

消费视窗·中国实体商业新观察

推陈出新拓展消费场景，沉浸互动营造休闲氛围

商业综合体创造新体验

本报记者 黄晓慧 毕京津 林丽鹂

今年的《政府工作报告》提出，“着力扩大国内需求，推动经济实现良性循环”“培育壮大新型消费”。商业综合体是重要的消费场所。各地顺应消费升级趋势推动商业综合体创新发展，通过拓展消费场景，增加新产品、新服务、新体验，丰富多元业态，为消费者提供更加优质的商品和服务，不断激发有潜能的消费。

新需求牵引新供给，把“流量”变成“留量”

华灯初上，上海静安大悦城顶层，夜食天台坐满了人。人们吃烧烤、涮火锅，享受休闲时光。

“一到节假日就一位难求，需提前三天订座。”上海海底捞区域经理郭佳说，大悦城顶层夜市一经推出，受到顾客欢迎。

“2023年，夜食天台10家餐饮店总营业额达1.3亿元，是此前营业额的3倍。”上海静安大悦城总经理王岩说。

上海静安区在已有潮流夜市、文创集市等传统夜间经济的基础上，推动商业综合体从地面延展到更高的露台、天台，打造融合夜购、夜食、夜娱、夜秀、夜动的“露台经济”，丰富了夜间消费的新空间、新模式、新产品。

作为上海消费较为活跃的商业综合体，静安大悦城是较早开始尝试消费场景创新的商场之一。“在我们周边3公里以内，有50多家商业综合体，想要在大众消费领域脱颖而出，就得不断推陈出新，打造新的消费场景、带来新的消费体验。”王岩说。

“把空置率高的天台设置成购物中心的外摆区，这些空间通过发展情景式业态，营造休闲氛围、沉浸式互动，不断激发城市消费活力，释放经济增长潜力。”上海财经大学电子商务研究中心主任劳帼龄表示，从长期发展看，外摆经营需要科学规划管理，推动其与城

市的夜经济、综合体经济、特色街区经济融合，使其成为城市的特色经济。

目前，静安大悦城逐渐树立IP线下消费的口碑，尤其受年轻客群的青睐。“周末，经常有长三角一带的年轻消费者拎着行李箱来逛大悦城，他们在拍照打卡时还会购买IP衍生品、在相关主题餐厅就餐。”王岩说。

去年，静安大悦城共举办24场IP临展+快闪店活动，创下近1亿元的销售业绩，其中有5场突破千万元。2023年静安大悦城的客流比2021年增加了30%，销售额增加了33%，创下自开业以来的新高。

劳帼龄认为，上海作为国际消费中心城市，与世界潮流紧密对接，同时坐拥众多老字号，可以开发出诸多的品牌联名创新产品。商业综合体在创新发展的过程中，创造新场景，收获关注度，只是招徕客流的第一步，配合好产品、好服务，才能真正形成持续吸引力，把“流量”变成“留量”。

紧跟市场变化趋势，发挥首店带动作用

“买到了！这是限量款粉色手提包。”前不久，河南郑州大卫城一层的某知名品牌店开门营业，专程赶来的32岁的王璐涵买到了自己心仪的手提包。“听说这个品牌在大卫城开了河南首店，就专门赶来看看。”她对记者说。开业当天，该品牌店客流量达2000多人次。

大卫城坐落于郑州市金水区，是郑州市的商业综合体之一。“首店经济是我们主要的卖点之一。”大卫城副总经理杨鹏告诉记者，越来越多的国内外高端、潮流品牌瞄准河南大市场，选择入驻郑州，“得益于大卫城开业9年来积累的知名度和优越的地理位置，许多品牌将它们在河南的首店开在这里。新品牌往往能吸引新的客流，这对我们

的发展也是很大的促进。”据统计，大卫城2023年客流量达到近2700万人次，销售额达到94亿元。

郑州市金水区将大卫城的首店经济作为全区经济发展的亮点之一，支持其面向国内外招引品牌。最近3年，有199家国内外知名品牌选择将河南乃至华中区域的首店落户大卫城。

在大卫城四层的凯乐石登山概念店，不少顾客正在选购运动装备。“运动、健身是当下的潮流，也是消费新的增长点。”杨鹏说，“顺应这一趋势，大卫城引入一系列运动类品牌。紧跟消费潮流，不断更新自我，是我们持续吸引客流的关键。”

随着数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费的不断壮大，消费市场迎来新机遇。商业综合体及时捕捉潮流趋势，根据大众需求完成迭代更新，持续提升新型消费产品和服务的供给质量。

“商业综合体在满足居民购物需求、提升城市消费水平上具有重要作用，也成为一个大城市的重要地标。”郑州大学商学院副教授李延辉说，“为了提高商业综合体的竞争力和吸引力，应该在明确市场定位，调整业态组合等方面下功夫。”

丰富业态提升服务，不断改善消费体验

“重心向后放在板尾，上半身放松，眼睛往前看……”在湖南长沙荟聚海狮冲浪体验馆，教练正指导学员们熟悉冲浪的基本动作，几十分钟下来，大家已经可以在水中完成简单的滑行。

“很有意思，特别适合周末和朋友们来放松娱乐。”刚完成体验的肖先生告诉记者。

为了给消费者带来更为丰富的体验，2023年，长沙荟聚打造悠然荟生活空间，汇集了餐饮、运动、休闲养生等多种业态。该商

业综合体融入了许多新鲜的体验空间，比如涂鸦玩屋，是为所有年龄段小朋友打造的自由涂鸦空间，无论你是否学过绘画，都可以来这里尽情开始一场即兴创作。

“如今，消费者更追求时尚、新颖和体验感，注重社交氛围，针对这些特点，我们在租户选择上更加偏重体验性业态，以社交、娱乐和优选生活方式类品牌为主。”长沙荟聚总经理王建介绍，目前，这里精选了超过380家优质特色品牌。

在社交平台上，长沙荟聚被家长们称赞为“亲子友好型商场”，推出不少暖心举措：每一层都设置了母婴室，为儿童设计专属卫生间，屋顶花园打造了一个开放式的儿童乐园。此外，商场引入了3D拼图、益智博物馆、赛车等适合亲子共同体验的业态。“来逛商场的很多是父母带着孩子，我们努力为顾客创造安全放心、体验良好的购物环境。”王建介绍。

中国百货商业协会秘书长杨青松认为，大型商业综合体面临激烈的竞争，要着力转型突破。体验式、潮流式的商业是一个很重要的突破点，把娱乐、策展、潮玩集中在一起，年轻人在这里找到归属感，大家互动、沟通、分享，也能整体带动群体消费。

2023年，我国社会消费品零售总额达47.1万亿元，总量创历史新高，比上年增长7.2%，消费对经济增长贡献率达到了82.5%，消费的基础性作用更加显著。今年的《政府工作报告》提出，“培育壮大新型消费，实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，积极培育智能家居、文旅旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点。”

杨青松认为，在新的消费需求下，“时尚、品质、娱乐、人文”等都是新时代商业的代表性要素，也是大型商业综合体需要具备的特质。商业综合体的发展要充分考虑当前规划与未来商业发展的结合，以及工程设计与商业需求的结合，进而为消费者提供更丰富的消费体验。

(种震宇参与采访)

市场漫步

推进文化和旅游深度融合，不断丰富乡村旅游市场的产品和服务，打造多样化、特色化、高品质的乡村旅游产品供给

春光正好，到乡村亲近自然、体验民宿、品尝美食，成为许多消费者的热门之选。随着乡村旅游发展提速，旅游产品类型不断增多，产业体系加快完善，给游客带来更加个性化、多样化的体验。

我国乡村旅游资源丰富。去年10月举办的联合国世界旅游组织全体大会第二十五届会议上，江西篁岭村、浙江下姜村、甘肃扎那那村和陕西朱家湾村入选联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”，加上此前入选的浙江余村村、安徽西递村、广西大寨村、重庆荆竹村，我国入选乡村总数达到8个，位列世界第一。

乡村旅游的热度得益于供给侧的创新。江西篁岭村挖掘乡俗、乡景、乡味、乡宿内涵，推出民宿度假、森林探险、滑道漂流等多元化业态，吸引游客前来体验丰富的乡村慢生活。甘肃扎那那村推出越野穿越体验等主题旅游线路以及春耕节等体验项目，燃起游客前来品味乡愁的兴趣。

从南到北、从沿海到内地，以自然山水、田园风貌、民俗非遗等为主题的乡村旅游产品越来越丰富、体验越来越多元，激发了人们更大的出游热情，为乡村旅游发展注入新动力。

乡村旅游的发展离不开相关政策的支持。《“十四五”旅游发展规划》提出“规范发展乡村旅游”，并明确了“深入挖掘、传承提升乡村优秀传统文化，带动乡村旅游发展”等具体任务。各地各部门加快出台相关政策，优化乡村旅游产品结构，丰富产品供给，打造乡村旅游精品线路，推动乡村旅游提质升级。

文化和旅游部出政策、建机制、搭平台、树品牌、强推广，不断提升乡村旅游发展质量和综合效益，指导各地开展乡村旅游数字提升行动。北京发布《乡村旅游提质升级行动方案(2023—2025年)》，湖南开展乡村旅游“四个一百”工程建设，浙江出台《浙江省乡村旅游促进办法》，云南以农文旅融合发展为导向因地制宜发展乡村特色产业。相关部门和地方积极强化制度设计，努力培育乡村旅游集聚区，构建全方位、多层次的乡村旅游供给体系。

乡村旅游有巨大的发展潜力。从需求侧看，随着旅游消费不断升级，人们对乡村旅游的需求将持续释放。从供给侧看，我国乡村自然资源和人文资源丰富，乡土风貌、优秀传统文化与现代旅游需求的有机结合具有良好基础。未来，要以推进文化和旅游深度融合为主线，坚持文化铸魂、以文化赋能乡村旅游高质量发展，促进文化创意产品开发设计提质升级，不断丰富乡村旅游市场的产品供给，打造多样化、特色化、高品质的乡村旅游产品和线路，让乡村旅游市场释放更大动能，更好满足人民群众日益增长的美好生活需要。

市场资讯

九部门推动农村电商高质量发展

本报电 商务部、中央网信办等九部门近日联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》(以下简称《意见》)提出，用5年时间，在全国培育100个左右农村电商“领跑县”、1000家左右县域数字流通龙头企业、1000个左右县域直播电商基地、10000名左右农村电商带头人。

《意见》从搭建多层次农村电商综合服务平台、加快农村现代物流配送体系建设、培育多元化新型农村电商主体、提高农村电商产业化发展水平、开展多种形式的农村电商促销活动、巩固拓展电子商务进农村综合示范政策成效等6个方面着手，提出打造县域直播电商基地、培育农村数字消费场景等14条具体政策举措，着力推动农村商贸流通企业转型升级，促进电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合，构建协同、创新、高效的农村电商生态圈。《意见》还从加强统筹协调、做好配套支持、创新监管方式等3方面健全工作保障机制，确保取得实效。

激发乡村旅游更大动能

王珂

中国零售业博览会展示零售新技术

本报电 第二十四届中国零售业博览会3月13日—15日在上海举办。本届展会聚焦智慧零售、绿色零售和体验零售，展示AI、云计算等在零售行业的应用成果、解决方案，以及适用商超便利店的精选商品等。

本届展会展览面积达10万平方米，超过800家企业参展，共设中国零售智能物联展、国际智能信息技术展、零售生鲜加工及商用厨房展等九大分展。现场还举办30余场会议活动，重点探讨老字号新活力、超市精细化运营、数字化升级等热门话题，冰山松洋冷链、海尔开利等企业参展。成立于1994年的冰山松洋冷链(大连)股份有限公司，已发展成国内领先的商用制冷设备综合方案解决商，业务遍及20多个国家和地区，为商超、便利店、商用厨房、饮品和新零售等领域客户提供制冷服务。

(商文)

消费万花筒

本版责编：王珂



图①：浙江杭州淳安县茶园风光。余剑锋摄(人民视觉)
图②：游客在江西赣州定南县岭北镇南丰村的油菜花田里游玩。詹继成摄(人民视觉)

推动创新融合，增加服务设施

体育消费步入发展快车道

种震宇

展职业赛事，鼓励社会力量举办自主品牌体育赛事，不断提高赛事组织管理水平，提升观赛参赛体验。

体育赛事走进乡村、商圈，成为乡村全面振兴和各地提振经济的重要推动力。“村BA”“村超”赛事火爆，跟着赛事去旅行，为游客带来全新体验。专家表示，社交化、娱乐化、个性化成为大众参与体育运动的驱动力。由此带来的文体旅商综合发展是当前体育消费的新模式。适应人民群众不断增长的健身需求，要不断丰富群众健身活动。引导推动各地开展社区运动会，扩大覆盖范围，提升服务水平。组织开展全民健身线上运动会等线上

群众体育活动，吸引群众广泛参与。鼓励和引导各地因地制宜，推动群众身边的“三大球”赛事活动广泛安全开展。

高质量场地设施是促进体育消费的有力保障。在各地，自行车专用道、“口袋”运动场、城市水上营地不断出新，为大众提供充足的体育消费空间载体。据统计，2023年我国全国人均体育场地面积达到2.89平方米，全民健身步道达到37.1万公里，比2019年增长了107%。要不断丰富体育消费场景。提升场地设施质量，支持各地建设体育公园、全民健身中心、公共体育场等体育场地设施，进一步提升公共健身设

施服务水平和使用效益。同时，加强科技创新引领，大力发展智能体育装备，提升科学健身智能化水平。推动智慧体育场馆、智能体育公园等智能化体育场地设施建设，打造具有沉浸式、体验式、互动式的数字体育消费新场景。

当前，消费人群不断拓展，消费层次也越发多样，青少年、老年人等群体的运动需求都很旺盛，相关产品和服务应该同步跟上。专家表示，随着运动健身的需求不断增加，体育爱好者追求更加丰富的消费体验，要在体育业态创新，发展新兴体育项目等方面下功夫，打造新颖多样的体育消费场景和业态，助力经济社会发展，不断满足人民美好生活需要。