

“00”后为啥又开始爱逛街了

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”……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,今年以来商场销售额和客流显著提升。

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”。

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……

“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,谐音梗洗碗贴、“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。

“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——

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。”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。

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。”

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。

(据新华社北京11月24日电 记者 王雨萧 李晓坤 张斌)

覆盖39大类食品、2066项指标 市场监管总局 介绍食品安全抽检最新情况

食品安全抽检覆盖39大类食品、2066项指标……市场监管总局11月25日召开“开展全链条抽检 强化全链条监管”食品安全专题新闻发布会,介绍今年以来食品安全抽检总体最新情况和监管相关举措。

市场监管总局食品安全总监孙会川介绍,截至11月中旬,今年以来全国市场监管系统完成食品安全抽检570.26万批次,检出不合格样品15.6万批次,不合格率为2.74%;完成风险监测23.44万批次,检出问题样品1.02万批次,风险发现率4.36%。发现的问题主要集中在农药残留超标、食品添加剂滥用、微生物污染等方面。

在食品品种上,食品安全抽检已经覆盖了39大类食品,既有蔬菜、水果、畜禽肉等各类食用农产品,也有米、面、油等各类生产加工食品,还有餐饮食品等。百姓日常生活中能买到、能吃到的食品,基本上都已经纳入了抽检的范围。

在检验项目上,食品安全抽检覆盖了食品安全标准规定的农药、兽药、微生物、食品添加剂等2066项指标。

目前,食品安全抽检已经覆盖了各类食品生产、经营主体和各种业态。市场监管总局在生产环节“抓大不放小”,在覆盖所有在生产企业的基础上,加大对加工小作坊的抽检力度;在经营环节“求全不漏项”,已覆盖超市、便利店、农批市场等各类销售主体,餐饮店、中央厨房、学校食堂等各类餐饮服务经营者,还包括餐饮外卖、直播带货、生鲜电商等新业态,以及进口食品等。

孙会川表示,食品安全抽检工作在全面覆盖的同时,以发现问题为目标,抽检更有前瞻性、更有精准度。

一是把“孩子吃的”作为关注重点,对在产婴幼儿配方食品企业实现100%抽检全覆盖;对校园餐以及食材集中采购平台开展“双周检”,要求在每两年的周期内,实现对全国所有大中小学校

园食堂抽检的全覆盖。

二是把“有问题的”作为抽查重点,如把校园食品、农村假冒伪劣食品、制售假劣肉制品、食品添加剂滥用以及食用植物油等突出问题,作为抽检监测的重点。同时对既往抽检不合格率比较高的食品品种和检验项目,加大抽检的批次,对检出不合格的企业实施跟踪抽检。

三是把“说不准的”作为工作重点,围绕人民群众急难愁盼问题,进一步增强抽检的靶向性,提高精准发现风险的能力。开展直播带货、生鲜电商、餐饮外卖等专项抽检,对掺杂掺假、以假充真等社会高度关注的问题,加大风险监测力度。

孙会川介绍,为顺应食品安全监管新情况新问题,着力解决“检不出、检不准、检不快”的问题,市场监管总局组织开展科技项目攻关,针对公众关切食品掺杂掺假等检验技术难题,研制发布了106项食品补充检验方法,可以检测近千种物质,检测范围覆盖了面制品、肉制品、豆制品、调味品等多个重点食品品类。针对食用农产品快速筛查需求,发布食品快速检测方法67项,在农贸市场、校园食堂等重点场所发挥“快速筛查”作用,提升发现问题效率。

针对产业发展状况和监管实际需求,市场监管总局联合国家卫生健康委、农业农村部等部门累计发布国家标准1725项,持续完善“从农田到餐桌”的全链条标准体系。

孙会川表示,近年来,市场监管部门进一步加大不合格食品的核查处置力度,让食品安全抽检更有带动性。“十四五”期间,全国完成不合格食品核查处置任务107万件,罚没金额约43亿元,移送公安机关1.3万余件。“十四五”以来,多批次不合格的企业数量已呈大幅下降趋势,2024年与2020年相比下降近50%,今年前三季度同比又下降57.47%。

(新华社北京11月25日电 记者 赵文君)

因存在人工智能生成合成内容标识违法违规问题 一批移动互联网应用程序被查处

记者11月25日从国家网信办获悉,针对部分网站平台未有效落实人工智能生成合成内容标识规定要求相关问题,近期网信部门集中查处一批违法违规移动互联网应用程序,依法依规予以约谈、责令限期改正、下架下线等处置处罚。

据悉,主要违法违规情形包括:人工智能生成合成服务提供者未对生成合成的内容添加显式标识;提供生成合成内容导出功能时,未在文件中添加显式标识;在生成合成内容的文件元数据中,未添加包含属性信息、服务提供者名称或者编码、内容编号等制作要素信息的隐式标识;网络

信息内容传播服务提供者未落实隐式标识核验、在发布内容周边添加显著提示标识相关要求;未向用户提供声明生成合成内容的功能等。

国家网信办相关负责人表示,网站平台应严格落实人工智能生成合成内容标识相关规定要求,强化标识互识、内容检测能力建设,做好用户提醒提示和账号管理,严守法律底线红线,切实依法合规运营。国家网信办将深入推进依法治网治网,持续强化人工智能生成合成内容标识监督管理,推动人工智能健康有序发展。

据新华社



图片由AI生成