



疫后经济百态

北京商业烟火气回来了

客流恢复至疫前八九成

周末时段，北京城区的商场迎来客流高峰。上周六早上10点，北京商报记者在朝阳大悦城顶层的Teamlab艺术馆看到，距离开展还有不足半小时，门外等候的消费者已有三四十人，大多是年轻潮人和亲子客群。而在中午12点半，朝阳大悦城不少餐厅出现了就餐排队现象。以网红餐厅大树餐厅为例，午餐时段排队的桌数已超20桌。

“餐厅内员工已全部到岗，为了应对客流飙升，我们餐厅还配备相应兼职人员以满足顾客需求。目前餐厅营业额已创历史新高，较去年同期增长近110%。”面对周末客流增长，大树餐厅相关负责人向北京商报记者透露，为烘托节日气氛，大树餐厅特增添了麋鹿等节日装置及节日限定菜品。

朝阳大悦城相关负责人透露，全面复工的首个周末，该商场客流日均达8万人次，环比上周提升102%，较疫情前恢复八成。

与朝阳大悦城一样迎来客流回归的还有朝阳合生汇。“我们在周六单日客流已超过10万人次！”合生商业集团相关负责人透露，目前的客流是疫情前客流的八九成，总客流量环比增长200%。

凯德MALL在北京的7家购物中心目前已有95%的租户恢复营业。适逢节日、冰雪等新消费热点，相比上上周末，凯德MALL商场周末客流提升93%。位于海淀区的嘻番里，在12月23日-25日，商场客流提升至50%。

在疫情环境放开的大背景下，随着第一批“阳康”的回归，客流上涨趋势明显。据券多多券券机数据显示，12月24日和25日，商场日均客流加速回升，同比上上上周上涨1.04倍。叠加节日消费的刺激，该周末商场日均客流同比上涨1.17倍。其中，西单大悦城日均

在全面复工复产的第一个周末，北京商业烟火气十足。根据北京商报记者从各大商场获得的独家数据显示，12月24日和25日两天，客流已经恢复至疫前80%至90%，不少门店销售额破百万。与此同时，上个周末北京迎来了不少新元素，新门店、新商场、华北首展、IP特展纷纷入市，成为了年轻人的心头好。在各种节日和活动的加持下，北京实体商业越来越热。

12月24日-25日

客流恢复至疫前80%-90%，不少门店销售额破百万

朝阳大悦城

日均客流8万人次，增长102%

销售额环比提升133%



已有95%租户恢复营业

客流提升93%，销售额环比提升116%

合生汇

周六单日客流超过10万人次

客流增长近200%

西单大悦城

客流量同比增长2.31倍



客流同比上涨2.31倍，大兴大悦春风里日均客流同比上涨1.49倍。

不仅客流已经恢复至疫情前的八至九成，商场销售更是节节攀升。北京商报记者了解到，朝阳大悦城周末的销售额环比提升133%，较疫情前恢复八成以上；凯德MALL在北京的7家购物中心的销售额相比上上周末提升116%。

“这个周末时段，朝阳合生汇整体销售额突破5000万元，近200个品牌成为了单日销售全国第一。”朝阳合生汇相关负责人表示。

新元素加速注入北京市场

客流回归线下商场的幕后，是商业人的共同努力。上个周末，北京迎来了西红门新光

界、第四家山姆会员店、全球首家teamLab无相艺术空间等新元素入市，同时，各大商场也引入了不少华北首展和品牌新店，让北京实体市场更为多元。

合生集团相关负责人透露，北京商场全面复工之后，合生汇商场内引入了GAGA、SHAKE SHACK、Wood Garden House、DUOHUA&VIVINER、GUCCI美妆品牌和CHOLE美妆等多家重量级新店。同样，朝阳大悦城有近10个新品牌相继开业，紧抓年末消费。

东方新天地首次发售数字藏品DUNO兔子，消费者在拥有专属数字身份的同时，更可通过数字身份享受到商场相应优惠活动。

在节日气氛拉满、客流恢复的背后，是各大商场富有新意的展览、活动举办。全球知名

卡通形象兔八哥华北首展12月24日在合生汇开启；国内潮流原创艺术家打造的奈美兔IP心晴乐园华北首展在朝阳大悦城上线；西单大悦城联合 bilibili goods 举办“敢潮无畏·披星小骑士Viola潮流艺术展”，相关联名产品将在12月31日通过商场小程序进行抽签发售。

西单大悦城相关负责人表示，疫情客观加速了商场线上和线下的融合发展，希望可以通过更多元的销售和营销手段提振消费。

影院也回归正轨，成为消费者周末消遣的好选择。朝阳大悦城金逸影院相关负责人表示，正逢电影《阿凡达：水之道》及《想见你》热播，目前影院客流已恢复至疫前同期的50%，影片上座率达40%，员工复工率已达100%。同时，相应节日套餐的推出，也带动了影院内酒水、食品等配比产品销量增加。

除此之外，在政企联合带动之下，“2023北京冰雪消费节”正式开幕，聚合冰雪资源，冰雪消费节将搭建“1+N+4”的活动框架，连同安踏集团、迪卡侬、石京龙滑雪场等80余家冰雪场地、户外运动品牌企业，促进文旅商旅融合发展。

在餐饮方面，寻味冬日美食活动也已开启。围绕京菜美食、风味小吃、中轴线美食等多系列，北京推出“京”选美食地图系列指引，消费者可通过品牌官方账号参与优惠。

把握消费节奏进行场内调整

消费回暖成为商业发展趋势，未来，商场商户更应该在品牌塑造上加大功夫。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳坦言，云消费时代转型时期，商场更应在社交、社群交往功能上着重定位，追求休闲文化娱乐体验及沉浸式氛围营造或成为商场发展的突破口。

“分析行业发展规律，把握消费规则，结合特点做出改变的企业才能在当下发展中脱颖而出。”赖阳表示。

刚刚举办的2022年度(第十六届)北京商业高峰论坛暨北京国际消费中心城市论坛活动上，中际远(北京)国际投资管理有限公司董事长赵理明指出，商业恢复增长，以及商圈激活，需要一个亮点或带头项目刺激周边，由此产生的竞争氛围有助于促使周边的项目进行迭代、更新，商圈本质便自然而然地提升。

“对于购物中心而言，通过增加首店、特色店的引入，从而形成了年轻潮流的品牌矩阵，使得年轻消费力更加紧密地结合。”合生商业集团首席品牌官张西认为，丰富的品牌、业态资源，场景化的打造与活动的引领，也是促成地标项目建成的关键。

北京商报记者 刘卓澜 王思琦

2022年度商业盘点

2022年，随着疫情进入常态化阶段，传统零售业进行了新一轮洗牌。这一年，社区消费流行起来，供销社火热“回归”，超市推出自提点以缓解配送压力，会员店成为超市企业的新赛道。同时，也有部分企业在瞬息万变中败下阵来，超市折扣店的热度降了下来，甚至有个别企业申请破产，或用闭店的形式来开源节流。在保供的需求及新消费、即时零售兴起的背景下，超市行业一方面需要灵活调配货物、保障供应，另一方面则需要重新审视整个业务架构、进行新一轮变革。在数字化、新消费的浪潮下，新的零售格局已蓄势待发。未来，零售赛道进一步细分，会员制、折扣店、便利店等模式将持续深入探索，而随着一刻钟便民生活圈的建设，社区消费或将成为新的风口。

超市十大事件：蓄势中求变

百果园三闯IPO终过会

5月2日，百果园向港交所递交上市申请，摩根士丹利为独家保荐人，6个月后招股书失效。早在2020年，百果园曾向中国证监会国际部递交文件，拟于港交所主板挂牌上市，于同年11月又与民生证券签订辅导协议，拟深圳创业板IPO，但再无后续。今年11月，百果园再次递交招股书，并于12月20日通过了上市聆讯。

百果园2001年成立于深圳，主打高品质水果并逐步拓展至生鲜品类，基于线下门店进行会员运营。截至最后实际可行日期，百果园线下门店已达5643家，其中5624家为加盟店，19家为自营门店。

山姆售卖翻版Dior玩具

9月底，山姆会员商店新上架了一款名为“简动文创惊喜百宝箱”的儿童玩具，包装封面上印着“Dior”。产品标签中标注着“Dior珠宝设计师”“Dior授权山姆限定首发”的字样。山姆会员商店App中同样上架了这款产品，产品介绍页面也明确指为“Dior联名款，匠心工艺”。该商品售价399元，包含可以DIY的项链、手链、耳骨夹等。实际上，该产品并非是大众熟知的克里斯汀·迪奥(Christian Dior)，而是与其毫无关系的高德乐·迪奥。这一事件经报道引发热议，山姆方面不久便下架了相关产品。

好特卖、嗨特购开放加盟

8月下旬，好特卖HotMaxx通过官方微信信号宣布开放全国各地的加盟，分为好特卖合作经营(自运营方式)、供货方式两种；加盟商至少投入20万-80万元的启动资金；不久后，嗨特购HitGoo联合创始人赵蓬在“新产业经济新消费主题大会”上首次对外发布了关于开放加盟的消息，包括了三种合作模式：品牌授权、带店加盟和独立经营。

好特卖在全国20余城市有着500多家门店，而嗨特购全国门店约为200多家。但这两个品牌都不希望止步于此，想要通过开放加盟的方式寻求更大的市场份额。据好特卖官网介绍，其未来三年计划扩充门店数至5000家。

便利店着眼社区消费

12月前后，7-11北京公司新增食品互联网销售业务，同时，中百罗森试水生鲜，开设首家社区便利店。企业的种种动态也意味着实体零售发展风向持续探索丰富“便利店+”发展模式，在便民社区商业领域拓宽经营边界。目前，北京7-11便利店上线了饿了么、美团外卖等平台，罗森、美宜佳、全家、中百、多点等连锁便利店品牌，均在加速推动到家配送业务发展；中百罗森在武汉开设了近150平方米的首家生鲜便利店，该店内除了原有商品，增加了水果、鸡蛋、粮油等生鲜类商品。

多点赴港IPO

12月初，多点点数智有限公司在港交所提交招股书。据招股书披露，多点Dmall由物美集团创始人张文中创办，成立于2015年，为本地零售业提供基于云的一站式端到端数字零售SaaS平台。

据弗若斯特沙利文数据，按商品交易总额计算，多点是中国及亚洲最大的零售云解决方案数字零售服务商，截至2021年12月31日的市场份额分别为14.8%及9%。另外，2019-2021年及2022年前9个月，来自物美的收入占多点点数智同期总营收的59.1%、54.5%、45.3%及44.4%。值得注意的是，物美科技也曾向港交所递交上市申请，但该上市申请6个月后未更新，物美科技冲刺香港IPO暂停。

绿地优选多家超市关闭

12月15日，北京商报记者走访发现，位于大兴和崇文门的绿地优选已悄然闭店，旗下在京仅剩一家绿地臻选。

2018年，绿地优选新开24家超市。2019年新开18家超市，进入了广东市场，拓展了“卫星仓”、社区新业态G-express绿地智选等。巅峰期绿地优选超市在全国累计开设近百家超市，布局版图扩张至全国23个城市。如今在京盛况不再，其在京外的情况也不容乐观。截至目前，绿地优选的开业门店剩下8家，其中上海“大本营”剩5家门店，北京、重庆、济南各剩1家门店。

fudi会员店加速布局

10月1日，fudi仓储会员店第三家门店正式开业。该门店位于东五环外朝阳北路升级改造后的星悦广场2层，紧邻6号线黄渠地铁站。据介绍，该门店面积约10000平方米，日常在售的商品有5000余款，时令蔬果超200种。此前，fudi在北京已有窑洼湖店、顺义中粮·祥云小镇店2家门店以及位于朝阳区暖山生活的1家Minifudi。

实际上，提速开店已然是fudi显而易见的动作。此前报道显示，到2022年底，fudi计划在北京再开2-3家新店，届时北京会有5家fudi。2023年，fudi计划再开5-10家。到了2023年底，fudi预计在北京会开出8-15家会员店。

北京超市设立自提点

今年12月，为缓解线上配送压力，北京市物美、永辉、京客隆等重点连锁超市在门店外设立自提点，消费者在线上购物时可以选择“自提”方式，凭自提码到门店外的自提点以“无接触方式”拿取商品，让更多顾客网上下单，店外自提方式有效缓解了配送压力。

北京市商务局此前公布的数据显示，北京各大连锁超市设立自提点的门店已超过400家。同时，物美相关数据显示，店外自提点上线仅一天时间，订单量同比增长2.5倍，自提订单取消率降低七成，客单价得到提升，取得了明显的成效。

供销社“回归”

10月31日，《湖北日报》发布《湖北基层供销社恢复重建至1373个 基本覆盖全省乡镇》的报道，经过多天发酵后登上微博热搜，引发网友热议。实际上，供销社在我国一直存在，在市场经济当下，供销社基层社除了发挥最开始的保障农村地区物资供应、稳定物价外，已经逐渐发展成一个包含物资流通、技术服务、农田托管等功能的综合中心。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授指出，全国供销社系统现有3.1万家，拥有网点近40万个，它与中国邮政、中国电信以及不同经济成分的网点，形成纵向的产业链、供应链、价值链等链式关系；同时也形成横向的多种类型的生态链关系。

麦德龙推全面会员制

今年5月中旬起，北京已经开业的4家麦德龙会员店进行会员制改造。此前，麦德龙中国首席执行官陈志宇表示，接下来麦德龙在华所有的新开店都将是会员店，且未来还计划把所有中国市场的麦德龙门店都改造成会员店，覆盖B端和C端市场。

自2020年起，麦德龙开始实行商业模式调整，在To C业务上，推出“付费会员”(PLUS会员)，目前，麦德龙中国付费会员已突破300万大关。

北京商报记者 赵述评 胡静蓉

