

首发经济活力足

北京实体门店消费体验全面升级

本报记者 杨学聪

首店经济正日益成为北京商业发展的核心动力,它不仅极大丰富了商业生态和消费者的购物体验,还显著提升了北京作为国际消费中心城市的吸引力和竞争力。

今年以来,北京首店经济稳健增长。前三季度,全市新开设717家品牌首店、旗舰店、创新概念店,跨越零售、餐饮、休闲娱乐等多个领域。这些新店为首都商业景观注入新鲜血液。首店经济正以强劲发展势头,宣告着京城线下消费体验的全面升级。

新面孔带火老街巷

首店经济是指一个区域利用特有的资源优势,吸引国内外品牌在该区域首次开设门店,使品牌价值与区域资源实现最优耦合,以及由此对该区域经济发展产生积极影响的一种经济形态。在北京,越来越多首店与文化地标相得益彰,一个个能触摸到历史、感受到烟火气、品味文化魅力的胡同片区正焕发出新活力。

白塔寺宫门口东岔,一家小店静立一隅,“胖妹拾糖”4个红色大字格外醒目。这家小店脱胎于胖妹面点的糖水窗口。作为首家独立店铺,开业不到3个月,就凭借一碗天然纯净的新中式糖水,获得大众点评APP“西城区甜品热门榜”第一名。主理人孙铭告诉记者,“把小食堂开到胡同里,就是想找一个社区感强的地方”。

同在宫门口东岔,云南菜“野瓦猫”即便在工作日也是一位难求,被北京市商务局纳入今年新增北京首店目录。店面不大,上下两层总共90平方米。充满野趣的设计、随心搭配的餐具,配上地道口味的云南特色美食,混搭出一种独特的松弛感。主理人张迪凡告诉记者,选择白塔寺是因为喜欢这里的氛围,“想和有个性邻居在一起”。

“最近两年,白塔寺不断有各式各样的首店上新。”街区运营方北京华融金融投资发展有限公司相关负责人告诉记者,除了胖妹拾糖和野瓦猫,街区内今年开业的北京首店还有经营咖啡甜品和健康轻食的SUR CABO、NICE CREAM奈似雪糕等。作为金融街区配套服务区的试点示范街区,白塔寺片区特色、潮流、标志性的餐饮、文化等业态,实现了金融服务保障、高端商务延展与配套商业提升。

图① 独处于白塔寺胡同深处的咖啡甜品店SUR CABO。

本报记者 杨学聪摄

图② “胖妹拾糖”糖水铺位于白塔寺宫门口东岔的首家店铺。

本报记者 杨学聪摄



新尝试聚来高人气

除了散布于特色街巷中的门店,商场依旧是不少品牌进入北京市场的热门选项。

11月,2024霸权番芙莉莲快闪店华北首站在西单大悦城亮相,茉莉蓬头玩偶、典藏胶片等北京首发。现场还有随地设置的超大茉莉莲、美美“一生之敌”宝箱怪1:1模型、勇者四人组看流星名场面等打卡点,让消费者一秒亲临芙莉莲的魔法世界。

西单大悦城与首店的缘分,远不止快闪店。“今年下半年,我们相继迎来多家餐饮首店、新店亮相开业,得到消费者的广泛好评与追捧。”西单大悦城工作人员告诉记者,在这些新店中,肉肉大米华北首店、山野板扎华北首店与寿司郎首店均成为北京新晋排队王,wagas旗下健康brunch餐厅LOKAL区域首店,知名潮汕砂锅粥品牌南拳十三姨全新形象店也相继亮相,进一步丰富了消费者的美食选择与消费体验。

在北京,常变常新的门店已经成为一道独特的风景线。不少商家通过门店形式创

新、品牌品类拓展、打造主题化门店等方式,吸引消费者进店体验。

例如,斐乐品牌在三里屯开设了全球首家FILA ICONA旗舰店,这栋3层的临街独栋建筑,内部装饰融合了诺曼式拱门、罗马柱、仿古瓷砖以及灵感来自罗马万神殿的穹顶天花板设计,彰显意大利美学元素。

露露乐蒙在北京颐堤港开设了全国首家男装独立门店,这也是其在亚太地区首家独立男装门店。门店设计以黑色为主色调,搭配简约自然的原木装饰,门面采用了灵感源自品牌自有经典科技面料的发光冲孔板,与全透明玻璃外立面相结合,与隔壁的女装店形成和谐呼应,展现了品牌对细节的精致考量和对消费者体验感的重视。

此外,乔丹品牌在三里屯太古里落地国内首家飞行旗舰店,KKV在朝阳大悦城推出北京首家“超集货轮”海洋主题创新概念店……这些品牌通过主题化产品和陈设,打造沉浸式消费场景,增强消费者体验感。

表现出色的还有本土品牌。10月19日,位于喜隆多购物中心的永辉超市重新开业,借力河南胖东来的经营模式进行了调改,这家店“开业即顶流”,日均销售额从不足30万元提升至超百万元,日均客流从不到8000人次提升至近3万人次。数据显示,恢复营业首月,这家店累计销售额4110万元,日均销售额较改造前提升近5倍;累计客流超90万人次,日均客流提升近6倍;客单价126元,比改造前提升近六成。

多点开花提升均衡度

北京市商务局的数据显示,2024年前三季度北京新增首店中,零售和餐饮门店数量占比近九成。其中,新中式餐饮、时尚服饰、收藏手办等各类新店和创新商业模式层出不穷。

如专注于汽车模型玩具的拓意XCAR-TOYS品牌,其全国首家线下门店落户王府井银泰in88,售卖拓意全线产品,价格与线上官方直营店保持一致。该店铺突破传统零售模式,设置互动体验区,致力于将店铺打造成小车爱好者的沉浸式体验空间,满足玩家更深层次的兴趣和需求。

伴随北京消费市场的持续扩张,除中国本土品牌以各种各样的首店入驻商业项目外,众多国际品牌也纷纷开设首店,717家首店中,思金斯、康柏力等105家为国际品牌,较去年同期增长40%,这其中不乏以全球旗舰店、概念店形式亮相的品牌门店。

商场依旧是国际品牌进入中国市场的热门选择。汤姆·福特在中国的首家旗舰店落户国贸商城,比利时奢侈皮具品牌德尔沃中国内地首家旗舰店设在北京王府中环,这些高端品牌的入驻彰显了北京消费市场的吸引力。

随着北京商业载体不断提质升级,首店分布逐渐呈现“多点开花”趋势,各区首店落地的均衡度也进一步提升。前三季度,城六区以外新增首店共计176家,同比增长34%,约占全市新增首店总数的25%,较去年同期提升约7个百分点。

北京市商务局相关负责人表示,首店经济正日益成为北京商业发展的核心动力,它不仅极大丰富了北京的商业生态和消费者购物体验,还显著提升了北京作为国际消费中心城市的吸引力和竞争力,促进了北京向更开放、更现代、更国际化的都市迈进。

北京市商务局的数据显示

2024年前三季度

北京市新开设品牌首店、旗舰店、创新概念店

717家

新店跨越零售、餐饮、休闲娱乐等多个领域

日前,哈尔滨市文旅部门曝光5起旅游违法行为。其中,某旅行社因涉嫌与旅游者签订不规范包价旅游合同被立案调查。这个案例击中当下旅游行业的盲点和痛点,说明规范旅游合同的重要性。

旅游合同往往成为游客容易忽视的环节。咨询时聊得兴起,大笔一挥,刷卡缴费;待到纠纷发生,才懊悔当初没好好看看合同。

旅行社组织和安排旅游活动,应当与旅游者订立合同。关于旅游合同,相关法律规定得清清楚楚:包价旅游合同应当采用书面形式;旅游行程结束前,旅游者解除合同的,组团社应当在扣除必要的费用后将余款退还旅游者;旅行社不得擅自变更旅游行程安排等。

保障游客权益,难在合同规范和合同履行上。有的不法商家习惯在旅游合同上动手脚,规避责任;有的在履行过程中“跑冒滴漏”,随意更改路线、安排购物等;有的以不合理的低价组织旅游活动,甚至未经许可经营旅行社业务;有的合同履行主体多,导致权责厘清难;有的虚列账目,夸大支出,给退费设置各种障碍;有的旅行社设计以兜售“旅游权益”为内容的合同,出现纠纷后辩解并非旅游服务合同等。

同时,虚假宣传多,监管难度大。现在商家玩转网络,利用社交媒体和网络平台推销旅游产品。执法部门发现,网络上存在非法招徕、虚假宣传、擅自转团、强迫购物、网络引流等多种违法问题。

旅游要轻松,合同先看清。一旦发生纠纷或者意外,旅游合同是游客维护权益的最重要凭证。目前基于拼团、转团、地接等方式,实际履行合同的主体,可能并非当初签订合同旅行社。因此,一方面,旅游者应增强辨别能力,明确实际带团主体是否有相应资质、服务标准是否符合合同约定,否则,将面临追责对象不清的问题;另一方面,对于大额的预付式旅游合同,明显超出预期的“低价旅游”合同等,一定要提高警惕,坚决抵制违法的“霸王条款”。

另外,在网上购买旅游产品时,旅行者要弄清楚商家有没有旅游合同,内容是否规范等,特别是对于自媒体博主以自身体验招募旅游者的“经验帖”“组队帖”等,更应当仔细甄别,确保合法正规。

针对市场乱象,相关部门应持续依法规范旅游服务标准,强化从业人员培训管理,加强市场监管,严惩旅游违法行为;特别是在权利救济方面,需健全举报投诉处理机制,完善各项制度,探索先行赔付等快速处理机制。《中华人民共和国旅游法》《旅行社条例》规定了旅游服务质量保证金制度,用于游客权益损害赔偿以及垫付紧急救助费用。据此,人民法院判决、裁定及其他生效法律文书,如果认定旅行社损害旅游者合法权益,旅行社又拒绝或者无力赔偿,人民法院可以从旅行社的服务质量保证金账户上划拨赔偿款。

规范旅游合同,为游客权益护航。在期待旅游“出国”“长红”的同时,我们更应注重营造健康、公正、透明的旅游市场环境。相关经营主体应明白,与其搞花架子、耍嘴皮子,真心实意和优质服务才能吸引并留住游客。

市
政
瞭
望

李万祥

唤醒工业遗存

本报记者 温济聪 中国县域经济报记者 王官波

旧厂房成了独具特色的文创空间,昔日仓库变身打卡胜地……冬日,工业游成为辽宁文旅消费的重要选择。借力文化旅游业发展,辽宁多处工业遗产被创意唤醒,沈阳红梅文创园、朝阳1958科学乐园、大连三十七相等,以崭新面貌走进百姓生活。

“老铁,你去沈阳了,帮我带点红梅味精啊。”“没问题,我给你多整点儿!”以前,这样的对话经常出现在亲朋好友间,红梅味精也成了老沈阳人的骄傲。

红梅文创园的前身就是原红梅味精厂。红梅与万科两大品牌强强联合,在维持原有厂区布局、保留原有建筑风貌的同时,对废旧厂房进行保护性修缮利用。如今,发酵艺术中心、味觉博物馆、原料库等特色工业建筑错落有致,吸引着众多游客。

沈阳市铁西区文旅局局长王晖表示,红梅文创园、工业博物馆、奉天工场等关注度和曝光率上升成功带动铁西工业遗存热度全面攀升。

今年11月,朝阳市利用朝阳水泵厂历史文化街区打造的工业风活化新样本——1958科学乐园开园。遵照修旧如旧原则,朝阳市以建设“工业文明记忆 智慧城市客厅”为目标,精准对接中小学科学和安全教育需求,活化利用水泵厂历史文化街区,充分发挥历史建筑、工业遗产资源和空间,打造1958科学乐园项目。开园两周累计入园客流1.2万人次。

“我家小朋友最喜欢的展厅就是未来世界展厅。”开园首日,朝阳市民班杨带着儿子女儿来到1958科学乐园游玩。“未来世界展厅借助现代科技力量,打造了元宇宙超级时光隧道影院、飞跃影院等3个动感体验项目,集全息影像互动和裸眼3D体验于一体,真是太梦幻了。”班杨说。

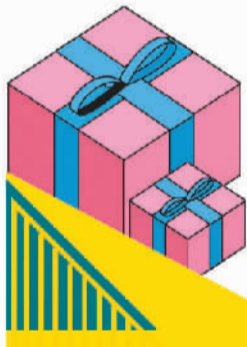
家住沈阳的石颜是一位旅游爱好者,经常到大连旅游的她,对位于西岗区的三十七相、沙河河口的冰山慧谷很感兴趣。“曾经的大连无线电厂,如今变成了一家做文化的园区,很有大连的地域风格。”石颜说。

大连三十七相文旅科技产业园副总经理苏丽彦介绍,该项目以大连海洋城市为基调,以海浪与帆船为元素,融入开放、创新、浪漫的设计内涵,创意、潮流的建筑风格,让三十七相在城市建筑群中脱颖而出。

大连冰山慧谷总经理助理周妍介绍,作为制冷工业文化的缩影与象征,冰山慧谷携老厂区文化记忆打造新产业发展基因,通过“拆改结合、修旧如旧”“巧设计、小改造”,打造一个城市级新兴产业园区。

工业“锈带”变文旅“秀带”,离不开相关部门的支持。工行大连市分行创新推出为文旅企业量身定制的融资产品“文旅贷”,助力大连工业遗存资源再利用;建行大连市分行加大对城市更新和文旅产业支持力度,推动金融文旅深度融合,在大连东关街历史文化街区保护与利用项目建设中,累计提供1.1亿元贷款资金支持;西岗区税务局针对三十七相入驻企业多为小微企业的特点,创新运用“税互融”服务品牌,推出“税务+园区”服务模式。

锦州、阜新等城市也通过盘活工业存量资产发展文旅产业。锦州市文旅局局长王丹丹表示,江苏蓝园将锦州核心地带老钢厂改造为蓝·文化创意产业园,赋予工业遗迹新的生命。阜新市文旅局局长杨简表示,辽宁太克集团东广产业有限公司率先进行企业转型,凭借区域内一山、两河、九湖、千亩森林的丰富自然资源和铸造钢铁企业独特的工业遗产优势,与黄家沟村共同创建了黄家沟生态旅游度假区,受到游客欢迎。



数字化赋能白沟箱包产业发展

本报记者 王胜强

“用料精良,设计精美,让我一下子就中这里的产品。”现居英国伦敦的巴基斯坦商人哈菲兹·阿布巴卡尔告诉记者,他通过网络了解到河北白沟箱包,第一次来到这里,用了5天时间,看中两家企业的拉杆箱,花了6万多元采购,全部运回英国销售。

近年来,通过数字化转型、云上设计,白沟各种新颖别致的箱包产品层出不穷;培育出4万余家电商,线上销售额超过百亿元。

白沟新城招商和特色产业局局长王伟告诉记者,白沟箱包产业发展始于上世纪70年代。经过近半个世纪的发展,目前已形成具有箱包原材料供应、产品设计、加工制造及销售等环节的完整产业链,联动周边13个省、从业人员超300万人的区域特色箱包产业集群。

面对全球数字化浪潮的兴起,白沟新城管委会认识到这是白沟箱包产业又一次转型升级的机会。通过实施增品种、提品质、创品牌的“数字三品”战略,每年列支至少1000万元的工业设计发展专项资金,搭建白沟箱包数字化转型公共服务平台,通过成立箱包产业工业设计中心、设计创新中心等举措,为箱包产业转型升级



工作人员通过直播销售女士背包。 孙玲琦摄(中经视觉)

赋能。截至目前,已组织16家规模以上企业设立设计中心(机构),引入彩虹设计网、建设星河工坊工业设计服务平台,并与中央美术学院等院校合作,优质设计资源扩容;发放财政奖励资金830万元,先后通过云上设计、云上发布,累计推出箱包设计新版型1000余款,开发注册商标10162个,在全域形成了以自有知识产权占

绝对优势的产业集群。目前,这些新品种销量已占到总销量的五成。数字设计强势起步,数字销售更是火爆。据介绍,自2016年以来,白沟新城通过建立电商产业园、引进知名电商企业等举措,扶持直播带货等云上销售业态,目前,白沟新城每天开展万余场直播,通过20多种语言向海内外客户介绍产品。

展示背包特点、变换造型、听取粉丝建议……每天上午8点,河北喜玛诺箱包制造有限公司总经理张辉进入公司的第一件事情就是通过手机与粉丝交流。

“2020年之前,公司以线下交易为主,主要做批发,没有用户反馈,很难取得突破性发展。现在上线了电商平台,产品样式如何、用得好不好,可以跟客户直接交流。通过收集实时评论和留言,公司整理出不同客户需求进行汇总分析,进而形成新的设计方案。去年我们就通过顾客建议,创新出吉祥如意系列产品,备受市场青睐,两个月内销售量达100多万只。”张辉说,“如今公司每月都会推出新的系列,每个系列至少包括15个单品。今年共新增上百个系列产品,销售额比去年同期增长三成多。”

数字赋能力度大,产业发展后劲足。2023年,白沟新城箱包产业实现产值419亿元,是2020年的4倍多,其中约300亿元是通过线上销售实现。今年前三季度,通过市场采购贸易方式出口87.07亿元,同比增长38.07%,产品销往195个国家和地区,并带动河北其他地市出口4.86亿元。