

购、吃、游、娱相结合的消费模式，在全国各大购物中心流行起来——

# 在购物中心，体验感“拉满”

本报记者 孔德晨

买一杯与热门IP联名的奶茶，再去各类体验式店铺“打卡”；与朋友聚餐后，还可以去室内滑雪场运动……购、吃、游、娱相结合的消费模式，在全国各大购物中心流行起来。

有外媒称，西方发达国家发明了购物中心这种业态，中国则将其升级为“体验中心”。眼下，中国各大城市的购物中心正加速转型，从购物为主转向提供多种生活方式体验。这一新趋势激发了怎样的消费活力？日前，本报记者走访多家购物中心一探究竟。

## 不再单纯追求提供丰富商品

近日，北京朝阳大悦城一层的chiikawa主题快闪店火出了圈。该店组织的快闪活动吸引众多消费者前来“打卡”。

“我这次受朋友所托来代购。顾客里还有从天津、河北等地专程赶来的，甚至有人拉着行李箱来‘扫货’。除了购物，有些人是冲着拍照‘打卡’来的。”正在店外排队的何礼对记者说。

朝阳大悦城工作人员告诉记者，朝阳大悦城与各品牌共同挖掘IP资源、打造主题场景，形成了吸引青年客群的新型消费模式。此次快闪店实行实名预约制，线上预约通道开启后，名额很快被抢光，“活动共推出约100多款联名产品，将持续到‘五一’小长假之后”。

北京北投购物公园内，一家向消费者提供手绘体验服务的绘馆颇受欢迎。“过去，我们的客户多为学龄前儿童，由店内老师指导作画。从去年开始，成年人客户多了起来。”同绘馆店员对记者说，很多客户冲着“零基础也能作画”这一卖点而来，“有些客户打算把作品送人，他们认为这样的礼物更有新意”。

记者走访发现，北京各大购物中心普遍开设了许多体验式店铺，如健身房、手工坊、迷你KTV、电玩城、室内滑雪场、亲子游乐园等。“实体商业容易陷入‘高人气、低消费’的发展瓶颈，需要加快提升供给质量。”商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长董超对记者表示，大型商业综合体面临激烈竞争，“体验式、潮流式的商业是其中一个重要竞争点。把娱乐、策展等集中在一起，能够让年轻人找到归属感，从而带动消费”。

过去，购物中心主打“什么都能买到”，商品品类齐全、覆盖范围广。随着电商平台强势崛起，传统购物中心通过全品类布局吸引消费者“一站式购物”的经营策略逐渐失效。“互联网突破了时间、空间的限制，可为消费者提供海量商品选择。面对这样的竞争，许多百货零售企业放弃了以往‘大而全’的定位，转而聚焦某类客群的消费习惯，寻找差异化立足点。”董超说。



日的南京路步行街，是上海市重要商圈之一。图为近日的大明摄影（人民视觉）

▼近日，在北京王府井步行街百货大楼的墙体上，裸眼3D大屏不时播放熊猫、恐龙和巨鲸等画面，吸引行人驻足观看。  
陈晓根摄（人民视觉）



▲四川省南充市加快得益时代广场商圈升级改造，计划改建“口袋公园”，加装蝴蝶造型天幕景观，新建屋顶露台、市民活动场地、停车场等，推动打造消费新地标。图为得益时代广场提升改造项目建设现场的蝴蝶造型天幕。  
黎涛摄（人民视觉）

董超表示，传统购物中心正在加快调整、改造、升级的步伐。“例如，王府井集团旗下门店结合消费需求变化和自身经营特点，持续加大新资源引进力度，发展‘一店一策’复合经营；天虹股份重点推动人口密集社区的多家百货门店向社区生活中心转型，旗下几家标杆店去年在客流量、销售额等方面均有良好表现。”董超说。

## 四个关键词诠释转变

董超分析，大型购物中心的转变趋势可用四个关键词形容：社交聚会场所、年轻力

中心、文化消费场景和亲子互动中心。

“出来聚会，重点在‘逛’，而不是单纯为了买东西。”在北京合生汇购物中心，00后张北荷和几位朋友正在逛街。“今天是我的生日，我把生日聚会的地点选在这里。购物中心的业态比较全，每个人在这里都能买点、吃点、喝点，很适合作为聚会场所。”张北荷说。

社交聚会场所之外，购物中心正向年轻力中心转变。

在THE BOX朝外|年轻力中心(以下简称“THE BOX朝外”)的户外空中篮球场上，一场激烈的篮球赛正在进行。这是THE BOX朝外联手NBA旗下品牌NBA HOOP PARK篮球公园共同打造的北京首家户外光

影篮球场，一经创办就受到众多年轻人追捧。为了增强年轻客群的黏性和体验感，THE BOX朝外还策划了毛孩子蹦迪联谊、城市光艺术论坛、万圣节化妆派对、街头潮玩滑板等多项活动，让年轻人重回线下商业“主场”。2023年9月开业后，截至当年底，THE BOX朝外客流量已突破92万人次，为朝外商圈带来更年轻客群。

“我们会继续丰富业态、提高品牌质量，给消费者带来更多惊喜。”THE BOX朝外副总经理朱渊表示，希望通过项目的打磨，丰富朝外商圈的消费业态，吸引更多年轻消费者。

文化消费场景是大型购物中心的另一大

转型方向。

晚上8时许，喜茶北京三里屯太古里店门口的《光与夜之恋》游戏联动人物立牌前排队一眼望不到头，许多消费者前来“打卡”拍照。“这在我们店是常态。”喜茶店员告诉记者，此前喜茶曾与不少知名游戏、动漫、电视剧或小说IP进行联动，不仅在产品设计包装上下功夫，更在线下店面布置上打造“氛围感”，吸引了大批消费者到店体验。“每次搞联动，店里生意都十分火爆，从下单到取茶要1至2小时不等。有时我们还会设置到店领取或购买的联动礼品，很快就会售罄。不仅是我们店，其他门店也经常缺货。”店员说。

转型过程中，购物中心还扮演着亲子互动中心的角色。

走在北京太阳宫凯德MALL三层，围棋、乐器、机器人编程等亲子互动门店热度高涨。送孩子到店里学习的张女士告诉记者，购物中心越来越适合作为有娃一族“一站式放养”的场所。“孩子兴趣广泛，什么都想学学。学完围棋他还想去拼乐高，有时还会去体验剧本探案游戏。这一层的各种儿童友好业态，能让孩子开心、家长省心。”张女士说。

## 传统零售业态边界逐渐消失

引入新业态、升级新场景、营造新体验……在全国各地，大型购物中心正不约而同地拥抱变化，重塑着传统零售业的格局。

首旅集团投资总监、王府井集团董事长郭芳表示，传统单一产业难以适应当前公众个性化、多样化的消费需求，随着旅游市场加速恢复、消费需求不断释放，越来越多的经营者开始关注文旅商融合发展模式，探索传统消费与文旅品牌的有机结合。“体验式、场景化、能创造愉悦感的消费空间成为新热点。以西安王府井永宁门店为例，该项目从传统百货转向‘体验为王’，跨越传统商业边界束缚，通过有效配置资源实现重塑生态，为市民、游客提供了休闲、社交的‘微度假’目的地。”郭芳说。

随着电竞产业的大众化、“破圈”式发展，深受年轻消费者喜爱的电竞元素同样吸引了商业地产的青睐。中国房地产业协会商业文化旅游地产委员会秘书长蔡云表示，2024年电竞市场规模有望继续扩大。在未来的差异化竞争中，“商业+电竞”模式具有很大发展潜力。这几年来，已有百家百货、购物中心尝试电竞“圈粉”年轻人，将商场变成大型电竞娱乐比赛的赛场，并引入电竞IP主题展览、联名快闪等，为电竞粉丝搭建沉浸式的社交体验空间。”蔡云说。

去年，中国社会消费品零售总额达47.1万亿元，总量创新高，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《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、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。随着各类新型消费不断壮大，契合不同群体消费习惯的“百货+”模式日益丰富，传统零售业态的边界正在逐渐消失。

大型购物中心应如何适应新角色？

“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，也常常是一座城市的地标。”郑州大学商学院副教授延辉认为，为提高商业综合体的竞争力和吸引力，购物中心应在明确市场定位、调整业态组合等方面发力。

董超认为，大中型城市的大型商业综合体已进入存量竞争阶段。“当城市化发展到较高水平，商业领域存量资源的内部优化和重新组合，将成为城市商业高质量发展的重要一环。不论是新建还是改造，商业项目在规划过程中应注重前瞻布局、做好市场调研，既要充分符合实际，又要为个性化留足空间，以适应更多新角色。”董超说。

三部门开展“百县千站万桩”试点工程——

# 推动充换电基础设施“乡乡全覆盖”

本报记者 汪文正

优化新能源汽车消费环境，离不开完善的充换电设施。为加快补齐农村地区公共充换电基础设施短板，进一步释放新能源汽车消费潜力，财政部、工业和信息化部、交通运输部近日发布通知明确，将于2024年至2026年开展县域充换电设施补短板试点工作。

三部门将按照“规划先行、场景牵引、科学有序、因地制宜”原则，开展“百县千站万桩”试点工程，加强重点村镇新能源汽车充换电设施规划建设。中央财政将安排奖励资金支持试点县开展试点工作。地方各级有关部门将在土地、电价、服务费等方面出台相关政策，补齐农村地区公共充换电基础设施短板，力争实现充换电基础设施“乡乡全覆盖”。

农村地区公共充换电基础设施服务保障能力得到有效提升。三部门明确，试点县应根据本区域及过境新能源汽车需要，加大公共充换电基础设施在适宜使用新能源汽车的农村地区建设力度；新建充换电基础设施应向全社会开放、可用率不低于99%、额定功率120千瓦以上(含120千瓦)，大力推广智能快充公共充换电

基础设施；重点村镇及周边地区要打造“布局合理、场景丰富、技术先进、体验优良”的农村公共充换电基础设施建设运营示范先行区。

为激发新能源汽车消费潜力，三部门要求试点县重点培育符合本地及周边地区新能源汽车发展特点的充换电应用场景，完善提升县级邮政快递网点、农村物流节点、农村客货运输站(包括乡镇运输服务站、农村客货邮站点等)、3A级及以下旅游景区、农村公路沿线、交通综合服务站等适宜新能源汽车充电场景的服务保障能力。

此外，试点县还应结合本地场景应用条件，积极探索车网互动、快速充换电、液冷大功率充电、智能有序充电、无线充电等新技术、新模式应用。分布式光伏覆盖较好的农村地区，可结合实际建设光伏发电、储能、充换电一体化的充换电基础设施。

试点将在哪些地方推行？三部门明确，申报试点的主体应为新能源汽车推广应用场景丰富、公共充换电基础设施建设相对薄弱、地方推广应用积极性高、社会

资本投资意愿较强的县。其中，试点县应具有较为完整的规划布局方案、适宜新能源汽车消费使用的场景和充足的供电保障能力等。试点县所在地级市2023年汽车保有量不低于20万辆，具备较好的新能源汽车消费潜力。

在名额分配方面，2024年至2026年，三部门根据地方当前新能源汽车和公共充换电基础设施发展现状及未来潜力、地域面积、省内县数量、当前财力状况等因素分配省级试点县名额。首批试点县名额共计70个。

试点县如何安排奖励标准？据了解，中央财政将对经三部门同意备案且完成任务目标的试点县给予奖励资金支持，每个试点县示范期为3年。奖励标准根据每年度试点县充换电设施功率利用率达标情况设置，共分为三个档次。示范期内，每年均达到最高目标的试点县最多可获得4500万元。

奖励资金主要用于试点县充换电基础设施建设建设和运营等相关支出。试点结束后，三部门将对超额完成目标、对周边地区有明显示范带动效应的县，按照奖励标准的10%给予超额奖励。



春光好 劳作忙

▼眼下，各地农民抢抓农时开展农事活动，田间地头到处可见忙碌景象。图为4月14日，在江苏省里下河地区农科所(扬州市农科院)，农民驾驶农机翻耕农田。  
孟德龙摄（新华社发）

北省宜兴县桃园镇石马村的茶园里采摘春茶。  
宋文摄（新华社发）

