

户外+夜市 北京商场借消费季重塑线下

北京消费季重启两周，北京商报记者注意到，大部分商场不再是一味地在产品上打折促销，更多的是通过消费场景的重塑，借助户外区域规避室内风险，使得商场尽快恢复往日活力。在持续防控基础上，不少商场多维尝试吸客方式，其中户外活动和IP展览成为新趋势。

户外区域“吃香”

北京消费季重启后，各大商家重在利用户外区域进行活动创新，吸引消费者重回实体消费。

北京商报记者在周末的晚间走访朝阳大悦城看到，位于正门入口前的室外区域，正在举办市集活动。琳琅满目的小摊位中不乏售卖原创手作、配饰、小吃、饮品等的商家。同期还有一些弹唱音乐会、戏剧展举行，吸引不少消费者围观。

同样，爱琴海购物公园也在室外区域打造了极限运动公园，不定时举办跑酷运动、乐队表演、后备箱市集等活动。据爱琴海购物公园相关负责人透露，接下来商场将在户外推出环场800米的网红跑道、占地2000平方米的跨层儿童乐园等。

室外活动不仅是为了打破空间限制，也是为了打破时间的限制。北京商报记者在世贸天阶看到，位于标志性天幕下的室外区域，由几十个小吃摊位形成深夜食堂。其中包括小仙岛海鲜、西贝莜面村、阿内烤鸡爪等。同



朝阳大悦城市集活动吸引消费者驻足

时，记者从朝阳区商务局了解到，8月18日，朝阳合生汇、中骏世界城、新辰里购物中心、望京合生·麒麟新天地也将同时开启深夜食堂。根据北京市商务局介绍，此次北京消费季的重启，发展夜间经济是为了实现“商文旅”多业态互动。

除了发力夜经济、户外经济外，IP展也是商场引流的手段之一。北京商报记者了解到，北京颐堤港在商场内打造了一个花植生长体验馆，通过模拟自然场景吸引当下暂时无法外出旅行的消费者前来体验。

同时，龙湖长安天街将联合中国古动物馆带来克拉美丽龙全国首展，通过打造科普展区与互动打卡场景，加速线下客流提高。同时引进航天航空主题IP展。据龙湖商业相

关人员表示，通过线下场景定向吸引不同客群到店体验，希望有效提升场内客流。

客流销量大增

在北京消费季大规模活动的刺激下，抑制了许久的消费欲望得到了强烈释放。北京商报记者从多家商场独家获悉，自重启北京消费季后，仅8月8日-9日期间，朝阳大悦城客流环比上周末提升超5%；华熙LIVE·五棵松的客流增长15%，销售额增长了10%。

北京商报记者得到的最新数据显示，在祥云小镇，全场有近60家商户参与消费券兑换活动。祥云小镇相关负责人透露，系列活动不仅带动了商圈夜经济，而且拉动近两周客

流及销售额提升。8月8日当天，销售额环比8月1日增长119%；当日客流实现同比去年8月8日增长14%，环比8月1日增长139%。在8月9日，祥云小镇销售额环比增长116%；当日客流同比去年增长11%，环比增长205%。

根据王府井百货大楼官方提供的最新数据显示，北京消费季再次开启的首个周末，商场客流环比上升17%，同时，使用北京消费券的交易笔数及销售额实现双增长，交易笔数上涨近3倍，涉及销售金额上涨近4倍。其中，仅8月8日-9日两天，王府井百货大楼核销北京消费券2000余笔，带动店内销售近70万元。

王府井百货大楼副总经理乔磊对北京商报记者表示，消费者在餐饮和娱乐方面参与的热情更高涨，针对这两个业态的两天交易次数近500笔，北京消费券对商场的引流到店作用十分明显。

此前6月6日开启北京消费季时，王府井百货大楼共核销北京消费券近4000笔，带动消费近130万元。活动开幕首个周末，商场流量和业绩都明显回升。周末两天的环比数据

显示，客流上升27%，销售上升43%，客流恢复程度首次达到88%。华熙LIVE·五棵松也在6月6日后的首周客流和营业额恢复至疫前水平80%。彼时，京东数据也显示，消费券对全市消费的拉动效果明显，大量消费者用券购买了手机等智能设备，核销的消费券以近10倍杠杆撬动线上消费。

消费场景重塑

北京消费季全城联动大型促销过程中，商场在运营过程中的场景和形态面临重新塑造的可能。

北京商业经济学会常务副会长赖阳认为，重启后的北京消费季内容更加多元化，对消费者的吸引力也更大。而对于企业而言，自身运营和商业模式同样可以借此进行战略调整。

中国步行商业街工作委员会主任韩健徽指出，未来不论是开放街区还是封闭式商场，室外空间将被充分利用，这是疫情时代商业复业、复市、回暖、发展的趋势。他指出，户外天然的空气能够免去或减轻消费者对长时间置身于大型商场室内封闭环境及中央空调公共卫生的担忧。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林也表示，北京消费季的举办对消费回补有很大的促进和刺激作用。一方面，企业可以通过各类活动带动消费者参与的热情，刺激消费提升。另一方面，企业可以借助北京消费季快速实现回补，对于市场上下游产业链因复苏也能起一定促进作用。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜

停摆前一月 一指遥依然在卖储值卡

跨境电商，一指遥(天津)科技发展有限公司(以下简称“一指遥”)的辉煌时代或许要成为过去式了。8月11日，北京商报记者了解到一指遥的公司总部和部分线下门店停止了运营。有分析指出，各种政策利好下，跨境电商风起云涌，以一般贸易为主的一指遥优势逐渐被削弱；同时，线下各种销售进口母婴、美妆的集合店越来越多，逐渐分割了一指遥的既有市场。

一指遥的闭店其实早有征兆。北京商报记者在8月11日走访时发现，位于东方新天地的一指遥王府井店已于8月9日关闭。

实际上，北京商报记者曾在7月底走访一指遥王府井店时发现，母婴类产品已经出现短缺。当时，该门店店员向记者表示，这是由于产品品类调整所致。8月3日左右，一指遥王府井店店员通过微信渠道向消费者发布消息表示，有存货的顾客需要在2天内全部领走，若是没货则可以办理退款。

虽然一指遥曾尽力协调退款，但奇怪的是，该门店闭店前仍在推广预付卡办理，同时

仍有遗留问题待解决。北京商报记者在现场调查时有消费者表示，自己购买了该门店的预付卡，半个月前通过线上下单一直处于未发货状态，且线上没有退款选项，所以来线下门店询问原因，才发现该门店已经关闭，目前卡内仍有1万元左右的储值金额。

北京商报记者从微博上看到，不少消费者与上述消费者有类似经历，不少消费者指出一指遥的客服电话打不通，订单无法处理，维权难度较大。

一个月前，北京商报记者走访时发现，7月16日-31日期间，该门店推广储值500元送20元、1000元送60元甚至1万元送1200元的储值活动。对于储值卡无法退款的问题，记者通过一指遥App看到，该公司发布公告称，在9月30日前，该公司会根据消费者申请提交资料的顺序办理会员卡退款。

对于王府井店的闭店原因，公司将其归咎于疫情导致供应链断裂，造成长期亏损。

据了解，一指遥在北京拥有直营超市和

便利店两种业态。首家超市门店位于五棵松卓展购物中心，一指遥五棵松店已于今年5月与商场同步闭店。

此次一指遥王府井店关闭后，一指遥在北京再无超市业态。同时，北京商报记者从大众点评上看到，一指遥双榆树店是该品牌的便利店，目前也已经处于关闭状态。

一指遥多家实体店停摆的同时，一指遥App也表现异常。北京商报记者在一指遥App下单时发现，尽管页面还挂有商品，但点击下单时会自动显示“该商品已下架，请选购其他商品”。一指遥在App首页挂出公告提醒：公司长期处于亏损状态，目前已经无力继续运营。2020年8月9日，公司研究决定，自即日起停止营业，进行债务清理。

北京商报记者联系一指遥副总经理庄财，他表示：老板在本周一已经将总部和门店关闭，贴上了告示，目前公司高层也不清楚老板的打算，因为所有的决策都由老板一人定夺，因此关于公司的发展问题无法回应。”

值得注意的是，一指遥还陷入了商业纠纷之中。天眼查资料显示，从2019年12月至2020年6月，一指遥与北京千岁宝商贸有限公司、北京美怡行商贸有限公司产生了数起买卖合同纠纷。其中，与北京千岁宝商贸有限公司的纠纷案件达到3起。

其实，2015年诞生的一指遥也曾享受过跨境电商政策宽松时的红利。APEC电子商务工商联盟专家、对外经贸大学教授王健回忆称，从2016年开始到2018年，政策的推出以及关税的下降，使跨境电商进口市场形成了一个爆发期。在这之前，产品比较单一，线下渠道占绝大多数，所以被主流品牌和厂商控制，但互联网一下子为消费者开辟了更广泛的渠道，消费者可以对比进口商品，因此市场突然就热起来了。”

然而，伴随着国际物流体系逐步完善、跨境政策红利不断释放、进口产品信息实现对称等等，企业的争相进入既推动了进口消费市场的成熟，更是加剧了行业的聚合与淘汰。

2019年，电商巨头开始整合跨境资源，无论是阿里收购网易考拉，还是京东的进口业务海囤全球更名京东国际，均是在利用平台现有的渠道、资金、物流等优势迅速占领市场。

另一方面，一指遥的实体店也面临尴尬。从其选址来看，大型体验店超市往往位于区域或商圈商场，而在当下的大型商场里，专业的母婴集合店、进口美妆店、进口超市越来越多元化。

以王府井门店为例，一公里区域内，母婴集合店有丽家宝贝、乐友等专业集合店；美妆集合店有屈臣氏、丝芙兰等集合店，以及各大品牌专柜。

“当跨境消费的线上渠道充分铺开，线下进口商品门店优势被弱化，同时，在疫情影响下，人们的消费变得谨慎，国际物流成本与时效难以预估，而大平台以商品规模优势与国外厂商签订协议建立稳固渠道，这对中小企业将产生不小压力。”王健说道。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜 何倩

支付有零钱 出国“包”省心

中国银行外币零钱包，多币种、多面额 助您轻松出行、支付无忧



币种多样、专屏定制，中国银行外币零钱包服务全面满足您出境旅游等的小额现金支付结算需求。
线上预约、网点取包，中国银行手机银行、网上银行、“中国银行微银行”微信公众号为您提供实时、便捷的外币零钱包预约体验。



中国 BANKING | 中国 SECURITIES | 中国 INSURANCE
中国银行 中国 BANK OF CHINA

