

# 复工首日,北京商场烟火气回来了!

从5月28日19时接到通知到29日10时开业,15个小时,北京商场经历了难眠的一夜。5月29日一早,北京商场如约开门迎客,线下零售业态重拾烟火气。复工首日,颐堤港170余家商户实现了90%开业率,祥云小镇可开放业态100%实现营业。当然,恢复正常营业只是商场复工复产的第一步,接下来还可通过发放优惠券、加码夜经济、线上线下联动等多种方式让商业快速回暖。



## 商场 90% 以上商户实现营业 复工首日烟火气十足

不到一个月,颐堤港的烟火气回来了。

“沟通一晚,终于实现了90%的开业率。”颐堤港相关人员感慨到,全场有170多家商户,除了培训、影院、书店等业态,基本都已经正常营业了。从前一天晚上接到通知到第二天一早准时开门,颐堤港各部门紧锣密鼓地做着筹备。

29日9时30分,距离颐堤港开业还有半小时,大门口等待进场的消费者已经有十几个,且多为亲子客群。听说今天商场恢复正常营业,想趁机给孩子买几件夏天的衣服。”刘女士说道,线下暂时停业前人们还穿着长袖,转眼间家里的短袖已经不够穿了。

在颐堤港的照相品牌小象馆,工作人员向北京商报记者称:开业第一天已经有2组家庭前来拍照,尽管与此前相比拍照人数较少,但复工首日就能顺利开张还是让小象馆很满意。

“配备了一组摄影人员,共4名员工,到岗率为20%。”该工作人员强调。

29日10时,蓝色港湾、朝阳大悦城、北京SKP及SKP-S、三里屯太古里、华贸购物中心、国贸商城等准时开门迎

客。当日,中粮·祥云小镇可开放业态品牌实现100%开业率。右安门王府井购物中心在到岗率30%的情况下,实现了商场零售、功能店铺营业率达100%。

北京商报记者在进出商场时看到,中粮·祥云小镇针对商场各个入口和商户出入口的明显位置都张贴了健康宝二维码,消费者需要提供48小时核酸证明、测温方可进入。新辰里、毕海买同样要求消费者进入商场持48小时核酸阴性证明,配合扫码测温,全程佩戴口罩。在入口、服务台等,商场设置了防止聚集的一米线,安排安保人员维护现场秩序,保证安全距离。

北京市商务局发布的《关于稳步推进购物商场复工复产工作的通知》显示,除封控区内的购物商场外,因疫情暂停营业的购物商场恢复营业。工作人员到岗率控制在50%以内,客流量控制在50%以内,暂不举办展销促销等聚集性活动。恢复营业的购物商场中的图书馆、博物馆、影剧院、美术馆、文化馆和体育健身场所、线下培训机构、互联网上网服务场所、KTV以及地下空间经营场所,暂缓恢复营业。同时,餐饮经营单位仍日暂停堂食,可提供外卖服务。

## 协调 13 小时 完成复工筹备 跨部门争分夺秒

在全部实现正常营业的背后,是很多商业工作者的不眠之夜。

28日21时,新辰里接到了第二日可恢复营业的通知,此时距离早上10时开门迎客已经不足13个小时。在如此短的时间内,让已经暂停21天的商场重新且快速回归正轨,考验着各方的行动力。

听到可恢复营业的通知后,新辰里购物中心营销总监贺瀚伟就像打了鸡血一样,迅速与各部门负责人紧急召开会议,力争在有限的13个小时内做好开业的筹备工作;运营部门的同事第一时间对接商户,商讨开业细节,还要统计到店员工48小时核酸阴性证明”。贺瀚伟和“隔壁”部门的同事紧密联动,协助彼此组织消杀团队针对各重点区域进行二次消杀。

当然,贺瀚伟将开业的好消息第一时间就发到了朋友圈:“我们紧急设计制作了恢复营业的宣传图,在朋友圈、社群、大众点评等渠道广而告之”。贺瀚伟坦言:对开业早就迫不及待了,开业宣传图发到朋友圈就立马有老顾客前来询问,比如开业时间、能进入商场条件等。

为了确保安全,新辰里的防损部门核查各出入口健康码、测温仪器、安全提示物料,在入口增设安全围栏,车场动线指引道具摆放到位。与此同时,紧急排班增援,增加出入口、服务台等人员聚集地安保力量及各楼层巡逻力量,

要求在场工作人员提醒消费者全程佩戴口罩,注意安全距离。

29日8时,距离开业最后倒计时2小时,贺瀚伟与同事丝毫不敢松懈,商户员工、防损人员、保洁人员、运营人员等召开了最后一次动员大会,再度强调各项注意事项。

“进场扫码测温、进店扫码测温、全程佩戴口罩、保持安全距离、消杀到位……”成为了商场工作人员的下意识动作,力求每一个环节严丝合缝。单以消杀为例,新辰里就有详细的安排:公共环境、各商户环境、洗手间、扶梯扶手、直梯地面及按键、座椅等要面面俱到。

当5月28日下午的疫情防控新闻发布会宣布北京商场可恢复正常营业后,颐堤港各部门员工立刻行动起来。当天18时,颐堤港负责人向所在街道和区政府部门了解商场复工复产的工作要求;运营同事则从19时开始加紧联系场内170余家商户;21时新一轮更为详细的部署继续展开:一对一详细了解商家备货、店员等各项情况,制订营业计划。

“我们迅速跟进有关购物商场复工复产的工作要求,落实各项防疫措施,巩固防疫屏障。”颐堤港相关负责人透露,颐堤港连夜与租户密切沟通,详细了解商户备货、店员等各项情况,制订出合理的营业计划,并在微博等自媒体平台与顾客迅速沟通,告知营业时间和入场要求。



5月29日上午11点,颐堤港开业仅1小时,已有消费者陆续前来购物。

## 品牌 8 点半 到店备货 一周内上架新款

收到商场开业消息后,品牌商们表现得跃跃欲试。

北京商报记者在颐堤港商场走访发现,各大品牌的店门口消杀工具摆放整齐,店员们也早早到位。

为了保证消费者的购物愉快顺畅,52toys门店的员工也在昨天上午进行了一轮新的补货:“全线产品都很充足,消费者的购物热情也很高涨”,52toys的工作人员刚一上岗,就迎来了新顾客。

“接到商场可以复工的消息,我特别激动,立马通知了店铺的店员。大家都很期待能够复工。”刘瑞在KOLON SPORTS工作已经三年了,现在是颐堤港门店的店长。

为了能够在复工第一天给消费者提供一个安全舒适的购物环境,刘瑞和员工们早晨8点半就到店铺了;“大家心情都非常好,先是忙着给店铺进行消毒,打扫完卫生还进行了货品的整理及熨烫”。

刘瑞坦言关店对门店销售额有一些影响,但整体的上新工作并没有搁置。刚开店,刘瑞就紧锣密鼓地安排上新早秋款,接着将空置的货架挂满衣服;我们对店内进行了陈列调整,想要

给顾客更好的消费体验”。

“其实在微信上有不少之前的忠实顾客都来询问开业的具体情况了,我们也在店铺卖场恢复好以后第一时间进行顾客邀约,告知店铺已经开业,可以放心过来选购。”刘瑞表示;“店铺做到一人一码入店,店铺客人控制在50%以内,如果顾客多,我们会安排分批进入选购,保证大家购物的安全性。”

不仅如此,刘瑞和员工们还对试衣间进行了酒精消毒,做到一顾客一消毒,提供安全的购物环境。“KOLON SPORTS全员持有24小时核酸且都接种3针疫苗方可上岗,尽力保证购物环境的安全性。”刘瑞称。

不仅仅是服装零售,就算是家居品牌也为下一阶段的产品腾挪位置,拒绝“躺平”。梵几相关工作人员在接受北京商报记者采访时称:“这段时间梵几有一些新品上市了,我们也在准备对店内的陈设进行一些更换,预计这样的调整将在一周内完成。”

当问及关店期间安排,上述工作人员表示并未受太多的影响;“其实家居行业对于专业性要求很高,大家反而利用这段时间进行了集中学习,员工完成了现阶段的集中培训”。

## 计划 分阶段有节奏复苏 夜经济提上日程

恢复正常营业只是商场的第一步,让各项指标回到昔日水平并保持有效增长才是下一阶段的重点。

北京商报记者从中粮·祥云小镇了解到,其将分阶段进行商业复苏。根据后续政策指引,中粮·祥云小镇将整体恢复营业划分为三个档期:恢复经营安心逛街期、餐饮开放堂食就餐期、全面恢复客流强召回期。

“针对餐饮、零售、儿童及娱乐体验业态,中粮·祥云小镇将进行分阶段专项扶持,根据回暖节点补贴,实现销售额追回及冲高。”中粮·祥云小镇相关负责人透露,下半年是商业的营销旺季,6月祥云小镇会强化露天街区特性,恢复营业后以满减券等方式召回会员、客流;7-8月结合夜经济,升级夏日消费场景,拉动客流销售。

同样,朝阳合生汇也在按照不同的恢复阶段进行复工规划:“伴随未来堂食恢复,朝阳合生汇将重新启动深夜食堂,为消费者提供更好的就餐体验以及夜晚互动体验。”合生商业相关负责人

透露,与此同时,朝阳合生汇的户外停车场也将把部分区域改造成为“市集”,充分利用室外的空间进行商业运营。

不过,一些封闭式的购物中心更愿意在线上发力。颐堤港在恢复正常营业之后,将进一步优化线上平台,如小程序、线上商城等渠道,通过线上的优惠券来带动线下的客流。凯德恢复营业后,北京的各大项目将通过组织多种线上活动,来帮助租户恢复客流及销售。例如,凯德MALL·太阳宫将开展79团100、79团1000的活动,消费者可以线上买券,到线下核销。

可见,暂时的线下停业也让购物中心发现了线上渠道的优势。自5月9日闭店以来,凯德MALL·望京每天都会安排1-2个品牌的直播活动,闭店期间租户的线上销售达到117万元以上。而颐堤港线下零售暂时关闭期间,该商场线上入驻商户达90余家,每天咨询量同比增长2倍,消费者访问量翻了不止百倍。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜 王维玮 蔺雨薇 文并摄 付斌 视频

### 声音 | 专家建议

中购联购物中心发展委员会主任郭增利:  
北京消费需求暂未充分匹配,  
潜力依旧

因疫情防控原因,部分商场、购物中心暂停营业,购物中心上下游产业链的经营受到影响。在此期间,购物中心运营方大多只能通过会员社群和直播等方式建立服务连接,而商户经营方的业绩下滑也很明显,库存压力在加大。

当品牌、购物中心错过消费季节档后,需要加快刺激政策和恢复进程。从当前市场来看,消费券是疫情防控下首选促消费工具,大力度和少约束的消费券能在一定程度上扭转增长迟缓困局。

与此同时,在入夏之际,夜间经济有利于提振消费。

目前看,全时段消费的创新力和拉动力是不能忽视的,也是每一个商业设施可重点考虑的优化方向。

北京商业总体消费规模尚未完全实现充分匹配。也就是说北京的潜在消费能力是有的、是高的,所以北京更需要从供给面着手,增强商品特色、增强文化消费、增强品质服务,发展非标商业。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳:  
实体要与消费者形成深度联动

面对消费升级,传统商场、购物中心应该让内部业态与结构多元化,融入更多沉浸式体验,增加生活方式的内容,提升项目品位。同时,商场、购物中心应该增强对客户忠诚度的吸引,这需要品牌、项目为消费者提供更深度的服务,例如会员、私域营销等,即使在疫情影响下,也可以与消费者展开云端互动。接下来,夜间经济、户外经济都将是助推消费回暖的推手。

独立财经评论员张雪峰:  
精简核销门槛,消费券可激发增长

发放消费券对于盘活实体商业消费有一定的积极作用。消费券往往是利用满减机制,可对本身就有消费需求的部分人群进行刺激,从而促进消费。不过,消费券对整体拉动消费的作用有限,会有一个缓慢恢复的过程。消费券的发放可考虑通过数字人民币钱包的方式,流程越简单越好。促进北京实体商业项目焕发生机,除了发放消费券外,还可考虑全民发放数字人民币,设置使用期限,但不宜设置苛刻的使用条件,例如满减、只能去特定商家消费。



扫码观看视频