

# 新工体： 文娱体新元素拉动三里屯扩容



2023年,新工体的入市,让三里屯商圈再迎来一波新流量。自今年4月亮相以来,在足球赛和商演的加持下,新工体场均客流达到4.5万余人。同时,新工体的规划中预留了公共活动的大量空间,包括城市公园、慢跑系统等,预计在开放后将迎来大批市民回归。

在新老项目的加速调整之下,三里屯商圈的客流开始由东向西蔓延,商圈功能性也日益丰富。不过,伴随大型社区的逐步形成,区域和对应功能的分配仍需细化,否则三里屯整体容易陷入混杂发展的怪圈。

## 场均超4.5万人 为周边商业引流

今年的三里屯进行了新一轮洗牌,这个商圈不再专属于潮人和年轻客群。北京商报记者从新工体方面获悉,入市约半年的时间里,新工体成功举办了15场中超联赛、1场足协杯和1场国际足球邀请赛。其中,15场中超联赛场均上座人数突破4.5万人。

同时,新工体还在商业、商演等方面进行了初步尝试。5月下旬,新工体首次尝试“策展+商业”融合模式,举办汽车生活节,活动期间吸引客流超2万人,汽车交易意向金约5600万元,集市销售流水62.8万元;新工体举办首场商演乐队的夏天演唱会,到场观众达3.1万人。

与此同时,今年6月中旬,梅西带领阿根廷国家队在新工体对阵澳大利亚国家队。在这场国际足球邀请赛中,新工体上座人数达到5.5万人,而前来观看比赛的观众中,不仅有来自国内的球迷,还有来自世界各地的游客。

新工体以高标准的场馆、赛事举办水平迎接了这场比赛。新工体官方资料显示,新工体的改造以“传统外观、现代场馆”为原则,在保留原有建筑外观的基础上,利用

了大量的智慧化技术,着力打造顶级标准的现代化场馆。

新工体、三里屯太古里活动频频,也为周边的商业项目进行了一定导流、销售带动。赛事前后,新工体周边的交通常常因大量的球迷出行而出现堵塞情况,而观众大量的餐饮需求也一定程度分流到周边商业项目如三里屯SOHO、太古里等,带动相关项目客流量上涨。以阿根廷对阵澳大利亚的国际足球邀请赛为例,比赛当天,新工体及周边三里屯的多个商圈出现了多位身着梅西同款“10号球衣”的消费者,为项目带来了餐饮、消费业态的增长。

中赫工体(北京)商业运营管理有限公司副总经理、商管负责人张闯指出,对于三里屯商圈来说,交通方面将迎来地铁3号线、17号线陆续入市,同时新工体还将设置2000余个停车位,将一定程度缓解区域交通拥堵及停车问题,目前预计17号线北段将于今年年底开通。同时,新工体的功能将进一步丰富三里屯商圈,在商业之外,带来体育、文化、艺术等板块的加持。

## 外溢效应 太古里加速改造

新工体入市的这一年,隔空相望的三里屯太古里也在进行大调整。北京商报记者走访看到,太古里北区的高奢品牌聚集,展示了三里屯商圈的国际化特质。北京商报记者在走访中看到,太古里南区、北区有不少区域进行了品牌更迭,北区的“重奢”定位越发明晰,独栋门店和旗舰店成为主要形式,如头部奢侈品牌LV、Dior的围挡十分醒目,还引进了Gucci、Celine、Givenchy等十余个品牌。

同时,三里屯作为“首店收割机”的属性越发明显,北区Nike旗下品牌Jordan Brand概念旗舰店占据四层面积,挪威时

尚生活方式品牌Holzweiler在太古里南区开设品牌首店“北京之家”,设计师品牌GANNI、潮流品牌IT blue block、香水品牌Le Labo也将开出首店。

正是新工体和三里屯太古里的东西呼应,让整个三里屯商圈的辐射范围得以扩大。叠加国际赛事和国际重奢品牌的人驻,三里屯的国际范日益凸显。此前北京发布的《北京市商业消费空间布局专项规划(2022年-2035年)》中提到,CBD×三里屯将打造北京商业消费空间中的四个国际消费体验区之一。在培育国际消费体验区的过程中,三里屯商圈的国际化程度不断提高。

### ◆新工体运营情况



○4月至今:

举办了**15**场中超联赛、**1**场足协杯和**1**场国际足球邀请赛

○客流量:

**15**场中超联赛场均上座人数突破**4.5**万人  
国际足球邀请赛观众达**5.5**万人



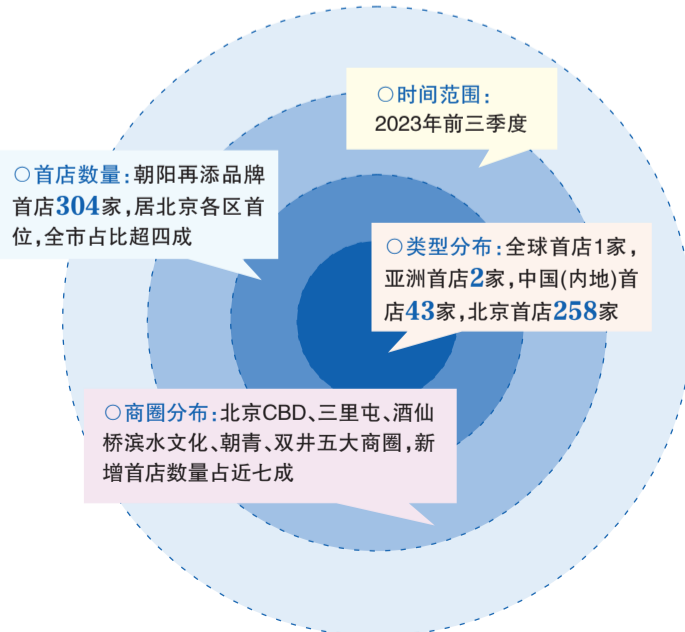
○商业、商演方面:



汽车生活节活动期间吸引客流超**2**万人  
首场商演乐队的夏天演唱会,到场观众达**3.1**万人

(数据来源:新工体官方)

### ◆朝阳区首店分布情况



(数据来源:朝阳区商务局)