▶▶ 并非所有商户都能盈利

虽然合生汇在发展夜经济的道路上先人一步，但成熟模式下商业的通病也逐渐显现，记者走访21区block发现，整个街区客流量虽然不少，但主要聚集在一些网红商家区域，从而导致一些不知名的小餐饮品牌受到了“冷落”。消费者王赞表示，21区block的小吃很多，但也有不少相同品类的商家，比如冷锅串串的商家就有好多家。自己会选择相对知名的品牌去购买，如廖记棒棒鸡。北京商报记者统计发现，类似于冷串类的商家有冷淡杯、玩儿串串、廖记棒棒鸡、秀色等。

此外，还有一些商家透露，22时后的客流量其实没有想象中大。一家名为工长乐的绵绵冰店员工表示，因为自家主营甜品和饮品，所以在延时开业的22–24时期间，客流量并不大。虽然在销售额上变化不大，但员工数量却需要相应增加，同时员工需要分为早中晚三班轮流工作。同样，李嘉嘉串串鲜前厅主管单丁康也表示，门店的延时闭店需要依靠员工、人力成本的增加。

在周五21时左右，李嘉嘉串串鲜门口的排队现象与工长乐绵绵冰的夜间客流量有明显反差。单丁康透露，自从自家门店加入深夜食堂之后，为了吸引消费者在夜宵时段前来消费，门店也在不断探索各种刺激消费的活动，如一元畅饮、霸王餐等。通过刺激消费，门店每天的营业额增长了1/3，至少目前该门店是保持盈利状态的。唯一的缺陷就是，如果按照传统商场22时闭店的话，该门店只需要12名员工，而现在延时之后，门店拥有24名员工，人力成本翻了一番。

合生商业集团相关负责人也指出，延长经营时间确实会带来商场运营成本增加，比如物业能源、人力成本。“不仅如此，为了给消费者提供夜晚吃喝玩乐的场所，为了让更多租户加入‘深夜食堂’，我们甚至会主动给租户补贴，以降低他们因自身运营成本增加带来的顾虑。如果未来的市政交通配套能更好地服务于夜间经济，将更有利于城市商业繁荣。”

针对部分门店在夜间经济难以盈利而选择退场的问题，合生汇相关负责人表示，随着消费升级，消费者对于购物中心的业态和品牌要求越来越高，个性化和差异性成为考量一个项目的主要指标。购物中心租户的租期一签就是3–5年，甚至更长，这一固有的更新频率很难满足新消费人群对于潮流喜好的变化及要求。21区block内近200家租户基本实现拎包入驻，不仅大大降低了一些网红、年轻创新品牌的入驻门槛，更使得签约时间较短，商家可以根据自己的经营效果选择是否续约，商场也会根据消费者反馈来规划商户是否适合场内消费趋势来选择是否继续合作，这样可以弥补街区一成不变的问题。

▶▶ 品牌优胜劣汰

商场内商户销售反差大不仅仅存在于合生汇，这是所有商业项目的一个缩影。北京商业经济学会副会长赖阳表示，为了保持对消费者的吸引力和新鲜感，商家也会对这些品牌保持一定的更新频率，进行末位淘汰和引进新的店铺，这是很正常的。因此，商家在前期招商的时候要注意品牌的特色，而不是简单地依据租金和名气来引进品牌，这样才能让品牌之间进行差异化竞争。

此外，赖阳指出，过去很多商家招商，要么是按着租金高低找，要么按照品牌知名度找。实际上最好的招商模式是寻找有特色的中小品牌，按照消费者的消费方式、生活方式去组合资源。通过规划这个区域要体现怎样的消费特质、怎样的人群以及他们的喜好，为此商家去搜寻最能够承载消费者需求的特色门店。

中购联购物中心委员会主任郭增利表示，目前夜经济中的白领消费者可以称之为“发泄一族”，白天职场压力大，神经紧张，因此晚间的消费多是以舒缓心情、减轻心理压力为主，所以购物中心迎合社交型消费的业态可以相应地增加。发展夜经济如果只靠购物中心，很难达到事半功倍的效果。因为购物中心也会考虑商业成本，如果解决不了成本的阻力，产生不了效益的话，做夜经济的热情就会逐渐淡去，所以需要政府在政策上进行扶持以及完善公共设施配套，比如在交通上进行支持。合生汇21区block能吸引国贸上班族，但是它是否能更大范围地吸引人们前来消费，就需要外部的设施配套支持。购物中心延长营业时间只是发展一个点，夜经济还包括辐射人群的广度，这样才能形成以点带面的消费效果。

平衡商户成本

22时延长到24时

某商户：

人力成本翻了一番

门店从12名增长到24名员工

保持盈利状态

合生汇主动给商户补贴

提高商户更新速度

1.引入网红、年轻创新品牌

2.租期由三五年转变为短期

3.根据消费者反馈来规划商户

夜经济商圈简历