▶▶ 老字号与新体验

坐落前门腹地的老字号展演机构，为夜间带来了声色光影。据北京商报记者了解，位于大栅栏商业街上的大观楼是北京最早的电影院，每日的最晚场次在零点前后散场。东边鲜鱼口街道上的天乐园戏院有近200年的历史，周末的晚上正在上演时尚京剧《亮相》。

晚9点散场后从戏院走出的观众李女士显得意犹未尽："《亮相》这出戏是将《关公开台》、《霸王别姬》、《贵妃醉酒》等经典折子戏串联呈现。舞美灯光效果不同以往，融入了VR技术。680元档位的票价还包括京剧戏服装扮体验、拍照的内容，确实能够激发年轻人对于京剧的兴趣。"通过票务平台可以看到，《亮相》未来一周的票已经售罄。

传统演艺机构打夜经营的"文化体验牌"，成为前门地区运营主体不约而同的策略。"现在来到前门大街不仅仅是参观游览，人们还可以花费更多时间驻足前门体验文化，享受生活。下一步将继续优化业态结构，提升年轻客群的消费体验，营造生活式、亲子式、交流式的商业氛围。"天街集团相关负责人在接受北京商报记者采访时介绍道。北京广安商业管理有限责任公司总经理胡望林对北京坊的期待也是一种"沉浸式体验商业"。据广安控股方面介绍，今年4–7月末，北京坊8家主力店铺合计深夜时间段（21:00–次日2:00）销售额46万元，日均仅4600元，销售额低迷的主要原因在于北京坊所在商圈远离侨民区、居民区和高校区，亦非传统意义上的深夜经营区。通过开启夜间市集，开辟出租车落客区等多项举措，8月深夜经济销售额16万元，增至日均6473元。

数据显示，晚6点以后活跃在前门大街的客流中，45岁以上的人数占比约37%，北京坊地区约为22%。北京坊地区23–35岁年轻人群最多，占比约42%。

内容与体验已经成为商圈自救的标准打法，但带有审美价值的新消费方式如何在夜晚释放更多能量又是新的问题。据北京商报记者不完全统计，单前门大街主干道上的主营非遗、文创产品的机构就有20家左右。除了以经营文创产品的前门华韵非物质文化遗产体验中心营业至晚10点，其他如宜兴传统文化馆、安徽非遗馆、永新华韵贵州非遗技艺展展厅都在下午6点半左右关门。

北京商报记者注意到，前门地区夜间的文化场景也有不少窘境。一家名为北京悦云轩的艺术机构晚9点间的拍卖引来不少驻足者，百余元的作品在叫卖声中无人问津。北京坊露天美术馆通宵达旦地在户外展示着装置与名家书画，但展览内容并不新，停留在2017年。

▶▶ 京味餐饮文化的多元尝试

餐饮业态也借助前门地区的老字号力量创造了夜经济新流量。在中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆看来，美食牌与文化牌的结合是前门地区夜经济出彩的关键。

老字号餐饮品牌"都一处"的名号来源传说与夜间经营有关，据说乾隆皇帝在一个大年初二的晚上私访时到此用餐，由于其他店都关门了，便为它赐号"独一处"。眼下，前门地区的许多小吃店普遍至晚10点以后打烊，每晚人潮涌动已经成为常态。数据监测显示，今年7–9月，夜间在鲜鱼口一带活动的人群驻留时间平均约为45分钟，以用餐时间考量，可谓"吃完就走"。

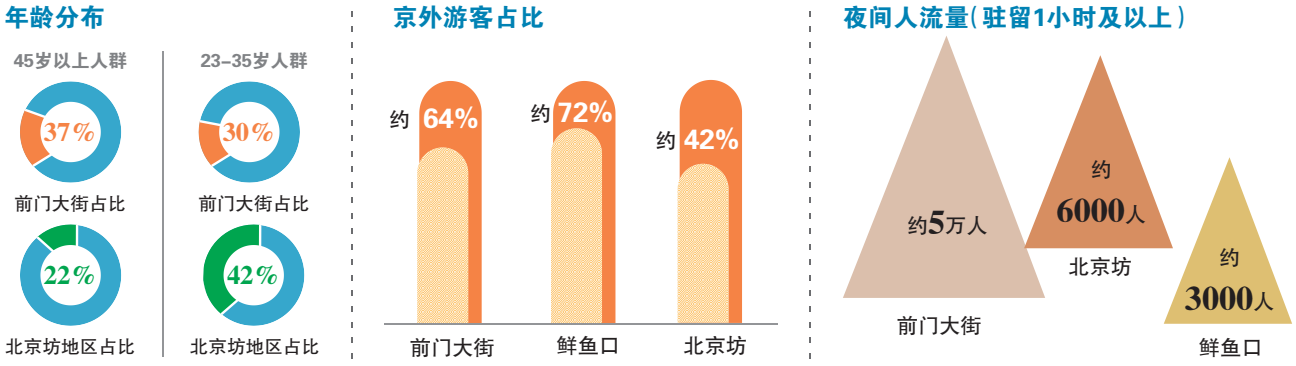
在繁荣夜经济的导向下，以特色餐饮代替"伪小吃"正成为趋势。据天街集团相关负责人介绍，结合前期对消费业态及消费客群的甄选，经过了多轮的筛选，决定在广场等公共空间引入"啤酒花园"等时尚餐饮、文化演出等体验活动内容，期望为前来前门大街游玩的游客及当地群众营造夜间消费好去处，为前门商业区增添富有生活质感的烟火气息。

北京商报记者看到，阿里山广场"啤酒花园"的菜单以啤酒、烤串、德式烤猪肘等菜品为主。商家"大前门里小酒馆"老板赵宇称："夜市还是要有夜市的样子，老北京传统的吃食，前门大街有、鲜鱼口有、北京各处的老馆子也有，夜市索性就做一些年轻人喜欢的东西。"赵宇通过近两个月的统计发现，来夜市消费的人群中80%以上是北京市民。为了做出文化味，广场上还搭建了非遗展演小舞台。啤酒花园每年5月到10月营业。冬天商户会搬到鲜鱼口里的室内门店，继续提供深夜食堂服务。

除了啤酒花园，值得关注的还有故宫冰窖餐厅门面贴着的"即将开业"的标识，已有不少年轻人提前"种草"以待开业随时打卡。

商务部品牌专家顾环宇表示，前门地区曾经经历了一段时期的调整和改造，寻找自己的定位，商业内容的变化也对前门商圈的特色提出了挑战。在艾君看来，"前门的夜晚充满了老北京味道和新北京味道的交融。它所代表的应该还是立足本土的京味文化"。

前门地区夜间人群画像



数据来源：第三方数据机构