

消费视窗·一条街一座城

市场漫步



核心阅读

虽已“百岁”，春熙路却越来越“年轻”。瞄准青年人，营造众多文旅新场景，打造体验式消费业态，聚集各类品牌首店600余家，春熙路商圈的消费新活力得到持续释放。

裸眼3D大屏上，熊猫嬉戏。忽然，熊猫爪子抓住屏框，仿佛即将走出屏幕……春熙路中心广场里，游人纷纷举起手机，将即将跃然而出的熊猫收入相机。咔嚓，一声响过，画面定格。步行街边，一排排各式各样的小摊聚集，珍珠串、文创品、小收藏，“新十二月市”活动吸引了一众游客。

在四川成都的市中心，一条春熙路，囊括了百盛百货、国际金融中心、青年磁场购物中心等众多新老商业单元，贴近青年群体，发力首店经济，激发消费活力，商圈规模不断扩展，新型文旅业态涌现，不断激发消费新活力。

拥抱年轻人，老商街越来越年轻

百年春熙，见证历史变迁。站在春熙路中心广场，面朝国际金融中心大楼方向，巨型熊猫攀爬在大楼顶部一侧，游人驻足街边，与熊猫合影留念。右手边，现代建筑和历史楼宇交融共存。远洋太古里商业综合体聚集了众多国内外知名品牌，其中不少是中国首店、四川首店。市民或茶歇，或购物，或把玩新科技产品，怡然自得。

左手边，春熙路步行街纵深向前，百盛百货矗立街边。远处，王府井商城、太平洋百货等商业体门前，客流如织。一场场商业活动引得游人聚拢，灯光璀璨。

1924年，春熙路建成，因人流密集，商业很快发展起来。协和钟表行入驻，这是当时成都地区最早使用霓虹灯做店招且最早使用扩音喇叭的商家；大光明美发厅开业，成为成都档次最高的理发店；此后，成都第一家西餐厅、第一家使用电冰箱和冰激凌电动搅拌机的餐饮企业也落地春熙路。

新中国成立后特别是改革开放以来，春熙路商业氛围日益兴盛。上世纪80年代，春熙路上的百货公司、各类商店如雨后春笋发展起来，鼎盛时期达800家商店。“进入90年代以后，太平洋百货、百盛百货等相继入驻，夜市也成为春熙路的一大特色。”成都市锦江区商务局产业研究总监毛寅鸣说。

进入新时代，春熙路“东拓西联”。随着远洋太古里、国际金融中心相继开业，春熙路由街变商圈，辐射范围已达5.02平方公里，成为网

红地标。2024年，春熙路商圈的年客流量已突破2亿人次，商业营收近千亿元，聚集了各类品牌首店600余家。

时至今日，走在春熙路上，成都享得利、北京同仁堂、胡开文具、凤祥楼等百年老店，依然人头攒动。积极拥抱年轻人，这些老字号越活越年轻，纷纷触网、升级。

打造新场景，做足首发经济文章

音乐起，人群聚。距离步行街不远，青年磁场购物中心大门前，一场嘉年华活动拉开帷幕。头戴贝雷帽、脚着长筒靴，伴着萨克斯与小提琴交织的音乐节奏，一位女青年与同伴轻轻起舞……集市摊位上，各类小商品琳琅满目。

虽已“百岁”，春熙路却越来越“年轻”。涌动的消费活力，得益于街巷文旅新场景接连上演，激发了广大市民消费需求。

老商场变身新中心，青年磁场购物中心的转型之路是步步向新的旅程。“我们商场自2007年开业以后，是传统的百货商场模式。随着周边商场越来越多，加之受到线上购物的影响，客流量被分流不少。”购物中心主理人阙梦莹说，青年人消费旺盛，他们对潮流品牌和生活方式有较大需求。面对消费新趋势，商场从2019年起积极谋划转型。

走进青年磁场购物中心，工业风扑面而来。裸露的建筑外墙，映照在暖色白光下，格外清雅。与一般百货商场不同，这里打破传统零售的格子间形态，楼宇内未设置隔墙，而是由商家自行设计销售点位。

拥抱年轻人，搭建新场景。自2022年底中心重新开业后，这里的年客流量较此前提升40%，营收业绩提高超50%。“我们在转型中，创新思维，设计商场新模式，引入了120多个潮流品牌，其中近50%是全国首店或西南地区首店，在首发经济上做好了功课。”阙梦莹介绍，中心还定期开展各类活动，打造街巷文旅新场景，聚拢市民消费力。

瞄准青年群体的，不止青年磁场购物中心。滑板飞跃，音乐流动。在Wood park极限运动公园，每逢周末，众多青年人喜欢在此玩滑板。离公园不远，就是一家运动用品商店。“打造春熙路时尚活力区，让运动流量转化为消费增量，我们通过设计各类文旅新场景，带动商业繁荣发展。”春熙路时尚活力区管委会副主任吴杰说。

LED画面变幻，置身其中，人仿佛穿梭在宇宙间。虚拟的星球抵近，游客与一个未知星球亲密“碰撞”。在春熙路的百盛百货，“超级时空魔方”沉浸式潮玩体验馆，是2024年以来市民游客青睐的热门地点。采用裸眼3D、AR等众多新技术，体验馆打造了科幻新场景。

聚焦科技创新，文旅新场景蝶变。涌动的消费活力，还得益于各类科技元素的融入，形成消费新主题。“自潮玩体验馆开业以来，已累计为商场引流超12万人次，带来营收超千万元。”百盛百货店长夏书军说，商场还在外墙打造了裸眼3D大屏，吸引众多游客进入商场，转化为实际购买力。

春熙路商业形态云集，离不开差异化的消费场景设计。与周边商业综合体不同，百盛百货运用科技元素，打造了众多体验式消费场景。“瞄准青年，营造众多文旅新场景，打造体验式消费业态，春熙

四川成都春熙路

发力首店经济，贴近青年消费

路商圈的消费新活力得到持续释放。”毛寅鸣说。

做优消费体验，高科技成为新名片

行走在百盛百货，进入波司登西南旗舰店，看见一件满意的商品，顾客李女士打开“时尚春熙”小程序，利用此前已经抢到的消费券，兑换购买。“‘时尚春熙’不定期有一些消费优惠活动，很吸引人。”李女士说。

消费活力涌动，离不开优化消费体验。以大数据和人工智能技术为依托，成都市锦江区打造了“云上春熙”智慧化服务平台，连接“锦彩企成”“时尚春熙”等服务端口，吸引商家、消费者入驻，人气很高。

“通过打造智慧化服务平台，我们一方面为商户推送优惠政策，帮消费者掌握优惠信息，另一方面还接入了商圈停车位、客流、品牌等信息，便利商圈管理者运营管理。”毛寅鸣说，平台已吸引近40万用户注册，近千家商户入驻。

消费优体验，春熙路商圈迈向智慧化。打开“云上春熙”服务平台，一系列大数据映入眼帘：商圈楼宇“入驻率、入区率、入库率、纳税率”等数据清晰可见，便于政府引导管理；2024年举办“春熙网红周”等促消费活动200多场，累计发放“春熙券”近8000万元，消费活力涌动；推出“安全隐患随手报”，处置安全隐患数千条，商圈运行更安全……

随着过境免签政策全面放宽优化，外国游客越来越多。选好商品，本以为还要换取现金，不料，工作人员告知，用日常使用的支付工具就能扫码支付。前不久，第二次来成都的泰国某游客，就在春熙路上的老字号酥糖铺子感受了一把“丝滑”体验。

消费优体验，在春熙路，跨境支付日趋方便。“去年以来，春熙路商圈推动重点商超和酒店、老字号餐饮的POS机开通外卡支付功能，已落地超4900个外卡支付点位。”毛寅鸣介绍，商圈还设计发布了跨境支付便利化标识和使用手册，上线了具备导航功能的跨境支付便利化电子地图，便于入境游客跨境支付。

融通线上线下，催生更多跨境消费。在百盛百货，移动POS机还与支付宝联动，通过绑定国际银行卡支付等模式，实现跨境扫码支付。“现在我们每个商户柜台上的蓝色二维码，已成了迎接全球顾客的‘新名片’。”夏书军说，新支付方式可实时汇率结算，消费者无需支付手续费。据统计，2024年前11月，成都市接待入境游客近150万人次。

管理规范化，推动消费体验更优。“我们出台了商圈精细化管理方案，明确环境卫生、企业服务、市场秩序等管理标准、责任单位和考核办法，让市民和游客到春熙路消费、游玩更安心。”吴杰介绍，春熙路目前已获评四川省首批高品质示范步行街。

做优消费体验，春熙路商圈迈向高品质。如今，得益于商圈建设智慧化和跨境支付便利化，受益于精细化商圈管理，越来越多游客将春熙路作为抵达成都游玩的重要一站。“来春熙路，游客既能感受新品牌，也能走进老商店。”吴杰表示，春熙路正成为集烟火气与新时尚为一体的高品质商街。

图①：四川成都春熙路青年磁场购物中心举办嘉年华活动。
图②：消费者在春熙路某商场选购商品。
图③：春熙路一瞥。
以上图片均为成都锦江区委宣传部提供

用“AR魔镜”智能试妆，在“未来商店”自己设计产品……当前，一些实体商业通过植入“智慧大脑”，让消费变得更有意思。这就是智慧零售的魅力所在。

近期，多部门联合发布《关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划》《零售业创新提升工程实施方案》，提出“加快商贸流通数字化转型”“推动数字化赋能”，为广大零售企业借助“数智”转型升级释放政策红利。

作为商品流通的终端环节，零售业关系国计民生，是引导生产、扩大消费、保障民生的重要载体，在繁荣市场、畅通经济循环等方面发挥着重要作用。多年来，我国零售业市场规模持续扩大，线上零售业更是呈现快速增长态势。2024年1至11月，全国网上零售额达14万亿元，同比增长7.4%。

同时看到，我国零售业经营主体众多，存在发展不平衡、优质供给不足等问题，亟须进一步优化调整。目前，以大数据、云计算、人工智能等为代表的数字技术蓬勃发展，为零售业转型提供了技术支撑。同时，人们消费理念和需求也在不断变化，适应消费趋势变化、加快数字化转型成为零售业的“必答题”。培育行业发展新动能、实现零售业数字化转型是一项系统工程，需要综合施策、久久为功。

为实体商业植入“智慧大脑”

齐志明

运用新技术、新模式，实现业务升级，更好满足消费者需求，推动从传统经营向智慧零售跃迁

如今，许多传统零售企业选择与数字化服务商合作，在供应链优化、全渠道融合、客户关系管理等各环节，积极开展数字化实践。比如，有些服务商通过提供小程序商城、会员管理系统以及营销自动化工具，帮助零售企业收集、整合和分析数据，据此实现精准化营销和个性化服务。更重要的是，打造良好的数字化零售生态。通过大型流通企业技术赋能、平台赋能等方式，在数字系统、培训、营销、支付等关键环节，为传统零售门店提供共性数字化解决方案，实现快速响应与高效运营。

“线上下单，线下30分钟送达”，即时零售等新型消费吸引了越来越多消费者，也为众多本地零售店店面带来增量发展空间。线上线下融合是大势所趋，各地区可结合本地实际，整合线上线下平台、线下商超和物流站点，发展即时零售、直播电商、直供直销等新业态，探索“店仓一体”“预售+集采集配”等新模式，以高质量零售业态供给引领和创造新消费需求。

智慧零售的未来充满想象力，利用人工智能、虚拟现实、增强现实等技术，打造云逛街、云购物、云体验等数字消费新场景，能更好地优化消费体验，赢得年轻消费群体。

零售业数字化转型，旨在通过运用新技术、新模式重构“人货场”的关系，既实现业务升级，也能更好满足消费者需求。期待更多企业把握机会，实现从传统经营向智慧零售的跃迁，在衔接产销、促进消费、服务民生中发挥更大作用。

消费万花筒

农产品出口驶上“高速路”

本报记者 欧阳洁

日前，在辽宁丹东圣野浆果专业合作社的草莓包装车间里，工人正将一批批草莓鲜果筛选装箱，经大连海关所属大东港海关关员检疫合格后，草莓即将出口海外。

“今冬的草莓比往年的品质好，价格也更高。”东港市草莓协会会长、圣野浆果专业合作社负责人马廷东说，“在高效监管和贴心服务帮助下，我们采摘的草莓第二天早上就能摆上国外超市的货架。”

东港市是我国优质草莓生产基地和最大的草莓出口基地，现拥有草莓专业合作社500余家、家庭农场100余户、草莓深加工企业42家。全市10万余户农民从事草莓生产，年产量超32万吨。

“针对水果不易储存和运输的特点，我们推出‘采摘即申报—包装即顺势查验—放行即出证’模式，将属地通关时长压缩60%以上。”大连海关所属大东港海关副关长杨永娟介绍，近年来，大连海关积极推进果蔬、禽肉、海鲜等多种优势产品走出去，水果出口遍及欧美、东南亚等25个国家和地区。

外贸数据绘制企业画像，服务举措更有针对性。大连海关推出“海关金融机构智慧赋能体系”，直属海关与地方金融机构联合建立惠企服务新模式“关金慧”，在新模式下，惠企金融服务平台运用大数据分析技术，整合94个维度的外贸可信数据，客观、精准绘制“企业信息画像”，为融资授信提供决策参考。

2024年，大连海关与中国银行开展合作，银行依托海关画像结果进行企业信用评估，共对16家涉农企业授信1.3亿元，提升企业授信额度超60%，贷款利率由3.6%降到3.1%左右，贷款业务平均受理时间由3天压缩至0.5天。

为进一步推动农产品开拓新市场，各地海关深入发掘当地特色农产品，陆续推出出口食品品牌建设、进出口食品全链条监管等提升产品质量的措施。青岛海关精准筛选培育对象，完善从原料生产、加工包装到装柜出口的质量管理体系，帮扶出口企业拓宽出口渠道，提升国际市场竞争能力。

本版责编：罗珊珊

版式设计：张芳曼

