

## 闹中取静 三里屯变身大型社区

面对新格局、消费者新需求,在三里屯商圈也能看到更多新的变化。商业发展融入到街区生长中,为三里屯带来公共价值方面的思考。新工体的入市使得三里屯商圈的“消费”属性相对减弱,在体育赛事、文艺活动方面进行拓展。同步,三里屯的社区属性进一步显现。张闯透露,新工体的建设中预留了大量公共活动的空间,包括城市公园、慢跑系统等,以迎接工体作为市民休闲去处的功能回归。

北京商报记者走访看到,曾经三里屯路的咖啡驿站转移到工体北路沿线,搭建户外休息空间。走进太古里北区广场,人们坐在波浪状的木质公共座位上休憩的景观映入眼帘。这是太古里于2022年8月新增的“Please Be Seated(请就座)”大型公共艺术装置,也是三里屯太古里社区营造的缩影。项目希望通过这组装置,为人们提供交谈、社交的空间。

从品牌的新变化来看,越来越多的品牌也逐渐向生活方式拓展。北京商报记者走访看到,位于太古里南区的H&M旗下生活方式品牌 ARKET、法国奢侈品牌 Maison Margiela、美国奢侈品牌 Ralph Lauren 均在店内设置了咖啡区域;法国设计师品牌 AMI Paris 新店则在南区广场打造了一间限时法式咖啡厅。零售品牌跨界咖啡,拓宽了门店的经营内容、延长了消费者驻店时长,商圈作为社区空间的氛围进一步形成。

三里屯太古里作为北京三里屯商圈的一分子和区域城市更新的重要参与者,助力大三里屯商圈的高质量发展。根据太古地产方面介绍,三里屯太古里与百余家品牌合作开设了北京乃至中国内地首店,同时通过举办众多市场推广和文化艺术活动,为消费者提供丰富多彩的体验,这也是为了加速该区域的社区活力提升。

### ◆三里屯客流情况

2023年春节期间: 太古里客流量达**39.7**万人次

2023年国庆期间: 太古里客流量达**75**万人次

(数据来源:朝阳区商务局、三里屯太古里)

## 参差不齐 存量商业亟待更新



商业消费空间的提质升级不仅仅在于扩大商业体量,引领消费升级成为了对国际消费中心城市更高的要求。中国楼宇研究中心主任匡洪广指出,如今消费广于商业,除了购物、餐饮的需求之外,体育消费、文化消费、社交消费等需求正随着人们的消费习惯升级而冉冉升起。“目前在健康、文化消费方面的品牌阵营并不像传统的商业品牌那么成熟,在运营上未必具备丰富的经验,但这是新工体及三里屯商圈需要探索的领域。”

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示,三里屯商圈未来的发展趋势将呈现多元化、品质化及特色化特点,国际化程度不断提高便是消费选择多元化的表现之一。在他看来,打造国际消费体验区,具有独特魅力和特色的项目将帮助提升整个商圈的品质和竞争力。

从整个商圈来看,目前三里屯商圈内的各个项目发展表现参差不齐,且项目间联动性有待加强。在张

闯看来,三里屯商圈内项目较多,若每个项目都能找准自身定位,做出差异化优势,商圈内将形成良性互补。“新工体将起到一个纽带的作用,将盈科、机电院、太古里、三里屯 SOHO、红街与世茂工三、永利国际等项目串联起来,打造联动效应”,他还表示,新工体还可向南面拓展,与朝外商圈进行互动,探索更多可能性。

当下,三里屯商圈的部分项目也正处于调整中。今年9月,通盈中心官方公众号更名为“三里屯1号T+”,据介绍,T+MALL以时尚年轻力为中心,构建“会玩·爱炫”社交搭子场域,构建潮流、夜生活地标,服务类目包含百货、超市、便利店、休闲娱乐等。

位于三里屯路的“三里屯酒吧街”自年初按要要求腾退后,改造已近一年。近日,北京商报记者走访看到,目前,已有数十家酒吧、餐饮等品牌围挡,其中包含男孩女孩、好利来、艺美画廊等。

据了解,今年1月,由于三里屯酒吧街的房屋结构安全性已不适合经营,各商户于1月陆续清空物品并撤离,酒吧街启动改造。如今,酒吧街的热闹将在不远之日重新回归三里屯。

经济学家余丰慧表示,在三里屯商圈整体发展的过程中,需要加强商圈内部的统一管理和规划,保持商圈的整体风貌和氛围,避免过度商业化与品牌同质化。“商业只是整个商圈的其中一部分功能,三里屯需要优化商业布局 and 结构,做好商业体的特有品牌塑造,以及体育、文化等功能的分类。”

## /记者/手/记/

## 回归社区功能 商圈才能更有烟火气

随着城市的快速发展和消费市场的不断升级,商圈作为城市的重要组成部分,其功能和形态也在不断地演变。如今,走进商业体里,人们不再只是为了“买买买”,而是希望在逛街的同时得到更多体验、进行社交活动。在这一变化基础上,我们看到,越来越多的商业项目在逐渐增强自身的社交、文化属性,以满足作为“社区”的功能。

新工体便是其中具有代表性的例子。作为北京著名的体育文化地标,新工体在改造升级后,不仅在建筑外观和内部设计上焕然一新,同时也更加注重与社区的互动和融合。开放式的广场、公共空间以及多元的业态结构都在说明,新工体并

非体育球迷、演出观众专属,而是广大市民平日里也能来遛弯儿的城市公园。

在新工体的回归之下,三里屯商圈的社区属性也愈发明显,原有的商业项目也随之进行了调整。被誉为北京潮流地标的三里屯太古里,一向以新潮的品牌矩阵、年轻的客群属性为代表,而在消费风向的变化下,太古里也在社区功能上下了许多功夫。“Please Be Seated(请就座)”大型公共艺术装置、多个品牌在店内设置咖啡区域……这些都是三里屯太古里社区营造的缩影,在社交空间的打造下,人们的驻店时长进一步延长,街区的烟火气也更为浓厚。

诚然,有了烟火气,方能撬动消

费力。商圈更新作为城市更新的一部分,发挥社区功能不仅能丰富消费者选择、满足消费者多样化需求,也将一定程度上促进消费升级、推动城市更新。

然而,发挥社区功能并非易事,它不是简单地划出公共空间,也不是随意引进餐饮、休闲业态,而是对项目整体的社区氛围、配套服务有着更高的要求。从社区的营造来看,项目本身的定位与风格决定了其社区功能的层级,二者需要进行适当匹配;而基于社区之上,如何承接社交属性带来的客流量并转化成销售额,需要项目方有更多的巧思进行导流、引进关联性更强的品牌。

值得注意的是,社区的打造还需

要商圈整体联动。结合区域人群消费特点,商圈内项目需要找准自身定位,塑造自身差异化优势;同时,项目与项目之间的互动能有效强化社区概念,并进一步增强烟火气,吸引更多的市民前来消费和体验。如三里屯商圈,除了新工体、三里屯太古里等,商圈内还拥有三里屯SOHO、世茂工三、永利国际等多个项目,如何分工、合作,是商圈升级的关键。

商业发展的根本在于“人”,无论项目定位如何,或是场内品牌数量几何,归根结底在于吸引客流,这也是“烟火气”的意义所在。在文化、艺术、休闲、体育等多样活动的加持下,商业体正逐渐往社区功能靠拢,也将变得更加多元。