

## 「城市新景观 文旅新赛道」系列报道之二

冰城「微度假」  
尽享身边的「诗和远方」本报记者 李佳琪文/摄  
部分图片由被采访对象提供

既不用前期做大量谋划、准备,也无需担忧旅游过程中过于舟车劳顿,还可以“任性”地来一场“说走就走的旅行”。近年来,在多重因素推动下,城市“微度假”兴起,人们开始利用周末、短假的闲暇时光,对居住的城市进行“深度探索”,发现城市“不一样的美”。

曾经被看作是单纯的购物场所,现如今成了吃喝玩乐购“一站式”目的地,商场、购物中心正逐渐成为人们城市漫游的“微度假”胜地。近年来,商场、购物中心在经营理念与服务模式等方面不断迭代升级,“商场+”概念应运而生,为都市人打造了寻找诗和远方的又一处“新景观”,也为打造文旅商业开辟了“新赛道”。人们在这里寻找“小时光”,在这里放松解压,在这里被“治愈”。



商场里的周末“亲子度假”。

在刚刚过去的双节“超级长假”,有人选择出门旅游,有人探索城市周边,还有不少人选择在各大商场、购物中心里度过了个假。

“上午在商场里玩电玩、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的。”“双节”期间,市民潘女士带着儿子在商场里玩了一天,她感觉就像度假了一天的假,难得的轻松愉快。潘女士告诉记者,她的孩子“十一”期间有几堂课,没有大块的时间出门旅游,趁着当天没课特意约了同班同学一起来玩,放松心情。“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,看得挺起劲。比赛结束都快晚上9点半了,真真正正在商场玩了一天。”潘女士称,孩子们在玩的过程中,她也得到了放松,能喝咖啡、逛逛街,和孩子同学家长聊聊天家常。她觉得,以前去商场就是逛街购物,现在商场成了她节假日“溜娃”的好去处。

不出远门,不用长途跋涉,满足社交需求,可以沉浸式体验……如今,商场、购物中心满足了人们在双休、短假期间的近距离、短时间、高频次的出行需求,为各年龄层人群缔造出一片“微度假”的蓝海。“睡到自然醒,约姐妹一起去商场新开的自助吃了一顿,又看了场电影,玩了电脑游戏,买了对饺子……”说起在商场里过“十一”,市民小林说,可能是因为“快乐的时间总是短暂的”,每次在商场里玩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”假期,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,“中秋”“国庆”期间,哈尔滨市46家重点商场累计销售额同比增长24%。



周末和小姐妹在商场里来场电子竞技。



哈尔滨的商场吸引了很多人来“微度假”。

满足社交 + 释放情绪  
年轻人在“新生活空间”过周末

“微度假”拉动商场、购物中心消费增长。

“到了周五晚上,商场周边学校的学生就开始计划周末节目,很多学生选择来商场‘度假’。”凯德广场·学府店市场推广部王璟琪经理介绍,年轻人对于休闲、社交的需求很大,尤其是刚步入大学校园的外地学生,他们对于一个城市有很强的“探索欲望”。作为毗邻高校的购物中心,凯德广场·学府店成为刚来哈市就读的外地学生探索城市的首选目的地。

随着工作、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,利用平时闲暇或者周末时间短暂休闲社交,商场、购物中心成为人们情绪释放的“出口”。王璟琪经理表示,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,凯德广场·学府店在2019年就引入了脱口秀剧场这一新业态,如今



商场举办的主题活动吸引了很多孩子参加。



商场中的健身“微度假”。



在商场里观赏亚马逊风情景观。



商场中的“暖心标语”。

差异化塑造 + 沉浸式带逛  
商场“微度假”亮点成引流新利器

如何吸引受众来“度假”?把传统的购物场所,打造成以生活方式为主的“第三空间”,集“体验观光、餐饮娱乐、时尚购物、文化交流”等多元元素于一身的商场、购物中心,正在以情景式、体验式、带逛式嵌入消费,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场地以及公共篮球场,让人们不受天气限制在商场中运动娱乐;金爵万象的众创书店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“度假”体验……“我们在商场5层的空中花园,为顾客塑造了一个游离于城市之外的自然绿洲,成为都市人近在咫尺的世外桃源。”凯德广场·学府店王经理介绍,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。空中花园占地千余平方米,相当于10个商户的租赁面积,并打造了亚马逊风情水陆两栖景观橱窗。商场还引入了科尔鸭、芦丁鸡、黑鳍鲨、鳕鱼等鸟类及鱼类动物,吸引了大量亲子家庭及喜欢动物的顾客前来互动。

眼下,哈尔滨的商场、购物中心正在通过消费新场景的塑造、消费新供给的丰富、消费新热点的培育,充分利用自身优势拓宽顾客的年龄结构,让更多的人进入商场“微度假”。“我们通过老厂房工业文化游、当代艺术游、蚂蚁星球游来带动更多消费群体进入商场感受艺术文化、拉动消费增长。”西城红场丁月经理表示,如今人们对满足文化艺术层面诉求意愿逐步提升,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,每周在蚂蚁剧场上演自编自导的舞台剧等,都为商场

“微度假”增添了新亮点、新内容。

如何利用商场“微度假”来提升消费的转化率、拉长顾客在商场的停留时间?哈尔滨的商场、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”,新环境下新消费模式应运而生。“在哈尔滨,甚至是在东北开的第一家品牌门店,会为商场引入大量客流。”目前,凯德广场·学府店共引进55家品牌首店,仅2023年就有21家首店进入商场,成为人们进入商场“微度假”的新探索地。另一方面,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,在为人们拓展“微度假”场所的同时,提升了自身的聚客能力。

《“十四五”文化产业发展规划》中指出,鼓励建设汇集文创商店、特色书店、剧场等文化和旅游消费集聚区,推动传统商业综合体向文体商旅综合体转型。吃喝玩乐购,看展、看剧、看文化,听歌、打卡、享生活。时下,哈尔滨的商场、购物中心吸引的不仅仅是本地市民来“微度假”,更有外地游客“微度假”时对哈尔滨进行的“城市探索”,商场“微度假”为文旅商业开辟出“新赛道”。