

商业外摆：“摆”出烟火气 激发消费力

多地明确将有序放开设摊、允许外摆

/ 评论 /
商业外摆，
“怎么摆”很重要

人间烟火气，最抚凡人心。提起商业外摆，大家都不陌生。临街而坐、晒晒暖阳，是许多消费者中意的春日休闲选择。多地放开商业外摆、允许有序设摊，本质上是丰富商业供给、满足消费者多样化需求的一种方式。在提振消费的大背景下，这无疑可以有效增添城市的烟火气，更大程度激发消费潜力，提升商业活跃度和繁荣度。

“外摆”不等于传统的“摆地摊”，更不是把室内经营内容直接“摆”到室外那么简单。商业外摆延伸着商户的服务半径，既可以有效展示实物商品、服务商品、体验商品，为消费者带来更触手可及、多样化的消费体验，也可以创新各种场景，提供更多销售可能性。可别小瞧了外摆的这几张桌椅，它是城市鲜活的印记，也是商家灵动的招牌。可以说，它是顺应新消费需求而产生的新消费场景，更具魅力与活力，在方便消费和刺激消费上能发挥更强的作用，代表着城市商圈热气腾腾的生活气息和商业活力。

“外摆”不等于“乱摆”。新型业态、特色经营、高品质，是这一轮多地放开商业外摆的鼓励方向。有人说，商业外摆就像“街头小品”，是城市功能的延伸。的确，许多国际消费大都市设有著名的商业外摆区，比如纽约著名的街头餐车、伦敦购物中心的屋顶天台、巴黎街头各类咖啡馆的露天座位等等，不仅是当地的消费场所，也成为城市气质的一部分，是一座城市独有的文化名片。因此，商业外摆要考虑城市美学，结合建筑风貌、人文内涵和业态特征，摆出“高颜值”和“高品质”，摆出“文明风”和“文化范”，反映城市的文化活力。

“放开”不等于“放任”。商业外摆要想走得更远，肯定不能任意为之，应遵从城市管理的系列规范，与城市的整体布局、规划相协调。一方面，生意从“门内”延伸到“门外”，意味着更多责任的划分，需要建立机制来协调各方积极性；另一方面，外摆可能会带来卫生、噪声、油烟、阻碍交通等问题，需要付诸精细化的末端治理。只有找到商业外摆与城市管理的平衡点，因地制宜地包容、规范，有序“放”、科学“管”、精准“服”，才能让城市更有温度，让经济更具热度。

商业外摆，“怎么摆”很重要。商业外摆不能停留于规范有序放开的层次，怎么摆出风景、摆出特色、带旺人气、带热经济，各地还需结合实际持续探索。有科学规划和前瞻思维的外摆经济，才能摆出城市的繁荣百态，摆出独特文化气质。

(综合人民日报、深圳特区报)

满足休闲消费、品质消费的需要

许多国际消费大都市设有著名的商业外摆区。比如，巴黎街头大小咖啡馆的露天座位、洛杉矶购物街区的临街餐厅外摆、纽约著名的街头餐车、伦敦购物中心的屋顶天台……这些外摆，不仅是消费场所，也成为城市气质的一部分。

究竟什么样的商业外摆能聚集人气、拉动消费？消费者青睐啥？

“要有特色，有亮点，值得一去”
“要好吃好

逛好玩儿，最好还能拍照打卡，增强社交属性”“安排在城市沿河景观带、潮流街区也可以，相当于多了一条到访理由……”采访中，许多消费者谈到不同观点，但总而言之，有特色很重要。

实际上，一些城市在设定商业外摆和新型设摊要求时，也明确了鼓励的方向。比如，上海提出划定设摊开放区时，设置特色点、疏导点、管控点。其中，特色点是以新型业态为主，符合城市高品质要求，品牌化、主题化、特色化的集市、夜市、外摆位、限时步行街等点位。北京市则要求特色经营活动要符合首都城市功能定位、经济发展与文化特色。

北京市相关部门负责人专门谈到，推进“外摆”试点主要是满足群众休闲消费、品质消费的需要，不是“地摊儿”。可以看出，新型业态、特色经营、高品质，是这一轮多地放开商业外摆的鼓励方向。

商业外摆如何摆出品

质？
“内容与形式并重。”依绍华认为，首先，外摆的商品和服务，要精心挑选、注重品质；其次，外摆远不是“支个摊儿”这么简单，要在外观上精心设计，与街区的环境风格一致，注意营造氛围和格调，提升美观度。此外，充分利用数字经济、智慧零售等创新形式，提升商业外摆的吸引力，打造消费流量的入口。

与城市规划相协调，跟消费者拉近距离

一些地方探索放开商业外摆后，也有市民担心：会不会影响市容市貌、周边群众生活会不会受到影响？换言之，商业外摆和城市治理之间的关系如何平衡？

“商业外摆肯定不能任意为之，而应该遵从城市管理的系列规范，与城市的整体布局、规划相协调。各城市管理方也要与商户做好充分的沟通和协商，共同打造‘叫好又叫座’的‘摊位经济’。”依绍华说。

近期多地出台商业外摆相关政策，同时也明确了“红线”和实施原则。比如，上海市要求综合考虑市民需求、市容环境卫生、交通安全、公共安全、食品安全、“菜篮子”供应保障等因素，方可划定设摊开放区。北京市要求，在重点商圈开展特色经营活动，应按照规定时间、规定区域、限定品类”的原则，不破坏市容环境卫生，不露天烧烤，不侵占绿地，不占压盲道，不占用道路停车位，不影响

居民生活和安全出行。厦门发文，对处在背街小巷、次干道和交通流量适宜地区的餐饮、服装、鲜花水果、生鲜食品等店面开放“适当跨店经营”申请，并由属地职能部门上门划定“经营外摆”的时间和区域范围。

有条件地放开，对此，商

户怎么看？
“可以增加经营空间，又可以招揽生意，何乐不为？”北京市朝阳区一家烧烤店老板说，“做餐饮，外摆肯定是能拉流量，政策有了明确规定，让大家都有据可依。”还有的餐厅老板算了算账，按外摆4张桌子算，一个晚上，每张桌子翻台6到8次，可以多接待二三十桌客人，几个员工的成本就挣出来了。

业内人士分析，商业外摆延伸着商户的服务半径，有效展示实物商品、服务商品、体验商品，同时也可以创新各种场景，既能引流，也可以起到促进销售的重要作用。

“商业外摆就像‘街头小品’，是城市功能的延伸。在不同的地方，你能看到不同的商业气质，外摆会拉近城市与消费者的距离，带给大家亲切感。目前，国民经济恢复向好，希望商业外摆能摆出更多烟火气，带回熙熙攘攘的人流。”依绍华说。

◀南海多个商圈夜经济繁荣。



北京

在重点商圈进行外摆试点。具体外摆区域由各级政府组织划定，制定外摆时间、经营品类后，再由商户向街道进行报备。



上海

提出了“新型设摊”的概念，可以划定一定的公共区域用于经营活动，有序放开设摊。



昆明

主要针对的是主城区“相对禁止区”和“引导区域”内的个体工商户、连锁企业。这些商户企业，经申请同意后，可利用自营门面、商铺门前区域，开展店内商品临时外摆销售。

正值大地回温，春暖花开。遇上好天气时，摆在室外的桌椅总是格外抢手。临街而坐、晒晒暖阳、打量街区城市是许多消费者中意的春日休闲选择。

近期，北京、上海、昆明等地明确将有序放开设摊、允许商业外摆。这将给城市消费带来哪些改变？

丰富商业供给，提升城市繁荣度

3月12日，北京三里屯太古里，路侧空间较为宽敞的树荫下，咖啡桌整齐排列，消费者三三两两聊天、会友、阅读、品尝糕点。“天气暖和了，在户外坐坐，多舒适啊！”“好友约会，来杯户外咖啡，聊天逛街两不误。”一些顾客说。

对消费者来说，类似的商业外摆是别具魅力的消费形式。而对更多来来往往的行人来说，这是城市商圈热气腾腾的生活气息和商业活力。从特色早市、夜市、后备箱集市到特色风情街区、城市沿河景观带等，一些外摆点甚至成为网红时尚打卡地，不断吸引眼球、聚集人气。

不少城市瞄准了其中的机会。今年以来，北京市印发《清理隐性壁垒优化消费营商环境实施方案》，提出制定实施商圈外摆经营管理规则，在重点商圈组织开展外摆试点。上海市公布《关于进一步规范新时期设摊经营活动的指导意见》（征求意见稿），允许设摊开放区有序设摊。此外，杭州、昆明、厦门、成都等地近年也纷纷探索商业外摆模式，增强市场活力。

设摊管理一直是城市管理难题之一。这些城市为何纷纷主动“放开”？上海市在《关于进一步规范新时期设摊经营活动的指导意见》（征求意见稿）的起草说明中介绍，自20世纪70年代至今，上海设摊管理经历了“还路于民”“分类管理”“源头治理”“精准治理”四个阶段，无序设摊已处于可控状态。近年来，人民群众对“烟火味”的需求颇有期待，出现了外滩枫径、安义夜巷、凯田路夜市以及商业体沿街外摆位等具有特色的商业形式，新型设摊兴起的同时，需要建立新的管理规范。

“多地放开商业外摆、允许有序设摊，本质上是丰富商业供给、满足消费者多样化需求的一种方式。”中国社科院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任依绍华说，这一方面提升了消费便利度和满意度，方便商家快速响应消费需求，另一方面可以有效增添城市的烟火气，提升商业活跃度和繁荣度，更大程度激发消费潜力。

