



过去是“逛”现在是“玩” 吃喝玩乐满足社交释放情绪

逛 商场购物中心 冰城人的“微度假”



哈尔滨的商场吸引了很多人来“微度假”。

1 过去是“逛”现在是“玩” 商场里假期“过得很快”

□本报记者
李佳琪
文/摄

在刚刚过去的“双节”，有人选择出门旅游，有人探索城市周边，也有人在各大商场、购物中心里度过了个假。

“上午玩电玩、做手作，下午滑雪，晚上看街舞比赛，就连午饭和晚饭都是在商场里解决。”“双节”期间，市民潘女士带着儿子在商场里玩了一天，感觉就像度了一天假，难得的轻松愉悦。潘女士告诉记者，孩子“双节”期间有几堂课，没有大块的时间出门旅游，就趁着没课时特意约了同班同学一起出来放松放松。“原定计划里没有看街舞比赛，滑雪后孩子们看到比赛现场就‘挪不动步’了。比赛结束快晚上9点半了，真真正正在商场玩了一天。”潘女士说，孩子们玩的时候，她喝喝咖啡、逛逛街，和其他家长聊聊家常。“以前去商场就是逛街购物，现在成了度假‘溜娃’的好去处。”

不出远门，不用长途跋涉，能满足社交需求，可以沉浸式体验……如今，商场、购物中心为各年龄段人群创造出一片“微度假”的蓝海。“睡到自然醒，约姐妹一起去商场里新开的自助餐厅吃一顿，看场电影，玩电脑游戏，买对粽子……”说起在商场里过“双节”，市民小林称，可能是因为“快乐的时间总是短暂的”，每次在商场里玩时都觉得时间过得很快。

年轻人休闲、亲子家庭“溜娃”、中老年人遛弯打卡拍照……“双节”期间，市民在商场、购物中心的“微度假”直接拉动了消费增长。哈尔滨市商务局发布相关节日消费报告显示，“双节”节日期间哈市46户重点商场累计销售额同比增长24%。



商场里的“亲子度假”。

2 满足社交、释放情绪 在“新生活空间”里放个假

“到了周五晚上，周边高校的一些大学生就开始计划周末如何度过了，很多学生选择来商场。”凯德广场·学府店市场推广部经理王璟琪告诉记者，年轻人对于休闲、社交的需求很旺，尤其是刚步入大学校园的外地学生，他们对陌生的城市有很强的“探索欲望”。作为毗邻高校的购物中心，凯德广场·学府店成为刚步入大学校园的外地学生探索城市的首选目的地。

随着工作和生活节奏的加快，对于一些人来说，单纯的“为消费而消费”的态度已然转变。如何利用平时闲暇或者周末时间短暂休闲、社交？商场、购物中心成为了人们情绪释放的“出口”。王璟琪称，商场曾对客户做过调研，了解到一些客户有释放压力的需求，更愿意为“情感买单”，于是在2019年引入了脱口秀剧场这一新业态，如今已成为“高压人群”有效排解情绪的场所。另外，商场先后打造的“马蒂斯海岸”天台空间、宠物创意街区快闪等场景，让人们在感受慢生活的同时，也激发起内心深处的情感共鸣。

“你一定是某个人翘首以盼的惊喜”“把不忙不闲的工作做得出色 把不咸不淡的生活过得精彩”……在商场的电梯间、墙壁上，随处可见一些被“治愈”的暖心标语。有别于传统商业的“目的性消费”，如今，哈市的大型商场、购物中心把消费者的感官及心理体验放在第一位，打破以购物为主的传统商业模式，渐渐成为满足消费者在物质之外的精神需求与多元化生活方式的“新生活空间”。在这里，人们可以探寻自己的“小时光”。

当下，年轻一代逐渐成为消费主力，他们对体验感、社交度、个性化、多元化、文化认同的关注，正在给市场注入新活力，也成为商场、购物中心的新风向标。“为满足顾客对于体验式购物的需求，我们去年打造了蚂蚁星球主题街区，今年对街区品牌数量及品类丰富度做了进一步提升，餐饮数量就提升了15%左右。”西城红场副总经理丁月告诉记者，很多顾客尤其是一些年轻人，进入商场后关注体验感、新鲜度，更乐于“尝鲜”，主题街区满足了顾客沉浸式体验的需求，为他们的“微度假”提供了更多选择。

3 打造文旅商业“新赛道” “微度假”背后的求新逻辑

如何吸引受众来“度假”？将传统的购物场所，打造成为以生活方式为主的“第三空间”，集“体验观光、餐饮娱乐、时尚购物、文化交流”等多元元素于一身，商场、购物中心正在以情景式、体验式、带入式嵌入消费，做出差异化、特色化。

道里区银泰城商场一楼设置免费羽毛球球以及公共篮球场，让人们不受天气限制运动娱乐；金爵万象的众创书局将书店打造成为集网红打卡、阅读图书、办公学习于一体的“慢生活目的地”；凯德广场·学府店推出“空中公园”，漫步商场仿佛置身园林；西城红场设置艺术长廊，让艺术文化与时尚购物相互碰撞，带来不同的体验……

“商场5层的空中花园，为顾客塑造了一个游离于城市之外的绿洲，让顾客有置身大自然的感觉。”王璟琪说，商场在筹备建店之初就计划打造一个公园型社交空间，为顾客营造全年无休的“城市绿洲”。

现在，哈市的商场、购物中心正在通过消费新场景的塑造、消费新供给的丰富、新消费热点的培育，拓宽顾客的年龄结构，让更多的人进入商场“微度假”。“我们通过老厂房的工业文化游、当代艺术游、蚂蚁星球游，带动更多消费群体进入商场，感受艺术文化、拉动消费增长。”丁月告诉记者，面对人们对文化艺术层面的诉求，西城红场会举办一些针对专业人士的艺术展、满足日常打卡需求的生活展，以及品牌展和文化艺术体验活动，同时每周在蚂蚁星球上演自编自导的舞台剧，为商场“微度假”增添新亮点、新内容。

如何利用“微度假”提升消费的转化率、拉长顾客在商场停留时间？哈市的商场、购物中心有着自己的思考。首店经济、国潮经济、萌宠经济、二次元文化、夜文化、主题集市、生态庄园、潮流快闪、演艺活动……商场、购物中心正在源源不断地输出“跨界产品”，新环境下的新消费模式应运而生。“在哈尔滨，甚至是在东北地区开的第一家品牌门店，会为商场引入大量客流。”王璟琪说。另外，商场、购物中心充分利用街头、户外，举办各类主题活动、赛事、集市以及音乐节，也在为人们拓展“微度假”场所的同时，提升了自身的聚客能力。

城市“新景观”
文旅“新赛道”