

2023年，朝外大街迎来“新人”，短时间撬动了该区域新活力，它便是THE BOX朝外 | 年轻力中心(以下简称“THE BOX朝外”)。自2023年9月开业，THE BOX朝外同圈内其他项目开启旧貌换新颜。都说北京商业向东看，作为商业高地的朝阳区，更是将朝外商圈赋予了新使命——“北京特色UIC城市活力创新中心”。想要让整体商圈提质升级，朝外商圈内的项目还需把握住商业与城市文化融合的脉搏，在追求品质和体验感的同时，又能满足人们对时尚、潮流的追求。

THE BOX朝外： 不走寻常路 撬动商圈年轻力



THE BOX朝外滑板场吸引大批年轻客群



○消费者年龄

15-29岁
约占比50%

35岁以下总占比约75%

女性占比约65%
男性占比约35%

} 消费者性别○

◆消费者画像

○街头篮球社群影响力巨大

比赛共计参与约20000人次

○每日产生的专业滑板社群

共计参与约12000人次

○宠物友好7月7日启动

已接待养宠人士达8000余位



打造非标商业样本

THE BOX朝外的开业，让北京商业的运营逻辑一度改观。路边躺平喝咖啡，商场里面放劲曲。无论是品牌布阵，还是项目的招商定位，THE BOX朝外均与传统购物中心截然不同，主打一个“不走寻常路”。

寸土寸金的朝外商圈，不再只有商务人群匆忙过往的影像，车水马龙的路边，随处可见悠闲自嗨的年轻人。商场里霓虹灯闪烁，英文字幕滚动，新商业带给年轻人更多无限可能。可见，商业空间不再是正襟危坐的模样，仿佛下一秒音乐响起，年轻人随时可以嗨歌而起。

THE BOX朝外的入市，也不断地将其他商业元素融入到商业当中。在品牌引入上，THE BOX朝外选择与以文化、社群和生活方式为核心运营理念的潮流文化品牌进行合作。例如，创意设计集合店BAD MARKET、原创潮流品牌OLD ORDER、联手NBA旗下品牌NBA HOOP PARK篮球公园共同打造的

北京首家户外光影篮球场等。

不难看出，THE BOX朝外在定位和招商上都极力迎合当下年轻人的消费喜好，用丰富的活动内容与策展形式不断拉高空间的审美阈值。

THE BOX朝外是由u group·年轻力集团旗下URF盈展提出，它表示，此次新项目落地北京，不仅定义了全新商业空间，既把空间视作策展的场景，使品牌和商品成为展的部分，也聚焦于当代青年多元文化，将艺术策展、潮流时尚、城市运动、宠物友好等板块相融合，打造全新创想空间与青年社交属性，精心筹划年轻人的兴趣爱好，创造适合年轻人的社交场景，从而产生循环消费。

纵观全国，近两年活跃在新商业主场的项目，例如上海武康路商圈的TX淮海、成都COSMO、武汉X118、广州天宜YCC等，几乎都是走的非标化商业路线，从里至外散发着满满的“松弛感”，这也打破了当下商业项目对于玩法和设计的想象空间。

唤醒朝外年轻客群

紧邻北京CBD的朝外商圈，同样拥有全国乃至全球都十分知名的高端写字楼聚集区。基于此，朝外商圈聚集了大批国际商务人士、政界要员以及时尚达人。有数据显示，仅在2023年，THE BOX朝外的年客流量已突破了92万人次，为朝外商圈带动了年轻客群的增加。

如何精准地吸引年轻客群，成了THE BOX朝外需要思考的问题。THE BOX朝外在品牌引进上有着明确的目标。项目以打造北京特色年轻人的商业空间为目标，将包括创新零售、艺术展览、智能科技、娱乐体验等板块融为一体。THE BOX朝外为满足周边商务人群的消费需求而设计，整体以商务轻奢、时尚潮

流为主，其中有85%左右品牌为首次进驻朝阳。

其次是体验，为了增强年轻客群的黏性和体验感，THE BOX朝外的策展活动轮番上演。开业数月，朝外商圈一下子吸引潮流拥趸纷纷而至。毛孩子蹦迪联谊、城市光艺术论坛、万圣节化妆party、街头潮玩滑板，年轻人重新回到了线下商业的主场。

工作人员介绍，为了增添新鲜感和回头率，每隔4-8周，THE BOX朝外都会更新主题展览和场景设计。

据统计，项目试运行以来，单日峰值人流约4.5万余人次，到访消费者女性占比约65%、男性占比约35%，消费者年龄段集中在15-29岁，约占比50%，35岁以下总占比约75%。