▶▶ 散场留人难度大

华熙自开展深夜食堂以来，月销售同比增长30%，客流同比增长40%。酒吧类、北京传统餐饮类、休闲娱乐类商户销售均有较大程度提升。

商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所副主任关利欣认为，近年来，为了顺应消费者对体验消费、服务需求的不断提升，流通企业不断探索，涌现出众多创新模式。如华熙，融合商业、餐饮、文化、体育、娱乐等多种元素，为消费者提供了个性化、多元化的体验和服务，带动了整个商圈的繁荣发展。

据马杰介绍，在五棵松体育馆的大型文体活动后一小时左右，华熙商家流水通常增长25%左右。但是，通过对第三方数据的研究，北京商报记者发现，文娱流量“留不住”、“送不走”仍然是五棵松之夜亟待解决的双重难题。

北京商报记者通过对百度地图华熙周边1公里热力图的研究发现，在7、8月的多个周六（每周都有大型演唱会），华熙商街通常从18点开始，人流逐渐汇集，在演唱会结束的22点左右迎来第一次高峰，而后在23点左右人流逐渐散去。从24点到次日凌晨3点左右，又会重新迎来一次新的人流高峰。这说明，观看演唱会的部分观众在街区内逗留一小时左右，在23点左右离开，而凌晨在华熙娱乐用餐的消费者通常是另一拨人。

以6月15日数据为例，当日在五棵松体育馆举行了歌手汪峰的演唱会，根据第三方数据，当日约有11800人在演出时间于五棵松体育馆停留，而其中演出前（18–20点）于华熙商业区驻留30分钟以上的人群仅占比10.21%，平均驻留时间约为54分钟；而在演出后（21–24点），只有1.46%的人在华熙商业区驻留超过1小时，18.08%的人驻留时间在15分钟至1小时之间，近80%的人在15分钟之内离开了该商圈。

分析“留不住”散场客流的原因，其中之一可能是演唱会观众中的一部分年龄偏大，与华熙的消费者定位不符。根据大麦网数据，郭富城6月1日在五棵松体育馆举行的演唱会，在年龄上，40–69岁用户占比高达34.5%。根据第三方数据，汪峰6月15日和陈绮贞6月22日五棵松体育馆演唱会期间驻留人群中，46岁以上人群约占20.6%。

客流“留不住”的原因是“送不走”，“送不走”的结果是“留不住”。中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为：“在夜间消费结构更多元化之外，更重要的是还要在公共交通、安全体系方面跟上，提高夜间安全保障措施，研究一些方法使公共交通比白天更便利。”

虽然对于享受深夜食堂之后的交通配套问题北京市已经快速作出反应：北京地铁1、2号线自7月19日起实施每逢周五工作日及周六休息日延长运营时间。但由于在五棵松体育馆举行的大型文体活动的观众人数通常在9000人左右，占华熙全天客流量的15%以上，短时间内集中的客运压力通过延长地铁运营时间很难完全解决。

根据第三方数据，无论是周末还是工作日，海淀、丰台、朝阳都是华熙客流的主要来源地的前三名，在有大型演出的周六，华熙商业区39.5%的客源常住地为海淀区，18.1%的客源常住地为丰台区，11%的客源常住地为朝阳区。在工作日，海淀、丰台、朝阳的客源占比分别为46.5%、19.1%和6.5%。

同时，第三方数据还显示，北京夜生活群体中73.8%为本市居民，而有24.9%为外地游客，1.3%为国际友人，对于非本市居民而言，对商业设施周边深夜交通需求的量和敏感度都更大。

华熙夜间消费者画像

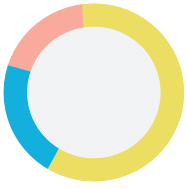
华熙的夜间客流（18–次日6点）在有演唱会等大型文体活动的周六通常可以达到3万人次左右，在工作日也可达到1万人次左右。

无论工作日还是休息日，到访华熙的消费者年龄在

35岁以下 53%左右

36–45岁 25%左右

46岁以上 22%左右



演出前（18–20点）

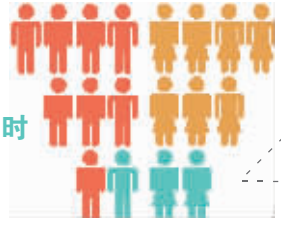
于华熙商业区驻留30分钟以上的人群仅占比10.21%

平均驻留时间约为54分钟

演出后（21–24点）

18.08%的人驻留时间

在15分钟–1小时之间



只有1.46%的人在

华熙商业区驻留超过1小时

近80%的人

在15分钟之内离开了该商圈

以6月15日数据为例，当日在五棵松体育馆举行了歌手汪峰的演唱会，根据第三方数据，当日约有11800人在演出时间于五棵松体育馆停留。

夜经济商圈简历