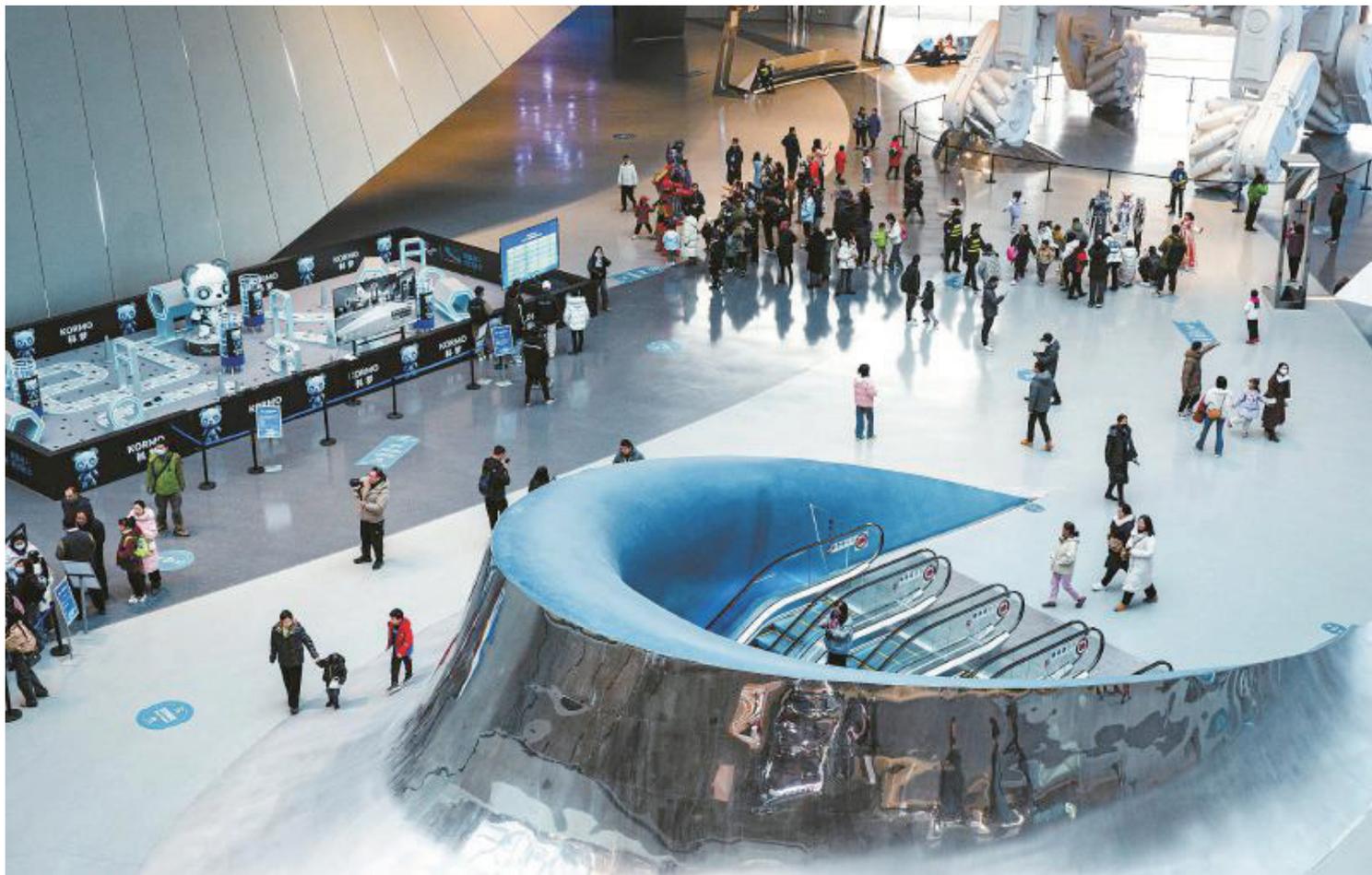


成都科幻馆全新开放



1月29日,成都科幻馆全新开放,不少市民走进科幻馆。图为馆内一楼大厅。 莫全意摄(C视觉)

四川日报讯(四川日报全媒体记者 蒋君芳)1月29日,第81届世界科幻大会举办期间一度“火出圈”的主场馆——成都科幻馆面向公众全新开放。据统计,首日预约进馆观众人数达5000人。

成都科幻馆位于郫都区菁蓉湖片区核心位置,再次开馆,馆内亮点突出:步入科幻馆主场馆,首先映入眼帘的是作为采光顶的“科幻之眼”,其设计灵感源于三星堆遗址出土的黄金面具。馆内大厅还有在著名科幻电影《流浪地球2》中有精彩演出的机械狗“笨笨”

巨型雕塑——在激光照射下,9米高的“笨笨”可呈现多种皮肤外形,视觉效果非常酷炫。尤其值得一提的是,馆内特设“星云·巡航日志”,设置八大板块内容,带领观众在科学与幻想的宇宙中遨游。

未来,成都科幻馆还将通过邀请科幻作家、科学家、科幻IP作品创作者等方式,常态化开展青少年科幻启蒙主题活动,探寻科幻与教育的交汇点,引领更多青少年走向广阔的科学世界。

据《四川日报》



1月29日,成都科幻馆内的机械狗“笨笨”。 莫全意摄(C视觉)

泸州市纳溪区乡镇试水电商新业态,铺开即时零售业务——

最多30分钟 商品送到村民家

四川日报全媒体记者 陈碧红

眼看春节越来越近,泸州市纳溪区丰乐镇场镇上的“网红打卡墙”进入装修的最后阶段。这是丰乐镇的第一个互动体验场景地。

“网红打卡墙”发起人赵高磊,是丰乐镇上经营面积最大的一家连锁超市的总经理。花大价钱在场镇上打造一个打卡地,看似“不务正业”的赵高磊却有小心思:吸引全镇甚至周边乡镇人流聚集,趁机全面推广超市营销新模式,将即时零售网络下沉到更大消费群体。

赵高磊的信心,既来自市场的机遇,也与当地政府的支持密切相关。

下沉

看到乡村振兴带来的红利,开拓乡镇消费市场

1月20日,记者在丰乐镇镇中心的兴隆街上走访时看到,门面仅有5米宽的“赵先生的润家超市”,内部场景却让人大感意外:两层楼、2000平方米、3万个单品,生鲜、熟食、百货、预包装食品一应俱全,“鸭屎香奶茶”“面包脆”“北欧金汤匙”等网红商品也铺满货架。

“像这样大中型规模的精品超市,就算在大城市里也会开在人多、热闹的商场里,

乡镇的消费力能接得住吗?”面对记者的问题,赵高磊掰着手指数业绩——2019年,开业当年营收约500万元;超市门店数从1家变成6家,2023年营收近2000万元。

长期以来,县城和乡镇的消费潜力一直未得到充分释放。赵高磊扎根乡镇,把6家连锁超市门店全部开在纳溪区的6个邻近乡镇上,正是看到眼下因乡村振兴而带来的新一波发展红利。

在赵高磊眼中,显性的发展红利是很多实在而具体的细微变化:场镇上的私家车越来越多,小区墙体上安装的空调外挂机品牌越来越高档……这些都说明消费在升级、消费结构在发生变化。

“乡村基础设施不断提档,产业快速兴起,特别是这一两年越来越多的年轻人返乡就业创业,消费也跟着活跃起来。”丰乐镇副镇长陈惠介绍,近年来当地大力建设粮油现代农业园区,加快推动发展乡村近郊游,县乡人气越来越旺。

消费需求不断增长,年轻人加速回归,共同推动当地县域商业快速发展。

为迎合大众新的消费习惯,去年7月赵高磊对超市进行全面升级,先后引入AI系统自动识别称重、刷脸快捷支付、24小

时无人售卖货柜等,营造便捷时尚的消费环境;同时对商品结构进行优化,不断增加零食、轻食、海鲜等商品的占比。

“这些改造离不开政府的大力支持,对环境改造、设施设备的提档升级都有相关的政策扶持。”他说。

创新

试水电商新业态,即时零售全镇直达

坐在家,打开手机微信公众号,场镇超市里最热门的3000多种商品就能随意挑选。界面显眼处,各种限时秒杀活动不断更新。

作为电商领域时效最高的商业模式——即时零售,眼下在纳溪区各个乡村全面铺开。最快10分钟、最慢半小时的配送效率,让该区6个乡镇的老百姓体验“极速配送”。配送员骑电瓶车或开小货车进行配送。人手紧张时,赵高磊也会参与配送。

“满38块钱就可以送货上门,还不收运费。”上午10点过,丰乐镇百合村6组居民雍世英要准备当天的午饭,她拿起手机开始网购蔬菜、肉类和一些调料包。15分钟后,商品就送到了门。

2020年起,“赵先生的润家超市”在乡

镇上的第一个门店尝试引入线上购物平台,面向所在乡镇及周边邻近乡镇全部下辖行政村的消费者。为推广这种新兴消费模式,赵高磊和团队已花了4年多时间。

“不像大城市,消费环境、技术条件都十分成熟,县城和乡村的消费群体需要不断培育引导,但这是大趋势,只有抢先布局才能更好更早占领县域消费市场。”赵高磊一边说一边调出后台系统,电脑页面上滚动的数据清晰呈现出即时零售在这个乡镇发生的明显变化:过去4年间,即时零售购物从零增长到数万单;线上购物的主力消费群体年龄层次,逐渐从40岁到70岁为主下降到以20岁到40岁为主;客单价从过去的十多二十元提高到如今的40元起步;支付方式从过去的70%用现金支付,到现在超八成用微信或支付宝支付……

“这些变化说明,消费群体在发生变化,我们对商品结构和销售模式不断调整的方向是正确的。”赵高磊说。

就在这个春节,这家小镇上的超市在销售模式上又将进行一次“升级”:用更低的价格卖货,吸引消费者,让更多人加入会员并使用即时零售业务,让销售网络进一步全面下沉。

据《四川日报》