

线下消费热度攀升 体验式场景激活实体零售

本报讯 李燕京 攀岩岩壁上年轻人奋力向上的身影、DIY手作工坊外排起的长队、书店里伴着咖啡香的自习区……近日,当走进北京首钢园“六工汇”、石景山区“喜隆多”等商场,看到的不再是单一的货架与收银台,而是多元的体验场景和消费活力。

“现在,线下消费不再是简单的商品交易,而是社交体验与生活方式的载体。”中国宏观经济研究院有关专家分析,相较于线上消费的便捷性,“亲身触摸商品质感、与店员面对面交流、沉浸式感受氛围”才是线下消费的独特价值。

随着消费者需求的变化,自2024年起,一场针对传统商场的“爆改”浪潮兴起。改造过程中,商场告别重招商、轻体验的传统模式,从单纯的卖场升级为融合社交、文化、消费的城市生活中心。

在北京首钢园“六工汇”商场,3层楼高的室内攀岩岩壁成为新晋“打卡地”,不同难度的岩壁上,既有奋力攀爬的年轻人,也有七八岁的小攀岩者,岩壁下不时传来阵阵欢呼声、加油声;2楼的DIY手作工坊外,消费者拿着号码牌排队等候,“周末至少要等1个小时,年轻人和带娃的家长是主力。”店员的话道出了工坊的火爆,在这里,消费者停留的目的早已不仅是购物,而是追求动手的乐趣与亲子互动的温馨。

国家信息中心大数据发展部发布的数据显示:

●全国主要城市代表性商圈线下消费热度指数10月同比增长

17.3%

●一线城市、二线城市分别实现

18.9%、14.5%

的同比增长,三线及以下城市增长尤为亮

眼,达31.2%

石景山区“喜隆多”商场的转型同样颇具代表性。传统书店摇身一变成了集阅读、自习、休闲于一体的复合空间,休闲区域内的桌椅旁,有人沉浸阅读,有人专注办公,还有家长带着孩子画画、读书。“周末,休闲区一座难求,不少学生把这里当成自习室,说氛围好。”店员介绍道。

与此同时,智慧化运营也成为商场升级的重要抓手。在双安商场顶层花园,消费者扫码参与AR寻宝游戏时,后台的AI系统正实时分析客流动线、热力分布;当监测到Z世代客群占比突破50%,系统会自动推荐增加潮玩、电竞业态;发现家庭客停留时间缩短,亲子活动预警机制便会立即触发,精准适配不同客群的需求。

为了让体验场景覆盖更多人群,不少传统百货还打破年龄边界:一方面引入国潮文化、二次元、独立主理人品牌,用年轻、潮流的体验空间吸引Z世代重返商场;另一方面增设声乐、舞蹈、书法教室,满足老年人上课、交友的社交需求,让“银发族”成为线下消费的主力军。

从卖商品到造体验,从千店一面到个性适配,线下商业的转型,精准击中消费者的需求。某商场负责人坦言,调整后不仅年轻客群回流,银发消费客群占比也持续提升、今年以来,商场的销售额和客流量均实现显著增长。



把便民“缝”进生活 “百圈百面”满足居民需求

本报讯 李洪亚 维修、配钥匙、理发……这些看似小众却不可或缺的“宝藏手艺”正悄然回归,精准对接居民日常“小修小补”的需求;清晨在小区门口喝一碗豆浆,下班回家路上顺路买几样新鲜水果……这些看似平常的生活片段,却承载着人们触手可及的幸福感。这份便利与温暖,得益于海淀区“一刻钟便民生活圈”的日益完善,北京市海淀区商务局用实实在在的服务,把便民和温情稳稳当当“缝”进了街坊邻居的日常生活里,用“百圈百面”满足居民需求。

日前,商务部公布第二批城市“一刻钟便民生活圈”全域推进先行区试点名单,海淀区等30个地区成功入选。海淀区今年将建成不少于103个“一刻钟便民生活圈”,截至目前,已建成92个,涉及商业网点1.4万个,品牌连锁店占社区商业网点38%以上。

及时上“新”商品种类

“这个超市太方便了,就算做着饭没调料了过来买一趟也用不了几分钟。”中关村街道华清园社区王阿姨口中的超市就是纪菜园生鲜超市五道口店(以下简称“超市”)。此前,却是另一番景象。

改造前,这里是以服装、文化用品、医疗器械销售等为主的小型市场,但华清园社区居民超9000人,社区2公里内没有一个果蔬销售点,居民购置生活用品十分不便。

改造后,超市经营面积约1400平方米,经营内容涵盖果蔬生鲜、副食调料、日用百货等商品约2000品,每日人流量约4000人,能满足周边2公里范围内居民的日常所需。此外,为方便华清园社区内的居民购物,超市专门开设了一个内部通道,社区内的居民出家门口就能进超市。

“针对一些超市没有,但居民需要的品类,我们也会及时上‘新’,完善进货机制。”超市经理孙路路介绍道。不仅如此,超市还针对附近年轻人多的情况,开设了早餐、果切销售等服务。

中关村街道的“中关村东区便民生活圈”建设成果还成功入选《全国“一刻钟便民生活圈”典型做法案例集》。

多元服务满足居民需求

海淀区以“基础保障+品质提升”双轮驱动,将小修小补等基础类业态融入便民生活圈,持续推动传统商圈改造升级,增添城市“烟火气”。

西北旺镇积极整合地区资源,引导超市发北清路店打造为“一站式便民商业服务的社区商业综合体”。超市发北清路店经营面积1600余平方米,除了满足居民日常所需的果蔬、水产、肉类、粮油等高频刚需商品外,还新增了床品定制、手机维修、配钥匙、鲜花售卖、旅游咨询等服务项目,满足顾客低频次刚需的生活需求。“在这儿订个枕头、棉被特别方便。”市民李女士介绍道。

可以现场看到,超市发北清路店每天能提供10种优质低价的蔬菜,让顾客买到物美价廉的商品。“未来,我们将根据顾客的需求不断地调整和增加服务项目,同时不断优化商品结构,为顾客提供优质、健康的食材,共筑家门口的便捷生活。”超市发北清路店店长孙齐说道。

据介绍,海淀区在全市首创“菜篮子价格公示牌”,围绕“保供稳价”的目标,督促指导区内600余家各大连锁商超及规范社区菜店通过设立菜价公示牌进行统一宣传公示,每日保障不少于10种基础性菜品平价供应。

除此之外,西北旺镇积极引导“唐家岭奥特莱斯”改造升级,原“唐家岭奥特莱斯”升级为“U悦生活广场”,U悦生活广场聚焦于核心半径2~3公里内居民需求,结合周边成熟社区环绕及高精尖企业总部聚集等区位优势,有效填补地区商业空白,打造区域内潮流消费生活标杆商业,成为吃喝玩乐购的全方位新社区生活空间。

从“基础便民”升级为“生活美学地标”

今年年初,兴泉汇D15生活美学馆正式开门迎客,为温泉地区居民带来了休闲、娱乐、购物、参与文化活动的好去处。可以在馆内看到,餐饮、零售、书屋、健身、美容美体、居酒屋等业态一应俱全,超市里水产、肉蛋菜奶等产品丰富多样,为周边居民提供“一站式”的生活消费、社区服务和社交体验。

据了解,兴泉汇D15生活美学馆,是温泉镇首个自主开发、自主建设、自主招商运营管理的项目,以文化为魂,商业为骨,精准定位“文化+社区商业”模式,致力于打造一个充满书香气息、蕴含深厚文化韵味的生活美学空间,也是中关村科学城北区首个环山漫生活社区Mall。

“‘兴泉汇’作为温泉镇精心打造的商业品牌,聚焦‘社区服务中心’‘D15生活美学馆’和‘CGlive! 商业街’三个子品牌建设。与D15生活美学馆不同,‘CGlive! 商业街’将打造集吃喝玩乐、休闲等功能于一体的全社交空间,不仅满足周边居民的购物需求,还将为居民们提供情绪价值,进一步完善中关村科学城北区的业态布局。‘CGlive! 商业街’大部分区域计划将于2026年春节前开门迎客。”北京兴泉汇商业管理有限公司总经理曹立新介绍道。

将便民生活圈打造成品质生活圈

从区商务局获悉,截至目前,海淀区已建成92个“一刻钟便民生活圈”,涉及商业网点1.4万个,品牌连锁店占社区商业网点38%以上,群众满意度达到97%以上。

作为全国科技创新高地,海淀区将“硬核科技”与“人文底蕴”深度融合,为居民提供生活便利。中关村街道研发“一刻钟便民生活圈”电子地图,整合1181个网点信息,提供智能导航、线上预约等功能;曙光街道“AI便民生活圈”上线1132个服务点位,支持语音交互和无障碍服务。此外,海淀区推动数字人民币试点,在五棵松、中关村等商圈打造“科技+消费”新场景,提升支付便利性。不仅如此,依托城市更新政策,推动卫星制造厂园区城市更新改造,以“科技+商业”模式打造商业网红打卡地。

在推动生活服务数字化转型试点方面,区商务局积极探索“科技+”模式,结合智慧城市建设,整合数字化场景,将社区商业资源融入“一刻钟AI生活地图”,打造有黏性和有影响力的本地便民服务品牌,通过AI赋能实现智慧化升级。

“未来,我们将在前期便民生活圈建设试点基础上,继续坚持问需于民、因地制宜,分类施策,完善便民生活圈建设;结合城市更新及老旧小区改造,优化空间布局,充分发挥海淀区科技优势,提升便民生活圈智慧化服务水平。”区商务局生活服务业一科副科长魏敏慧介绍,在保障基本类业态全覆盖的基础上,引导差异化、特色化经营,丰富业态供给,提供优质服务,将便民生活圈打造成全龄友好、全民共享、海淀特色的品质生活圈。