



沉浸式演出人气旺

“郑创汇”国际双创大赛 决赛昨日举办

成长组11个初创组5个项目晋级

本报讯(记者 刘盼盼)7月15日,第十四届中国创新创业大赛河南郑州分赛区暨2025“郑创汇”国际创新创业大赛决赛成功举办。决赛分为成长组与初创组两个赛道,经过激烈角逐,成长组11个项目、初创组5个项目晋级省赛。

本次大赛由河南省科技厅指导,郑州市科技局主办,郑州市中原区人民政府、郑州人才发展集团、郑州市孵化载体行业协会、郑州欧美同学会承办,以“因创而聚,向新同行”为主题,经过严格的初赛选拔和专业评审,80个项目进入决赛,聚焦智能制造、绿色低碳、现代农业等重点领域,涵盖新一代信息技术、高端装备制造、生物医药等战略性新兴产业,紧扣新质生产力发展脉搏。

“历届大赛中,成功培育了中科清能、灵希生物、东微电子等一批明星企业,建成各级孵化载体300余家,逐步构建起多层次、全链条的创新创业生态体系。”郑州市科技局相关负责人表示。

外贸企业出口转内销 强制认证绿色通道开启

本报讯(记者 李爱琴)7月15日,记者从省市场监管局获悉,为帮助外贸企业出口转内销产品高效便捷获得强制性产品认证(CCC认证)资质进入国内市场,该局对接部分在豫开展CCC认证业务的认证机构,为外贸企业开辟出口转内销产品CCC认证绿色通道,提供压缩办证时间、减免认证费用等便利服务。

如企业有出口转内销需求,可联系以下认证机构:中国质量认证中心武汉分中心、南阳防爆电气研究所有限公司、威凯认证检测有限公司、方圆标志认证集团河南有限公司、中汽认证中心有限公司、中国国检测试控股集团股份有限公司、应急管理部消防产品合格评定中心等。

我省公开选聘 公平竞争审查和反垄断专家

本报讯(记者 李爱琴)7月15日记者获悉,为进一步加强我省公平竞争审查和反垄断执法工作,充分发挥专家学者的智力支撑作用,省市场监管局拟组建结构合理、来源广泛、专业水平高的专家库,并于近日启动专家库成员选聘工作。

选聘面向社会各界、高等院校、科研院所、律师事务所等热衷于公平竞争审查和反垄断事业并在相关领域具有一定研究或经验的专业人士。要求具有法学、经济学、行政管理等相关专业背景,在反垄断、公平竞争审查领域熟悉相关法律法规和政策,具有较高的理论水平、学术声誉或者竞争政策实践工作经验。出版、发表过竞争政策、公平竞争审查以及反垄断等方面著作、论文的,或者曾主持、参与重大公平竞争审查和反垄断案件者优先。未在公平竞争审查和反垄断执法机构调查的营利性机构任职或兼职等。

根据要求,选聘报名即日起至7月28日止。具体参评方式可登录省市场监管局微信公众号或官方网站予以查询。

为“体验感”买单 新兴消费场景走红

当逛街不再只是拎着购物袋的“买买买”,娱乐活动也跳出了影院、KTV等固定框架,消费市场的新兴场景正成为激活消费增长的“密码”。脱口秀剧场里的互动欢笑、快闪店的限时惊喜、穿越剧场的沉浸式体验,这些新兴消费场景以更鲜活、更具互动性的姿态为消费者提供多元化消费选择,让每一次消费都成为有记忆点的体验,更折射出消费者对“参与感”的深层追求。

脱口秀剧场 笑声里的共鸣与消费延伸

曾经小众的脱口秀表演,如今已经跳出电子设备的屏幕,从线上综艺节目延伸到线下剧场演出,为观众带去沉浸式体验,正成为大众常态化的消费项目。

夜幕降临,郑州花园路商圈热闹非凡,其中位于新田360广场郑州国贸店的郑好看小剧场座无虚席。舞台上,脱口秀演员妙语连珠,用幽默风趣的语言讲述着生活中的点滴趣事,并不断“抛梗”与观众互动,引得台下观众笑声连连。

脱口秀剧场的观众画像格外多元——刚结束工作的职场人,把剧场当作“情绪解压舱”,用笑声驱散疲惫;结伴而来的大学生,举着手机录下精彩片段,还有和亲友来“尝鲜”的中老年群体,在热闹中感受年轻态的快乐。台上的脱口秀演员身份同样丰富——他们或是白领,或是自由职业者,但在舞台上,他们化身为演员,用幽默化解自己与观众的职场难题、生活琐事。

为何脱口秀表演能俘获人心?“一场90分钟的演出中,我们用原创内容为观众带去欢乐,更满足了他们的情绪价值。”采访中,一位脱口秀演员的话道出了关键。从单纯听笑话到集体情绪释放,脱口秀剧场已悄然演变为不少人的社交与心灵驿站。

此外,脱口秀剧场通过与商业场景的融合不断延伸,形成“观演+逛吃消费”的良性循环。有的脱口秀剧场开在商场内,观众看演出前后能逛街购物;有的则嵌在创意街区,散场后可顺路逛逛手作小店、品尝美食,让快乐从剧场延伸至更多角落。

快闪店 限时空间里的消费密码

逛商场时,你是否留意过那些风格各异的主题IP“快闪店”?

“再不去就没了!”这句感叹,恰恰是快闪店独特魅力的展现。快闪店是一种短期经营的店铺,靠着“过时不候”的体验感和限量发售的商品,巧妙地制造了产品的稀缺性。此外,快闪店还以空间为依托,通过精心设计的沉浸式场景,让消费者体验到的不仅是一次购物,更像是参观展览、参与线下社交活动。

从热门主题IP到艺术装置,快闪店卖的不只是商品,更是一场限时的感官盛宴。在正弘城4楼中庭,“ROY6便利店”格外吸睛,店内有不

穿越剧场 沉浸式参与的新体验

穿越剧场颠覆了“只坐着看”的传统模式,通过视觉效果与多种特效设备,让观众不仅是坐在座位上的看客,同时也是进入各个世界的参与者。这种沉浸式体验正成为亲子消费的新热点。

正值暑假,位于郑州二七万象城的韩礼臣穿越郑州,以家庭为单位的消费群体在门店排起长队。在剧场内,“穿越剧场”用各种俯冲镜头为体验者带来别样的刺激体验,展现着从远古巨兽到海底世界的精彩画面,“诗画中国”将祖国的绚烂景色展现在人们眼前,“诗词歌赋三万里”展现着诗中的唯美景色,“环游世界”为观众带去“环球旅行”的奇妙体验。在不少家长看来,这不仅是一项娱乐项目,更是

少顾客在选购商品。记者了解到,这家6月26日至7月20日营业的限时快闪店,不仅首发卡套、钥匙扣、摆件、斜挎包等新品,还推出打卡兑换票夹、城市限定印章等一系列主题活动。

“我很喜欢这个IP,了解到快闪店开在郑州,特意和朋友从开封过来的。快闪店不仅有很多新品,布置也很用心,是一次不错的购物及打卡体验。”正在挑选挂件的大学生王琳说。如今,快闪店早已跳出单纯的“卖货”框架,对于许多像王琳一样的消费者来说,在购物的同时,与好友有着共同爱好的陌生人进行一场社交活动,更像是在这一限时空间赴一场线下之约。

寓教于乐的文化消费新载体。

这里的娱乐项目还藏着“沉浸式小心机”。工作人员介绍,各主题影片通过动感座椅以及造雾、吹风、雪花、泡泡等特效设备,为观众带去身临其境的感受,尤其吸引亲子家庭前来体验。

这些新兴消费场景的走红并非偶然,商家精准捕捉到消费者从物质满足到精神需求的转变,同时也折射出消费者对“有参与感、有共鸣”的消费需求。当商品功能趋同,以场景为载体,将消费行为与情感体验、社交需求相融合的新兴消费场景,不仅为消费市场注入了新活力,更为人们的日常生活增添了一份新鲜感。

本报记者 安欣欣 文/图



市民在快闪店消费