

# “00后”的年轻人 为啥又开始爱逛街了？

□新华社“新华视点”记者 王雨萧 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加。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火爆的火热景象：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”女生齐萌说。

“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”。

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。

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)



## 哈尔滨冰雪大世界冰建即将开工

■11月24日，在哈尔滨冰雪大世界存冰场，工作人员拆除冰垛外层遮盖物。

11月24日，第二十七届哈尔滨冰雪大世界存冰启用，园区冰建建设将于11月25日正式开工。

新华社记者 谢剑飞 摄

## 报考回归理性 发展路径多元

——专家分析2026年考研报名人数

□新华社记者

记者11月24日从教育部获悉，2026年全国硕士研究生招生考试报名人数为343万。教育部近日会同国家教育统一考试工作部际联席会议各成员单位召开会议，部署2026年全国硕士研究生招生考试安全工作。

结合近年来考研人数变化趋势，有关专家认为，这一变化并非只是简单的数量波动，也意味着研究生教育由规模增长转向结构优化、质量提升。在多重因素作用下，学生的升学选择逐渐趋于理性，各高校招生形势也出现阶段性调整。

厦门大学教育研究院副院长、教授王树涛认为，考研报名人数下降折射出本科毕业生“回归理性”的思想变化。“随着社会信息化和高等教育普及化，毕业生展现出更为清醒的自我认知和生涯规划意识，开始对考研进行更为深入的审视和更为精细的分析。”

华中师范大学测量与评价研究中心围绕考研选择情况，于今年10月底开展了一次问卷调查。结合调查情况，华中师范大学测量与评价研究中心教授胡向东介绍，学生报研究生的主要动因正由“学历提升”转向“职业发展”，实践经验与综合能力在就业竞争中的作用进一步凸显，越来越多考生开始重新审视自身升学动机与未来职业规划。

有关专家表示，考研人数的变化，也与学生多元化的成长路径密切相关。

“大学毕业生的出路更加多元，考研不再是其中的‘必选项’。”清华大学研究生教育战略研究基地副主任王传毅说，“例如，随着数字技术发展，新职业成为新的就业增长点，这就为大学毕业生提供了较大的发展潜力和空间。”

“有的毕业生投身基层岗位或生产一线，实现个人价值与社会价值的统一。有的毕业生建立新的职业认知与择业观念，积极创新创业或选择自由职业，探索多元职业路径。”王树涛说。

在专家看来，研招报考从热潮期步入理性阶段，也对高等教育提质增效提出新要求。

胡向东认为，应通过优化招生结构布局，严把培养质量，推动研究生教育与国家发展战略精准对接，进一步由“数量扩张”向“结构优化”转变。此外，也要持续强化“多样化、分类化”的人才培养政策引导，明确高职、本科、硕士、博士等不同层次、路径的功能定位与发展通道，倡导“能力为先、适才适用”的社会人才观。

此外，一些专家表示，高校要注重加强对学生的生涯规划指导，积极推动政校企联合建立“产学研一体化”平台，为本科生、硕士生等提供更多科研实践与实习岗位，提升其就业胜任力。

当前，离2026年全国硕士研究生招生考试初试还有不到一个月时间。记者了解到，教育部门和各地各招生单位将持续优化考生服务，专业细致地做好政策宣传解读、咨询答复等服务保障工作，确保研考安全各项措施落到实处。

(新华社北京11月24日电)