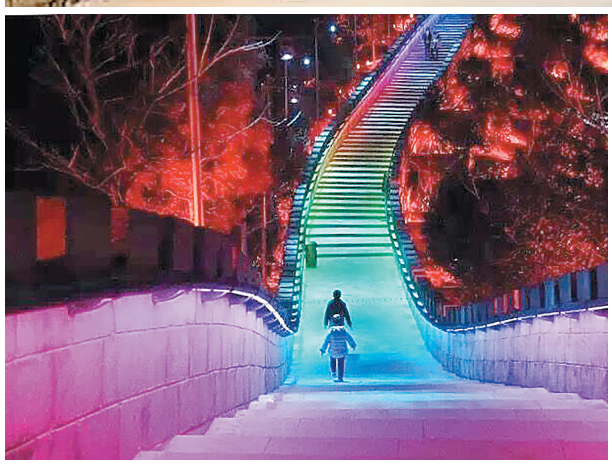
年味,是一种快乐的消费



园周村的发光彩道、龙川文化园的梦幻风车……近年来,我市城乡雨后春笋般地崛起一个个特色景点,再加上主打民俗项目的传统景点,使今年春节假期选择本地游的市民更多了。大批驻足的游客,令我市旅游经济呈现出快速增长的火热局面。

□记者 应柳依

本地游刷爆朋友圈

红的、黄的、蓝的、绿的、紫的……春节期间,在龙山镇龙川文化园的800多亩草地上,20多万只五彩缤纷的风车随风律动蔚然壮观,一片片黑压压的人头攒动。

“没想到会有这么多人来,不过,这代表童趣的‘风车阵’的确最能与我们产生共鸣,仿佛一下子回到小时候,爸爸也曾用红纸糊过这样的风车哩!”在现场,市民张先生颇为感慨。

据了解,今年春节前夕,自我市城乡大小景区推出部分新春特色项目以来,游客的数量一路飙升。不少打算春节外出旅游的市民取消了原有的计划,就近欣赏起这与往日大相径庭的美景。除再度吸睛本地市民外,还给留永过大年的新永康人提供了“保留节目”,更吸引临近县市乃至省外的游客纷至沓来。

不过,龙川文化园的火热氛围,也仅是我市本地游交出的一张漂亮答卷而已。“有颜有担当”的园周长城,更是提前在年前就亮起了彩灯,引得朋友圈刷屏无数。记者在现场看到,在变幻莫测的灯光下,原本古朴的长城似乎焕发出别样的魅力,层层阶梯在七彩光辉的映衬下,仿佛冰雕一般晶莹剔透、温润如玉。

春节期间,记者还陆续走访了方岩山、石鼓寮、西溪影视城等几大景点,处处可见壮观的“人海”,游客或拖家带口或三五成群在景点合影留念,玩得不亦乐乎。

土特产现制现卖

旧景焕新貌吸引市民眼球,但不少打出传统民俗旗号的景点,也同样聚集了大量人气。在前仓镇大陈村,春节期间燃起了炊烟,打麻糍、结馓、切糖、篝火晚宴等活动安排得丰富多彩。

“游客来了一波又一波,不仅带热了民宿,更带动了村里一些农副产品的销售。”村民陈先生十分高兴地说,土特产现制现卖飘香万里,游客甜在嘴里不免也想带些回家,自制一批切糖被提前预订,这也是春节期间赶制的第四批货了,从销量上来看,足足比平日多出四五倍有余。

与此同时,一些列入每家每户春节必备清单的年货,年前年中均卖得火热。在华丰中路的一条小巷里,一家不起眼的灯笼铺子迎来了销售旺季,直到除夕当天,一天还能卖出上百只灯笼。

春节期间生意火爆的,还包括各农村电商点。据了解,目前邮政在全市各地建有409个农村电商点,主要销售农副产品等。

“这几天,我们这里的销售额较平日增了2万元左右,像红牛饮料一天可售10多箱,是平时的一倍以上。”昨日,象珠镇英村电商点相关人员说。

看看电影放松心情

年味浓了,市民文娱活动也更为频繁了。我市万福电影大世界的负责人介绍,自1月24日以来,票房数据呈直线增长,其中《功夫瑜伽》《西游记之三圣归来》等电影排名靠前。

“春节期间,一般19时至20时30分是观影高峰段,这几日基本座无虚席,像靠口碑杀进排名前段的《功夫瑜伽》每日排片量甚至高达十几场。”该负责人介绍,春节期间,影院票房较平日增了两成左右。

“以往来看电影,大多都有活动价,比较实惠,而这次春节期间来看,发现大部分电影院都已经恢复到初始定价,较之前涨了一倍左右。不过,新年图得就是个热闹嘛,难得清闲与家人聚一聚,这个价格也还能接受啦。”正在购票的市民胡先生笑道。

黑科技傍身助阵 春节大降“红包雨” AR实景全民集福 微信“面对面”拜年

□记者 应柳依

羊年春节,微信与春晚合作推出“摇一摇”活动,令这种黑科技带来的“年味大礼”着实火了一把,成为除夕夜难以取代的“主菜单”。今年,各大互联网巨头不约而同地解锁了红包新玩法,在阖家团聚之际又增添了不少趣味时刻。

AR实景全民集福新玩法

除夕夜22时18分刚过一会,市民周钱军的微信朋友圈就炸开了锅,大家纷纷刷屏晒起了自己的五福红包。在周钱军手机上,记者翻看了这场红包雨过后的“痕迹”,其中有人吐槽也有人打趣:“雷声大雨点小,天天求福卡,手指头点到抽筋,最终也才分到几元!"当初有人出50元购买我的敬业福,如今只能暗自神伤。"凡参与集齐五福游戏的人,以后的个人简历可以写,曾参与过世界500强公司的2亿元项目的筹划,并在年底得到过分红!”

据了解,去年春节,不少人就已经体验了一把集“福”之乐,但由于千呼万唤出不来的“敬业福”,大多数人都落下了“四缺一”的遗憾。那么,今年的集齐五福活动又有哪些不同呢?

“感觉‘敬业福’的概率上升了许多,有些‘福’还可通过开通蚂蚁森林或给自己的好友浇水获得,而且今年增设的两种‘万能福’和‘顺手牵羊卡’还是相当有趣的,在相互‘坑’伙伴的过程中,新年的气氛也更浓郁啦!”市民张先生认为,尽管最终获得红包的金额不大,但VR实景扫福的方式还是热闹了一把,自己和家人在年前见“福”便扫,还有更多许久未联系的好友也主动向他“化缘”,拉近了亲朋好友之间的距离。

“面面相趣”解锁拜年新姿势

有了这座AR的桥梁,兜了一圈,专为线上量身定制的红包转眼又回到了线下。被称作实景红包的新玩法让不少玩家初体验了最新的黑科技技术之外,在春节红包这一重要营销战场上,互联网的巨头还藏有更多野心。

“除了集五福之外,今年我给家里几个外甥派发的红包都是用了微信的‘面对面’功能。”张先生表示,借着春节派发红包的热度,他也解锁了几个拜年的新姿势,其中“面对面”红包成了他的万能派发/领取新模式。

在众多解锁的模式当中,这个“面对面”又有啥优势呢?当然还是因为便捷,不用加好友,不用建群,即可面对面实时派送,少了繁琐的流程,更环保。”张先生说。

“看似超级APP们只针对新年推出了众多接地气的红包福利,但实则他们聚拢了数以亿计的用户,一旦运营活动向普通商户开放,可能将成为线下商户导流的新入口。”深谙其道的IT人士汪国峰分析认为,面对在我市逐步普及的线上支付、提现等功能,今后,我市也将陆续出现商家嫁接运营平台,例如设置AR红包,引导用户通过APP找到相应位置并扫描获得现金或折扣,与纯粹的广告相比,这种互动形式或许更具吸引力。