



# 『00后』后为啥又开始爱逛街了？

□新华社「新华视点」记者 王雨南 李晓婷 张斌

不少人注意到,有着“互联网原住民”之称的“00后”,近来有一部分人开始从线上消费转战线下逛街了。

“二次元街区”成为城市新地标,IP联名快闪活动人气火爆,商场变身融合社交、文化、购物的生活“体验场”……“新华视点”记者走访发现,多地商场正通过焕新改造吸引年轻客群,寻求突围。

中国百货商业协会调查显示,2024年,66%的受访企业表示调改升级事件同比增多。什么样的“爆改”,能真正赢得消费者青睐?

## 传统商场变得时尚、轻盈

冬日的北京寒风凛冽,王府井喜悦购物中心里却是人气爆满的火热景象:1万多平方米的“二次元主题街区”人头攒动,不少商店门前排起长队,年轻人兴奋地抽取盲盒、交换“谷子”。

由“北京新燕莎金街购物中心”升级改造而来,王府井喜悦购物中心自2023年底亮相以来,迅速成为“Z世代”消费者追逐的潮流新地标。“喜悦的二次元商店特别集中,我和朋友几乎每周末都来买IP周边。”“00后”女生齐玥含说。

“我们引入国潮文化、二次元、独立主理人品牌,打破传统商场‘老旧’的刻板印象,营造年轻、时尚、潮流的体验空间。”王府井喜悦购物中心总经理助理张孟久说,今年以来商场销售量和客流显著提升。

当前,不少传统百货正通过提升“IP浓度”、打造二次元业态等方式,吸引年轻消费者“重返商场”。

例如,上海百联ZX创趣场聚焦二次元经济,引入动漫周边、IP主题餐厅等新业态,2024年举办各类活动近700场,全年销售额同比增长70%,客流同比上升40%,会员数超26万。

2024年,我国限额以上零售业单位中,百货店、品牌专卖店零售额分别下降2.4%、0.4%。商场频频“爆改”,是传统商场面临业态陈旧、缺乏活力困境而做出的应对之举。

今年5月,《中共中央办公厅 国务院办公厅关于持续推进城市更新行动的意见》提出,改造提升商业步行街和旧商业街区,完善配套设施,优化交通组织,提升公共空间品质,丰富商业业态,创新消费场景,推动文旅产业赋能城市更新。

放眼全国,多地商场纷纷开启“爆改”模式——北京友谊商店定位“商业生活艺术中心”,营造“院落式商业空间”;巴黎春天上海淮海店以“IP共创”为特色,携手潮玩品牌推出主题快闪活动;广州友谊国金店引入广州首家市内免税店,打造“购物即旅行”的复合场景……

“消费需求向更加多元化、个性化、品质化发展,各地商场创新业态、丰富供给,不仅是摆脱经营困境之举,更能通过供给侧创新更好满足人民的美好生活需要。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

## “流量密码”是什么？

当实体商业的增长点更多转向存量改造与体验升级,商场吸引消费者的核心竞争力是什么?

提供升级体验——

趣味杂货铺里,谐音梗洗脑贴、“多巴胺帆布包”销售火爆;走进香氛品牌“蓬松”门店,个性香水、居室无火香氛用气味串联情绪;迪士尼商店快闪店北京首店内,近400平方米的沉浸式空间为消费者带来别样的“IP之旅”……

在张孟久看来,王府井喜悦的“流量密码”很简单:“情绪”和“体验”。

麦肯锡发布的《2024年中国消费趋势调研》显示,64%的消费者更加看重精神消费,年轻消费者对精神消费的重视程

度更高。

中国宏观经济研究院市场与价格研究所研究员刘方表示,在网购发达的今天,消费者对线下商业的需求已从“购买商品”转向“获得体验”,从“品牌齐全”转向“个性适配”,创新业态与场景成为激活实体零售的关键所在。

延伸空间功能——

步入广州市天河区的正佳广场,宛如走进一座微缩的城市乐园:一侧是深海蓝幕下徜徉的鲸影,情侣在“海底世界”前驻足合影;另一侧,孩子们裹着棉服在冰雪世界里嬉戏笑闹。消费者购买的不只是某件商品,还是一份美好的记忆。

对物理空间进行功能延伸和拓展,更多商场从单纯的“卖场”升级为融合社交、文化、消费为一体的城市生活中心。

“我们在商场里引入声乐、舞蹈、书法教室,满足老年人上课、交友等社交需求,把传统‘商品罗列式’百货转型为‘场景体验式’社交空间,目前银发消费客群占比超七成。”重庆重百九龙百货有限公司总经理吴国文说。

提升服务柔性——

位于北京朝阳区的蓝色港湾内,外国游客在支付宝绑定境外银行卡后,用手机就能实现扫码支付,整个过程十分“丝滑”。“除了支付更加便捷,我们还设置了双语服务台,为游客提供双语菜单。”蓝色港湾副总经理郑哲伦说。

南宁百货设立离境退税服务专区,提供多语种指引和“即买即退”服务;兰州万象城打造宠物友好空间,配备宠物友好电梯;武汉金银湖万达广场推出“无门槛免费停车3小时”……更多商场以暖心服务举措,构筑差异化竞争优势。

“实体商业的困局,本质上是传统商业模式与时代需求的脱节。真正抓住消费者对线下的需求和痛点,才能实现突围和重生。”邹蕴涵说。

## 让“流量”变“留量”

不少商场在改造后客流提升,但如何保持竞争优势、实现持续盈利,让“流量”变“留量”,仍是实体商业需要解决的深层课题。

业内人士指出,一些商场在改造中定位模糊,有的扎堆跟风二次元等热点,导致同质化严重;有的改造仅限于硬件层面,经营思维依然停留在“老把式”,缺乏运营支撑的“爆改”项目,往往只能靠初期热度维持数月,最终因流量枯竭而再次被市场淘汰。

在张孟久看来,无论哪种业态,关键是读懂“人”的需求。“每个垂直领域都可能是一片蓝海,最重要的是以优质商品和服务,满足目标客群的期待。”

改造的高成本也是现实挑战。外立面改造、智能化运营体系升级、品牌池更新带来的招商折损等都会增加运营成本,“投入高、回报慢”成为不少商场面临的新难题。

位于西安市解放路商圈的民生百货探索了新的“解题思路”。“我们用‘商办同楼’思路改造,1至4层保留商业,5至7层改为商务办公,8至14层配套酒店式公寓。通过导入产业盘活闲置面积,既分摊了改造成本,还进一步带旺人气,激活新的消费增量。”民生百货解放路店总经理睢海燕说。

邹蕴涵建议,商场可以利用人工智能等新技术,分析消费行为偏好、销售数据等指标,实现精准营销,进一步提升运营效率和盈利能力。

“我们将会同有关部门,在现代商贸流通体系试点城市建设中,指导各地统筹使用中央财政资金,充分发挥各类金融工具作用,推动城市商业设施优化调整、改造升级,为城市商业转型提质提供长效支持。”商务部流通发展司一级巡视员张祥说。

(新华社北京11月24日电)



# 何以“班超”,“班超”当何?

□新华社记者 叶前 赵旭 李春宇

在北京中小学校园里,有这样的一场场比赛:不问天赋与技术,每个学生都能站上赛场,投出那一球、踢出那一脚。有人说它是欢乐的聚会,有人说它是成长的试炼。这就是北京市中小学阳光体育班级赛,孩子们眼里的“班超”。

午后,暖阳洒在黄城根小学的绿茵场上。经过一个多月的较量,校内“班超”联赛迎来“巅峰对决”。三年级1班与16班上场争冠,呐喊声、擂鼓声一浪高过一浪。带球、抢断、传球,碰撞、摔倒、爬起——孩子们动作略显稚嫩,但拼劲动人心魄。

“班超”并非单是足球赛。从篮球、排球、丢沙包,到游泳、投壶、踢毽子……它囊括一切以班级为单位的比赛,各校依据场地条件开展多种项目,学生按兴趣爱好自主选择,确保每个学生每学期都能至少参与一项集体或团体赛事。

如果说“村超”点燃的是乡土文化蓬勃生长的民间烟火,“苏超”展现的是体育带动场景消费的人文经济活力,那么“班超”带来了什么?

“班超”追求的,不是少数选手的赛场,而是每个孩子的日常。

过去一段时间,“小胖墩”“小眼镜”“小豆芽”“小焦虑”等“四小”问题日益凸显。近年数据显示,我国6至17岁青少年约20%面临超重和肥胖;儿童青少年总体近视率超50%。

面对这些紧迫问题,近年来北京推动实现“每天一节体育课、每天运动两小时”,并将课间活动延长至15分钟。

有了时间保障,“班超”应运而生。

位于通州区的北京学校,篮球赛事打得正酣。场边,四年级学生夏悠然一边为队友助威,一边转动脚腕热身,为即将到来的“定点投篮大战”做准备。“以前,运动会和学校比赛,一般只有校队和体育成绩好的同学参加,现在我们每个人都可以上场。”尽管她最后没进球,但能上场就足够开心了。

北京学校副校长杨慧说,除报名参加4V4球赛的学生,其他学生均可参加中场休息时段的定点投篮比赛,两个环节得分共同计入班级总成绩。这让所有孩子都有机会参赛,让体育成为凝聚全班的纽带。

据统计,仅今年上半年,北京99.7%的中小学已开展各类班级赛,累计举办19.4万场,参与学生498.6万人次。“班超”,正走近每一个孩子。

改变悄然发生。北京学校体育教师侯文宇说,最初,有的学生投不进球便会大哭,出现接球恐慌;经过上学期一场场“班超”的锻炼,其中一些孩子在新赛季成了首发队员,还会主动要球,即使投丢也能迅速转身回防。

“班超”撬动的,不止是运动频次的增加,也是教育理念的更新。

步入京华实验学校,跳绳的孩子们站满了整个操场,跃动的青春与古朴的教学楼相

映成趣。在这场全校规模的跳绳大赛中,一、二年级学生为高年级学长学姐连贯的双绳花式跳惊呼连连;高年级学生则为学弟学妹们上场参赛加油鼓劲。

“‘班超’给了学生们一起拼、一起笑、一起‘闹’的空间。这种跨龄互动,有助于孩子之间建立起良好的关系,营造积极的儿童青少年成长‘软环境’。”京华实验学校校长李雪梅说。

在黄城根小学,学生们赛前为班级创作手绘海报,赛后开展“理智观赛与激情释放”主题辩论,美育、德育得以自然地融入体育。

“无艺体,不童年。”黄城根小学校长麦峰认为,班级赛打破了学科边界,形成了完整的教育闭环。“当体育不再局限于操场,而是与思辨、审美、协作能力交织,教育便从‘教授知识’走向‘全面育人’。”

“班超”凝聚的,除了孩子们烂漫的欢笑,还有家校社协同的合力。

在北京师范大学实验小学,每次低年级“班超”开赛前两个月,学校便牵头举行家校联席会议,与家委会共商赛事规程。各班组建8支参赛球队,每队由一名家长负责组织为期两个月的集训。学校调动社会资源,租赁专业设备,邀请高校体育生担任裁判,联系社区居委会争取学校周边居民在赛时的支持。

许多受访家长反映,周末和节假日,孩子更主动锻炼了,还总拉上父母一起。数据印证了变化:以北师大实验小学为例,学生的体测优良率已提升至95%,较2021年增长了9个百分点。

“班超”带来的乘数效应也在显现。各校学生运动量增加让食欲更好,进而推动校园餐食持续提质增量;医教融合进一步落地,校园医务室工作也得到夯实。

北京密集举办的高水平赛事,还为孩子搭建了体育“第二课堂”:中超联赛中场休息时,40名小学生在北京工人体育场的专业球场上展示射门技巧;在中国网球公开赛看台上,花家地实验小学体育教师利用比赛间隙,向观赛的学生讲解网球历史和计分规则……

“班超”成了一扇窗口,照见正在加速回归育人本位的教育变革。

最后一秒的逆转、失误后的泪水、胜利时的拥抱……孩子们跌倒后拾起的是韧性,输赢间学会的是坦然,协作中懂得的是责任。一支支班级队伍,球衣不一定统一,战术也不一定完美,但小球员们为了同一份热爱奔跑、呐喊,有时虽拼尽全力也未必能赢,但拼搏本身就是收获。

“我们希望每个学生的个体生命力在集体土壤中自然生长。”北京市教委主任李奕说,“班超”,就是让运动成为日常,让健康成为共识,在校园里找回运动的快乐、成长的光芒。

愿这些奔跑的身影,带着热爱与坚持,奔向更广阔的人生赛场。

(新华社北京11月25日电)



本版图片由AI生成