么可爱，我都不舍得吃。”南通大学大一新生小朵（化名）被货架上的粽子欧包“种草”，“小粽子”的表情各不相同，有笑眯眯的，有瞪大眼的。除了契合端午时令的粽子面包外，还有派大星、樱桃小丸子、青蛙王子等六一节限定款。小朵坦言：“生活就像酸甜苦辣咸混合的抽象调味品。童心未泯，所遇皆甜，这一刻，吃的不是面包，是快乐。”

陪伴：消费新场景要防止昙花一现

作为在城市里奋斗的上班族，很多人都梦想养只宠物：既能作为陪伴和消遣，也能释放压力、愉悦身心。可是，一旦拥有喵星人、汪星人之后，每天朝九晚六的



上班族又有多少时间陪伴家里的宠物？

“95后”媒体人周小姐，工作节奏较快，加班更是常态。为满足随时随地陪伴猫咪“小金子”的需求，趁着近期有国补，她在网购平台入手了一台智能宠物陪伴机器人，只需通过Wi-Fi连接家中网络即可随时随地通过App远程观察宠物的一举一动，还可视频对话与之交流，甚至给宠物发号施令。

“有时候出远门采访，长时间看不到它会有点焦虑，透过宠物陪伴机器人的智能终端及时了解猫咪动态，消除了很多不必要的担忧。”周小姐说，此前买过逗猫棒、遥控小车、带有猫薄荷的玩偶等，但在隔空陪伴方面，智能宠物陪伴机器人是不错的选择。

今年以来，南通围绕国家和省委、省政府部署要求，通过政策引导、业态融合、场景创新、惠民让利等，打好消费提振“组合拳”，推动消费市场持续升温。南通文峰大世界3家二次元首店自去年6月1日开业以来总营业额近500万元，今年端午、六一假期总销售额达10万元。永旺梦乐城（南通星湖店）潮玩类商铺截至5

月底总销售额近2400万元，经测算，带动客流86万人次。

“消费的核心逻辑是解决个体面临的问题，情绪经济又可归为‘悦己经济’。比如爱猫一族购买智能宠物陪伴机器人，可以理解是为归属、尊重和自我实现方面的情绪需要。”南通大学商学院副教授陆拥俊分析说，由于个体的差异性大，什么样的产品或服务能够更多关照消费者情绪，这一点很难具象，当前很多商家都处于试错阶段，单纯模仿和引入、缺乏原创性，对消费市场而言只会是昙花一现。

陆拥俊认为，对南通而言，要改变过去刺激功能性消费为主的低层次模式，转而刺激提高生活方式为主的消费理念，重点要聚焦当前消费者的社会现状，成为健康生活方式的引导者和服务商。具体可从“因”“果”两端来促进情绪消费，一方面优化激发消费者积极情绪的环境建设，调整消费结构，提高消费质量；另一方面关照情绪问题，创新产品设计，消解消费者情绪困惑，着力提高生活质量，以情绪消费构建健康生活方式。

本报记者 李彤

海安组织青年干部开展『假如我是Ta』

换位「心」体验」活动

换视角体验民生 换思维收获成长

“在12345热线接线员这个岗位上，我学会了耐心倾听，群众的困惑与期待，我都记录下来，并在心里构想着破解办法。”

“体验了才知道，外卖配送的艰辛程度超出想象；体验中才明白，包容之心无论在哪里都很重要。”

“我以陪办人员的角色全程跟进了8个事项办理，真正体会到，窗口不仅是物理空间，更是情感之地，流程再造需要为用户着想。”

4月12日至5月11日，海安市委组织部、社会工作部在区镇街道、机关部门、市属国企35周岁以下年轻干部和45周岁以下科级干部中，开展“假如我是Ta 换位‘心’体验”主题活动。

5月29日，两家联合召集部分干部座谈，倾听“换位”心得，并到他们体验的岗位回访。“推动机关青年干部下沉一线、换位体验，在角色转换中锤炼作风、提升能力、优化服务，实现基层需求直通机关、机关服务直达基层。”海安市委常委、组织部部长、统战部部长钱旭东说，这也是进一步促进机关作风、营商环境“双提升”的一项举措。

一线淬炼
增强干部处理问题能力

4月22日，海安市医疗保障局党组成员、副局长陆晓静化身办事群众，陪张先生办医疗报销手续。张先生是海安的退休人员，长期在南京进行血液透析治疗。这天，他带着厚厚一叠医疗票据来窗口报销，陆晓静检查后发现其漏报了当日就诊记录。

“我与窗口人员沟通后，指导张先生通过微信公众号后续补传缺失材料，并当场将报销款拨付其账户。”陆晓静说，按常规应该退回补材料，但考虑到患者两地奔波不易，他们做了变通。

“青年干部全脱产一周参与换位体验。”海安市委组织部副部长、市级机关工委书记于长海说，通过换身份、换视角、换思维的方式，近距离、沉浸式体验不同岗位的工作内容、流程，发现堵点、借鉴亮点，从而提升知晓民情、服务群众、破解难题的水平。

“垃圾车噪声影响休息和学习，你们管不管？”海安市人民法院民一庭法官助理宋岳冰换位12345热线接线员。宋岳冰说，有一个诉求让他印象深刻，一位女士咨询小区物业不作为的问题，他从法律层面当场给出建议，但他意识到这一问题不是个案。经进一步了解，有业主以物业服务质量差或物业服务水平与收费标准不匹配为由，拒缴物业费长达1—3年。回到单位后，他将这一问题上报给院领导，将《物业矛盾综合治理模式调研》作为课题研究，探索破解办法。（下转A2版）

通州湾示范区与江苏环保集团签订战略合作协议
共建生态治理示范区

本报讯（记者吴霄云）近日，通州湾示范区与江苏省环保集团战略合作协议正式签署，双方将进一步深化合作，实现优势互补、共赢发展，开创通州湾环保产业发展新局面。

根据协议，双方将围绕国家环境发展战略，通过信息共享、项目投资及技术支持等多种方式强强联合，充分发挥各自优势，在基础设施托管运营、生态环境综合整治、生态环境能力建设、工业企业污染治理水平提升等方面深度合作，全方位推进通州湾生态环境保护和生态文明建设，打造生态宜居的现代化海湾城市，为美丽江苏建设打造“通州湾示范”。

江苏省环保集团有限公司经省政府批准成立，紧紧围绕“四大职能”定位，大力提升高水平咨询服务能力、生态环境领域战略投资能力、技术研发及成果转化能力，主要经营指标持续保持高速增长，研发投入强度位列省属企业前列，培育6家国家高新技术企业，获批建设9个省级科技创新平台，为全省生态环境保护和深入打好污染防治攻坚战提供了有力支撑。

DeepSeek R1升级、谷歌推出新模型……
全球人工智能领域
看点新意十足

■A8观天下

富硒百合
花开正艳



昨天，如皋市搬经镇万富村百合种植基地，8万余株百合竞相开放，村干部通过线上直播推荐展示百合花。该基地是今年江苏省委驻如皋市乡村振兴工作队紧扣村庄资源禀赋，依托省科技小院平台，精准对接南京农业大学百合科研团队，投资60万元启动27亩富硒百合种植试点项目，旨在打造“科技种植+产业融合+研学赋能”的乡村振兴样板。

CFP供图

足球“破网” 消费“破圈”

实实在在的经济活动。

在经济活动中，情绪价值能够影响消费者的购买决策，推动消费增长，为城市带来经济繁荣。足球，可以成为连接城市与市民情感的纽带，唤起人们内心深处对集体荣誉的追求。在南通，这种情绪价值体现得淋漓尽致。作为体育之乡，南通有着深厚的体育底蕴，先后走出20多位世界冠军。在这次“平民化”的城市足球联赛中，南通队一路高歌猛进，每一场比赛，都让南通这座城市为之沸腾，更激发

市民对家乡的热爱与自豪。以此为契机，我们可以将足球赛的高参与度转化为“全民消费引擎”，短期拉动文旅、零售等直接消费，长期通过如啤酒嘉年华、城市IP联动运营等为文旅融合提供可持续发展路径。

城市足球联赛所展现的是一种城市间的文化交流与融合。足球与地域的特色、人文、旅游紧密结合，放大了城市文旅的影响力。赛事直接刺激文旅消费，每场比赛都会引来庞大的客流量，带动住宿、餐饮及

旅游消费，一些城市的景区，游客量惊人增长。赛事所到之处，各地更是推出“赛事+文旅”套餐，通过推动城市间消费互促，实现“一日参赛、多日停留”的消费延伸。南通队在赛场上的拼搏，不仅代表着城市的体育实力，更传递着南通的城市精神。让一粒足球成为文化传播的载体，让更多人了解南通、走进南通。

一粒足球，正在用其独特的情感力量，带动着消费“滚雪球”“破圈”前行。

·赵勇进·