



以培育流量城市为抓手 助力郑州国际消费中心城市建设

□贾玉巧

创新研究

流量城市是经济流、信息流、人流、数据流、自然流等汇集的城市，以流量为目标的流量城市建设，已经成为经济破题和产业转型的重要抓手，也成为提升城市消费力和城市出圈的新动能。郑州拥有枢纽能级高、青年人口规模大、配套产业支撑强、新消费场景不断涌现等优势，已具备打造流量城市的基础和条件，应以打造网红品牌、增强数字传播、培育沉浸场景为抓手，聚焦“新消费、新场景、新时光”的思路，实现会商文旅深度融合、文化科技交相辉映、线上线下一体发展、内贸外贸协同联动、消费服务无缝对接、消费环境近悦远来，形成流量汇聚、消费多元、空间敞开、环境优良的新消费发展格局。

郑州培育流量城市的优势

枢纽优势突出，有助于转变人流为消费流。郑州市特有的区位优势决定了其是拥有联通世界的综合立体交通枢纽，是全国12个最高等级国际性综合交通枢纽之一、全国唯一的空港型国家物流枢纽，2小时高铁圈覆盖4亿人口，2小时航空圈覆盖全国90%以上人口和市场。依据2023年暑期的铁路统计，经过郑州的客流量，在全国九大中心城市排第四名(3372.3万人)，仅次于广州(12000万人)、北京(7095万人)、武汉(3808万人)，中部六省排第二名。郑州市完全可以将交通枢纽带来的流量优势，通过打造高铁站消费圈和市区消费场景，吸引人流转化为消费流。

青年人口规模优势突出，有助于形成规模消费市场。2023年末，郑州市常住人口1300.8万人，在全国城市中居第11位，平均年龄为34.7岁，是全国第五年轻城市。网红城市的核心消费群体是年轻人。以穿汉服、听国潮音乐、玩剧本杀、共享出行、体验文旅等为代表的90后、00后，已经成为消费生力军，在文化、旅游、娱乐等领域消费占比超过60%。洛阳、西安等网红城市紧紧抓住年轻人消费群体，通过短视频和跨界与年轻消费群体互动，激发城市的消费动力，释放城市消费活力，为郑州年轻消费的激活提供了启示。

新的消费场景持续涌现，有助于形成城市IP。郑州利用网络直播等形式，带动夜间美食、特色演艺等夜间餐饮和娱乐消费，促进商超、商业街区等购物消费。通过举办郑州夜间美食节、虾尾节、啤酒节和咖啡潮流嘉年华等活动，打造夜消费场景；开展文化和旅游消费惠民活动，特色街区、消费商圈、文旅景区、网红打卡地等不断涌现，建业电影小镇、银基动物王国、方特欢乐世界等成为网红景区。涌现出瑞光创意工厂、二砂文创园等综合型文创园区，艺茂仓食街、星河里唐宫夜宴实景文化主题街区、德化步行街、欢乐金街、农科路酒吧一条街等特色街区。郑州历史文化积淀深厚，仰韶文化、黄帝文化、黄河文化、嵩山文化、功夫文化等品牌资源丰富，在国内外具有显著影响力，打造沉浸式文化体验空间、文化场景的基础支撑较强。

郑州培育流量城市的对策建议

强化政策引导。依靠政策引导、整体运作，以网红、流量提升城市消费能力。一是成立专门的工作领导小组，实施“高质量发展网红经济行动计划”，加

强工作研究和调度，全方位宣传推介郑州，做好流量城市整体营销。二是积极出台相关激励政策，引进MCN相关企业，有效激发MCN机构市场活力。对发展绩效好、示范效应强的直播电商平台、MCN机构、网红达人等给予奖励。三是邀请专业人员开展各类互联网直播、短视频制作培训活动。宣传部门和各新闻媒体做好宣传工作，总结推广典型经验，形成社会关注、支持鼓励MCN产业创新发展的良好氛围。

打造线下沉浸式消费空间。一是推进交旅融合，打造沉浸式交通慢行空间。借鉴苏州模式，打造沉浸式美食巴士游。开通“流动的博物馆”路线，带领游客游览郑州各大博物馆。与传统巴士不同，每辆美食巴士内设4张四人桌、2张双人桌，最多能容纳20名乘客。车厢内设有博物馆主题文创展示区，可以陈列少林酥饼、嵩阳书院文创包、黄河特有澄泥砚、新密麻纸等文创产品，屏幕上交替播放着郑州博物馆的宣传视频，这些元素让游客们在巴士上就能“沉浸式”体验精准服务带来的愉悦。二是采用“剧本娱乐+”模式，打造沉浸式街区。借鉴建业电影小镇模式，推动剧本娱乐与商业街区的深度融合，形成“剧本娱乐+”新模式。比如二七德化街，可以打造民国时期郑州商贸街，带领消费者深入其中听民国故事，看民国商品，品民国时代气息。三是沉浸式剧场进商业综合体，带动商圈消费。沉浸式剧场是体验经济下商业跨界营造消费场景的融合产物，在商业与艺术深度融合的大趋势下，话剧、音乐剧、舞台剧等文娱活动不再作为精神消费奢侈品，开始逐渐普及进入老百姓的日常生活消费中，“购物中心剧场业态”新模式已成为打开商圈消费的钥匙，目前郑州海汇商圈、尚座中心商圈已经在尝试这种模式，并逐步成为繁荣商圈的重要手段，应在郑州其他商圈推广。四是打造沉浸式地铁。借鉴苏州、北京沉浸式地铁经验，打造“穿越时光”乘车体验。乘客无论从车头或是车尾上车开始参观，均能体验到“从过去到当下”又“从当下回到过去”的感觉。

注重线上引流。一是开展文化资源传播新渠道，打通文化与消费强链接。围绕功夫文化、黄河文化、黄帝文化等郑州特色文化，以及非遗、老字号、手造、会展、论坛等文化消费新场景，设计制作网络微短剧、中短视频、微电影、短动画，采用政策扶持、创作组织、大赛评奖等多种举措，推动文化资源的开发利用。通过主流达人、主播等互联网人才孵化，充分利用短视频、直播、抖音话题互动等手段，把郑州文化资源转化成为优质网络

IP资源，激活城市消费内生动力。二是鼓励MCN机构开拓跨境电商业态，提升消费的国际性。依托郑州保税区、自贸区、邮政口岸、中欧班列等优势，制定相关跨境电商、现代物流产业发展促进与补贴政策。吸引跨境电商进口平台与新兴海外直播带货类MCN机构入驻。拓展本地企业海外仓公共服务功能，提高辐射服务能力，依托郑州本地大型出口企业海外物流仓储资源，新增布局建设海外仓。改变新兴海外直播带货与文化出口“散乱小”现状，建立“全国海外直播带货集散中心”。

做好培育枢纽型消费圈载体建设。郑州在九个国家中心城市中，客流量仅次于北京、广州、武汉，枢纽型消费圈营造是发展网红经济，助推国际消费中心城市建设的基础举措。一是在新郑国际机场及其周边，面向全球消费者，打造航空枢纽消费圈。在新郑机场及周边打造临空国际消费新平台，集聚免税、文化体验、星级酒店、高端写字楼等综合业态，构建“功能+场景+体验”的世界级消费空间新载体。二是在郑州高铁站、东西广场及周边，打造高铁枢纽消费圈。强化交通枢纽与城市商圈互动融合发展，打造郑州高铁站、地铁站换乘点商圈，根据客流特征定位商圈特色，重在提供高效便捷消费场景和服务体验，形成具有消费吸引力、品牌集聚力、文化传承力，功能齐全、特色鲜明、管理规范的标志性商圈。大力发展2小时高铁消费圈内的“首店、首秀、首映、首展、首发”效应，重点引入国内外知名品牌，提升城市消费能级。三是依托市内地铁等公共交通网络，串联区域消费微中心，面向全市及省内消费者，打造地铁枢纽消费圈。高品质升级改造二七、花园路、金水路等传统商圈，聚焦“人—货—场”新消费模式转变，构建“核心+次级+社区+特色”的多区域、多业态商圈版图，最大化发挥商圈在消费气氛营造、消费需求吸引方面的作用，提振城市商业繁荣度。四是充分利用郑州航空港经济综合实验区、中欧班列(郑州)、河南自由贸易试验区郑州片区、郑州跨境电商综合实验区等政策红利，打造郑州国际国内知名的货物集散中心，主打国际生鲜、化妆品、药品、服装等快消品、智能电子设备的集散与分拨，在机场、高铁、地铁枢纽商圈增设中大门国际购物公园、空港跨境免税店、中欧班列进口商品超市等跨境商品零售终端，在郑州本地同步国际消费潮流，为国际消费中心城市高质量产品供给打下坚实基础。

(作者系郑州市社会科学院经济所副所长，副研究员，郑州市学术技术带头人)



假期景区露营度假
记者 徐宗福 图

欢迎赐稿

郑州晚报《理论》版与您见面以来引发关注，本版坚持正确的舆论导向和政治方向，关注社会各行业发展新情况、新问题，推进理论创新、文化建设，促进各项事业发展，开设“创新研究”“大家论谈”“行业思考”等栏目，欢迎理论研究机构、团队及有职称评论文需求者发表相关理论文章和精彩论述。

稿件要求：

1. 坚持正确的政治方向和舆论导向，题材新颖、观点正确、数据可靠、内容翔实，具有一定学术价值。
2. 作者须确保稿件的原创性、时效性和版权归属，不可一稿多投，署名须无争议。稿件不涉密。文责自负，本报不对侵权稿件负连带责任，对观点和主张存疑的稿件一律不予刊登。
3. 作者简介内容须注明姓名、工作单位、职务等。
4. 本报有权对来稿进行必要删改，如不同意删改，请在投稿时说明。
5. 稿件一经采用，即视为作者将版权授予本报使用，若以任何方式转载、复制或选编，需经本报编辑部许可，并注明稿件来源。
6. 稿件一经刊发即视为同意网络发布，如有异议请提前说明。

来稿电子邮箱：syw668@126.com