聚焦消费新趋势 打造现代消费新场景

致公党房山区总支主委、首创钜大常务副总裁、
北京首创奥莱总经理
袁泽路

尊敬的各位领导，各位委员：

作为北京重点商圈的后起之秀，房山长阳板块已经成为京城消费区一股不可忽视的力量。2021 年,《北京市商圈活力研究报告》显示，以首创奥莱为核心的长阳商圈排名全市第四，随着越来越多的商业综合体汇集，长阳区域商业氛围越发浓厚，市民消费购物更方便，互动体验需求更强。

在北京首创奥莱的引领下，长阳商圈也在不断进化，商业氛围不断升级。在商业消费场景创新层面，龙湖熙悦天街按照“创新连接空间场景，以智慧探索未来商业”的发展思路，通过“IP+商业”以及“乐园经济”等形式，将情怀经济、粉丝经济、圈层经济、乐园经济与“珑珠生态”相结合，持续促进商业项目自我迭代和持续赋能商业，实现客流、销售、会员的多重突破。作为集购物、休闲、娱乐、餐饮为一体的大型商业综合体，也为长阳商圈注入了新活力。

长阳音乐主题公园则建设了“一走到底、一骑尽兴、接驳顺畅、快慢自如”的绿色精品慢行系统，优

化了半岛广场周边区域道路交通，将商业区、生活区、公园广场串联起来，丰富了本地居民的休闲选择。

去年，乐高乐园落地长阳，建设包括乐高乐园、主题酒店、商业街等众多商业设施，随着周边配套设施日趋完善，将为本区域的文化旅游产业注入活力，为商旅文产业结合，营造消费新场景添上浓墨重彩的一笔。

对打造长阳商圈现代消费新场景我有以下建议。

一是以北京首创奥莱为引领，不断强化体验经济氛围。根据《北京市商业服务业设施空间设施布局规划》，北京要建设多个城市消费中心，主要服务国内外及本市消费者，聚焦特色化、影响力、辐射力。

作为中国规模最大的奥特莱斯品牌，首创奥莱一直以标签化、体验化、家庭化、数字化的 LEAD 奥莱模式，作为核心发展战略，北京首创奥莱则是全公司创新运营的先锋和试点。同时，北京首创奥莱的这一发展战略也与长阳商圈打造消费新场景的规划高度吻合。我认为，长阳商圈打造消费新场景，应该在北京首创奥莱现有成功经验的基础上持续赋能，包括加快建设摩天轮等特色设施，扩大项目夜经济、不打烊的覆盖面和辐射面，积极引进知名的文化 IP 主题，持续深化项目 3A 景区特色。

在这一基础上通过以点带面，将龙湖熙悦天街、

长阳音乐公园、乐高主题公园的资源进行整合，相互引流、借力和赋能，形成长阳消费新场景生态圈，实现商圈不断扩容和升级。

二是商旅文有机结合，打造“两河”水岸休闲观光带。文化是城市的灵魂，文化、旅游、商业三者有机结合，也是全球大城市营造场景体验、增加知名度和美誉度的重要方式，同时这也契合长阳当地特色。因此，我建议，在长阳商圈以北京首创奥莱为试点，引入健康休闲消费、餐饮文化消费理念，借鉴亮马河经验，全面规划建设小清河、哑巴河水岸休闲消费走廊。围绕规划建设游船观光旅游、餐饮文化廊道，融入夜经济元素，打造全北京独一无二的水岸特色休闲消费街。

三是扩大“不打烊”知名度，打造夜间消费新地标。从巴黎到上海再到成都，每个消费城市都将夜经济作为重要的场景氛围营造点。当下，夜经济已经成为中产阶级、Z 世代群体的消费热点，也成为城市经济发展的新动力。我建议，政府牵头与周边商业网点和城市设施相配合，统筹规划、合理布局，结合周边灯光夜景照明、立体交通延时规划、导视标识指引到位，利用高科技声光电效果，打造地标式景观，如澳门式喷泉、摩天轮，锁定更多层次客群，增加互动体验，创造京西南夜间消费新亮点，塑造长阳商圈新名

片。

事实上，能够实现更大的辐射力和吸引力，需要强大的 IP、品牌和业态作为支持。但无论是从北京首创奥莱自身，还是从长阳商圈整体来看，我们和北京现有核心商圈存在一定差距。特别是在引进国际名品、一线品牌、知名品牌的过程中存在一定困难。同时，年轻人热衷的米其林、黑珍珠餐厅，也很难落户项目中，造成长阳商圈持续吸引客流能力的缺失。亟待借助政府的力量，以折子工程态度，加大对全国、全北京首店的引进力度，提升房山地区的品牌量级。

当下，打造鲜明的主题场景、营造场景，促进体验消费，已经成为新的消费风潮。从长阳商圈的实际情况看，我们对新场景的创新和试验力度有待提升，仍有很大的突破空间。

希望以上建议对“长阳商圈”和房山区推进落实北京国际消费中心城市建设有所帮助。

谢谢大家！