



多商圈试点“外摆” 为夜间消费聚人气

露天的就餐环境或许能让消费者更近距离地感受“夜京城”。在北京市促进夜间经济发展的大背景下，部分商业企业和餐饮企业开始尝试规范化的外摆经营。合规、时尚、装修精致的外摆摊位受到市民欢迎，在开放式街区成为激发夜间消费潜力的良方。

开放街区布场景

潮人聚集的三里屯也在发力夜经济。太古里相关负责人向北京商报记者表示，目前，三里屯太古里南北区拥有外摆设施店铺已从6家发展至14家，总面积达750平方米。太古里相关负责人介绍，外摆摊位以“商业、文体验”为特点，支持快闪店、设计师店、体验店在区域内发展，增强个性化、多元化体验和服务，不会产生油烟等。

据透露，太古里还将增加16家外摆摊位，外摆设施的占地面积实现翻倍。

除此之外，位于工人体育场北路南侧的通盈中心也在尝试设置外摆。北京商报记者了解到，在通盈中心开业之初，该项目临街开店的牛角村便在室外摆放了遮阳伞、桌椅等，室外的堂食环境也适合周边的白领放松或交流工作内容。

太古里、通盈中心增设外摆摊位，是北京发展夜间经济的一个缩影。据悉，北京三里屯商圈将加快公共空间亮化、美化、国际化升级改造，率先开展商圈无障碍设施改造；试点商家外摆试点；研究制定三里屯40条街巷经济发展规划，形成三里屯主商业区、后街交错互补发展格局。

三里屯商圈借助“时尚中心”的地位，已经具备夜间经济发展的优势，也有夜间盈利的能力。以三里屯太古里为例，开放式

的购物环境，相比封闭式商场更具备成本优势。

三里屯太古里相关负责人表示，尽管目前太古里内的大多数品牌门店在22点关门，但商圈内的餐厅、茶饮门店可继续营业并提供服务。

值得注意的是，从8月到10月底，百荣D座南广场的啤酒花园也会运营到夜晚12点。百荣世贸商城从百余餐饮商户中挑选十余家商户，开办啤酒花园，提供特色海鲜、精美小食、果汁饮品、酒水饮料等，现场可同时容纳500人就餐。

外摆重装回归

在北京市促进夜间经济发展的大背景下，部分商业企业和餐饮企业在开展深夜食堂的同时，开始重新尝试规范化的外摆

就餐经营。一个露天就餐环境让消费者感受到北京之夜的亲昵氛围。这个夏天，伴随着深夜食堂的“角度”，外摆摊位“华丽”归来。

今夏，露天餐饮已经成为华熙live·五棵松吸引客流的招牌。无论是地方菜、火锅还是精酿啤酒专营店，都在这条商业街区的道路两旁摆出了餐桌，人流熙熙攘攘，聚会的朋友们觥筹交错。据了解，华熙live·五棵松现有134家商业企业，其中52家餐饮营业到24:00，16家餐饮营业到凌晨2:00，客流量日均5万人次。

北京商报记者在顺义中粮·祥云小镇看到，多家餐饮企业也开始了外摆露天经营。正在普希金文学餐厅就餐的消费者刘女士对北京商报记者表示，非常喜欢这里的露天环境，无论是情侣约会还是家人相聚，在夏天坐在商业街旁边感受俄式餐

和文化都是非常惬意的享受。据悉，祥云小镇“深夜食堂”每晚21:30开启，持续营业至24点。端午节小长假期间，中粮·祥云小镇保持日均5万的客流量。

王府井大街设立外摆摊位、簋街部分商户延时营业至凌晨4点、百荣的啤酒花园接档商城营业到深夜，北京的夜间消费打卡地在不断增多。身在梨园的通州青年，不必羡慕三里屯的繁华夜晚；南城的文艺人士不用向往西城或是望京的展览、演出，北京的夜间经济遍地争艳。

补交通短板

夜间经济繁荣，散场后的交通也愈加便利。北京商报记者从祥云小镇了解到，由于夜间顾客的酒水消费量大，该项目的“深夜食堂”与e代驾达成合作，提升夜间代驾的服务数量及水平。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为，夜间经济当前正迎来比较好的发展机遇。北京人的夜间消费已经从模仿型消费转化为更多样化、个性化的消

费，从商品消费转向服务消费。在夜间消费结构多元化之外，更重要的是公共交通、安全体系方面跟上，提高夜间安全保障措施，研究一些方法使公共交通比白天更便利。

日前，首汽约车公布了“夜京城”出行保障计划，在前门和大栅栏、三里屯、国贸、五棵松首批“夜京城”地标，以及蓝色港湾、世贸天阶、簋街、合生汇、郎园、食宝街、荟聚、中粮·祥云小镇、奥林匹克公园等将形成首批“夜京城”商圈，加强夜间车辆调配，并对用车场景进行实地调研，最终在四大地标、九大商圈设置了13个电子围栏。首汽约车的司机接单、完成在电子围栏内出发的订单，司机可以获得相应奖励。

与此同时，北京市的公共交通也做出调整，其中，北京地铁1、2号线自7月19日起实施周五周六两天延长运营时间；在重点区域的25条夜班公交缩短发车间隔，并新开7条夜间接驳公交，方便回龙观、天通苑地区市民夜间出行。

北京商报记者 王维伟
图片来源：三里屯太古里

智享生活

2019北京家居品质消费月火热开展

北京商报讯（记者 王维伟）8月18日，由北京市商务局主办，北京家具行业协会承办的“2019北京家居品质消费月”拉开序幕。活动覆盖北京全市30余家主力家居卖场，200余家高品质品牌。其中，“智慧屋”亮相活动，屋内展示了客厅、餐厅、厨房、卫生间、洗衣间五个场景的家居产品。

位于蓝景丽家的“智慧屋”涵盖客厅、餐厅、厨房、卫生间、洗衣间五大主要家居生活场景，结合物联网技术和最新家居产品，真实搭建面向未来的家居体验馆。70余平方米的“智慧屋”以未来之家理念构建，向消费者展示空气净化、光照环境、水电控制、安全应急、家政服务、娱乐生活六大功能板块，构建万物互联的家居环境。实现时尚新潮家居产品快速对接，引领智享生活消费最前沿。

智能化、功能场景化、个性化定制化的家居产品愈加受到消费者欢迎。一

位家居卖场的工作人员表示，消费者进店后都愿意在智能家居体验区尝试使用智能产品。对消费者来说，购买家居产品时会在性能和价格上寻求一个性价比最优值，希望用最实惠的价格买到优质的产品。随着智能家电市场火热，不少品牌商纷纷进入智能产品零售领域，产业规模化使成本得到进一步压缩，智能家电价格也不再“高不可攀”。以最普及的智能小家电语音控制智能音箱来说，它不仅是家中其他智能家电的开关，还能够满足诸如听歌、听相声、听广播、查询天气和路况信息等家庭日常娱乐需求，但价格却非常亲民，市场售价区间仅为100-400元。

除此之外，“2019北京家居品质消费月”活动将在龙顺成国家级京作非遗传承基地、曲美京东Living娱乐木工坊、素元艺术木工坊等极具人气的木工坊推出多项木工文化体验活动。活动将召集各年龄段手工爱好者与非遗

传承大师近距离交流，亲身感受国家级非遗“京作硬木家具制作技艺”；开展“我是小小手艺人”亲子活动，由木作老师带领孩子制作鲁班锁，向孩子们传播中华传统木文化知识；素元艺术木工坊开设“十日匠”课程，让零基础的爱好者从学习木工工艺技术、结构设计开始，到最后亲手做出属于自己的家具作品。相信这些精彩活动的展开，带给消费者不同于以往的体验，掀起新一轮品质家居消费热潮。

陈伟/摄影

运动快闪点亮“夜京城”

沿产品、喷泉、灯光、走秀、街舞将此次快闪活动推向了高潮。

在活动举办期间，数千位消费者现场体验运动装备，活跃了京通罗斯福广场的夜间消费气氛。不少运动酷玩活动的观众在观看表演后，走进京通罗斯福，逛街购物或者品尝美食。运动酷玩活动以娱乐休闲项目带动消费。据了解，京通罗斯福广场正计划打造“深夜食堂”项目，提升餐饮品牌档次，延长营业时间，把地下一层下沉广场打造成一个“夜市”。

活动采用线上线下多场景互动，让现场的消费者能够享受多重体验，还能享受购物后邮寄到家的服务。展示部分通过线下体验、服务，为品牌线上引流，助力品牌打造完整的销售渠道，并对品牌进行新一轮推广。

值得注意的是，飞跃、回力等国产品牌也参与到展示中，展现国货魅力。国货产品的多元化设计，吸引现场的年轻人关注。

接下来，2019北京国际品牌节还将开展更多的时尚潮流活动，为消费者带去惊喜。
陈伟/摄影

北京商报讯（记者 王维伟）作为2019北京国际品牌节重要体验活动之一，“品牌·快闪”——运动酷玩活动在8月17日18点在京通罗斯福广场举行。本次快闪活动带来了adidas阿迪达斯、SKECHERS斯凯奇、PUMA彪马、NIKE耐克、VANS范斯、TOREAD探路者、CONVERSE匡威、ANTA安踏、ERKE鸿星尔克、乔丹、SPALDING斯伯丁、WARRIOR回力、Feiyue飞跃等一线运动、户外品牌大量的经典款式和富有创造力的前沿产品，包括运动鞋、运动服饰、运动器材等。

当晚，“品牌·快闪”——运动酷玩活动通过街舞秀、走秀、品牌展示等一系列精彩的环节，展示品牌运动产品的时尚设计、潮流搭配、运动装备的专业性，将潮流与运动完美结合，呈现运动品牌富有创造力的前

