

来源：中国经济网

中国经济网北京1月4日讯（记者 李方）“人间烟火气，最抚凡人心”。近期，在疫情防控措施优化的背景下，市民走出家门，感受节日美好。这个元旦假期，全国多座城市“烟火气”回归，餐饮、影院、购物等消费持续升温，各大商圈也铆足干劲，以丰富的迎新年活动回馈消费者。

根据中国经济网记者从各大商业中心获取的数据显示，在近两周节日欢乐气氛的带动下，大悦城、凯德、银泰百货、龙湖天街等商场客流量、销售显著回升，大悦城京津商业七店元旦迎来83.6万人次客流，龙湖重庆新开业的高新天街元旦客流超50万，杭州银泰百货部分餐饮店甚至营业到晚上11点。节日期间，元旦档总票房突破5.5亿元，电影市场迎来观影小高潮。

多地商圈客流量明显回升

据百度疫情指数显示，2022年12月30日，全国疫情搜索指数较前日下降16.89%。复苏成为主旋律，在消费指数中，北京消费指数较上周同期上涨41.74%，排名全国第一。比较元旦周和圣诞周两周的消费指数，乐山、深圳、佛山、南京、珠海、西安、广州、苏州等城市实现显著增长，其中乐山、深圳消费指数实现翻倍。

2022年12月31日下午，记者在北京五棵松华熙Live看到，相比上一周圣诞节周末期间，客流量又有了明显提升，车库入口排起长队，略显拥堵。从下午到晚上，滑冰场客流源源不断。在华熙几处滑梯附近，等待玩的大人小孩排起了长长的队伍。“有一段时间没出门了，华熙户外活动场地多，今天跨年夜，带孩子来玩滑滑梯，顺便逛逛街。”一位宝妈说。



2022年12月31日晚间，北京五棵松华熙Live户外歌手直播，市民驻足聆听。（中国经济网记者 李方/摄）

来自大悦城的数据更为可观。大悦城相关负责人告诉记者，2022年12月31日至2023年1月2日，大悦城控股北京大区将十五周年庆与双旦档期相结合，京津商业七店同庆，共迎来83.6万人次客流，销售额1.69亿元。

记者从凯德获悉，恰逢近两周的圣诞周、元旦周，凯德北京客流和销售不断复苏。2022年12月24日至25日圣诞周末期间，凯德在北京的7家购物中心已有约95%的租户恢复营业，相比前一个周末客流提升93%，销售提升116%。元旦期间，凯德在北京的7个购物中心客流环比圣诞节再次提升30%，销售环比圣诞节提升64%。

银泰百货相关负责人告诉记者，“叠加新年利好，与上周末相比，全国银泰百货在元旦节周末整体客流多了一倍多。”

在杭州银泰百货滨江店，跨年夜当天，牛寿喜烧、新发现、卿庭、加餐、王妃家烤肉等多家餐饮门店大排长队，部分餐厅一直营业到晚上11点，最后一波顾客吃完才打烊。“客流恢复的还行，恢复到往日的90%左右了。”银泰百货滨江店的工作人员说。

来自龙湖的数据显示，2022年12月30日，龙湖重庆高新天街开业，12月30日-1月1日期间，招商率达99%，开业率超97%，元旦三日客流超50万，销售超3000万，30家品牌创全国、西南、重庆销售第一。此前一周，12月24日-25日，龙湖商业在成都新开业的蜀新天街人气爆棚，总客流超26万，两日总销售超2300万，20家品牌斩获全国业绩第一，为冬日消费经济增添了一抹亮色。

主题活动吸引市民游客“打卡”

随着疫情防控政策的优化调整，这个元旦，一波又一波的“阳康”们重回正常生活状态，睽违已久的实体商业中心也用丰富多彩的主题活动，打造新年节日氛围，努力回馈所有消费者。

记者了解到，2022年12月30日，北京消费季跨年重点活动“2023北京年货节”在凯德MALL·太阳宫拉开帷幕，会在多个商圈举办年味儿十足的展览与促销，并一直持续到2月5日。

此外，凯德旗下上海、北京、广州、成都、武汉等地的购物中心，纷纷推出兔年美陈互动装置，还将举办新春市集、民俗体验、艺术展、新年照相馆以及线上直播、团券等活动，喜迎新年。

今年是大悦城品牌十五周年之际，大悦城控股北京大区京津商业通过“头号玩咖”北京大区十五周年特别行动、圣诞IP联展、冰雪乐园、春风灯会等形式，线上线下多维联动，为双城青年打造了一场盛大的庆生派对。

据悉，西单大悦城与天津大悦城双城联动，携手bilibiliGoods顶流潮玩IP小骑士Vioola启幕主题展览和快闪店。大悦城里抢眼的艺术装置，先锋的艺术形态，有趣新颖的互动形式，成为年末“潮咖”必逛的打卡地。

值得一提的是，大悦城控股北京大区通过团购代金券、消费满返等方式释放百万消费补贴，并联动美团、银行等优质异业资源，对餐饮、零售等业态进行定向补贴。

在龙湖天街，传统原创IP活动“天街庙会”再次“满血”归来，将持续至2月5日。今年天街庙会以“妙会新世代”为主题，原汁原味地复刻儿时记忆中年味充裕的庙会场景，全国各地天街在线下空间玩转多组关键词：“农历新年vs新历新年”、“东方美学vs新鲜展现”、“传统元素vs时尚演绎”、“全国联动vs城市特色”，为城市春节档消费增添新活力。

线下线上齐欢聚

除了餐饮和购物，电影市场久违的复苏更加振奋人心。根据1月3日灯塔专业版数据，2023年元旦档总票房达到5.5亿元，《阿凡达：水之道》《想见你》《绝望主夫》分列档期票房前三名，合计贡献了95%的票房。

据灯塔专业版数据，元旦假期三天全国影业影院营业总数都达到10600家以上，且每天的数量都在增多。1月1日全国营业影院10671家，是去年2月27日以来近10个月的新高，营业率高达85%。

万达影城相关负责人告诉记者，元旦期间，全国万达影城举办“与电影一起跨年”主题活动，影城向影迷赠送独家艺术海报，并录制映后互动跨年彩蛋。“万达电影今年元旦档市场份额突破19%，较2022年同比提升24.7%。”

在新年氛围的加持下，多地实体商业“烟火气”回归，而线上也是热闹非凡。

若问2023年第一天淘宝上卖得最火的东西是什么？答案是：兔头。兔年吃兔头，讨个好彩头。淘宝方面表示，新年首日淘宝上兔头销量同比暴涨160%，其中麻辣口味最受欢迎。

不少淘宝主播在直播间里现场开吃，带货兔头，川渝地区多个品牌淘宝直播间卖断货。网友们一边下单一边在直播间里留言，“兔兔这么可爱，怎么可以吃兔兔！”“跨个年回来，最终还是兔兔承担了所有。”

除了兔头之外，淘宝上的兔子毛衣、兔子玩偶等跟兔子相关的商品也在热销，“兔墩墩”更是再现“一墩难求”的场景。毫无疑问，可爱的小兔子必将成为今年的“顶流”。

告别2022年，迎来全新的2023年，跨年钟声、欢歌笑语，那个流动的中国，即将归来。