

多项目密集入市 北京商业卡位“双节”窗口

中秋、国庆“双节”将至,北京消费市场迎来新一轮商业供给集中释放。9月25日—28日,首开宋庄LONG街、北京保利时光里、5°LAB中心场三个商业项目接连开业,前门西兴隆街也将于9月底正式启幕。四个项目分别落子城市副中心、北部科技新区、中关村核心商圈与老城核心区,均引入多家首店及区域首发品牌,形成“集中入市”的小高峰,为接续到来的“双节”消费窗口提前蓄力。

北京四个新开业商业项目核心信息一览

项目名称	所在区域	商业体量	开业时间	核心定位
前门西兴隆街	东城·老城核心区	街区长740米	9月底	街区更新、慢生活
宋庄首开LONG街	通州·宋庄小堡艺术区	总建筑面积约10.34万平方米	9月25日	开放式艺术商业综合体
北京保利时光里	昌平·未来科学城	商业建筑面积约12万平方米	9月26日	TOD公园式商业综合体
5°LAB中心场	海淀·中关村商圈	约3.6万平方米	9月28日	泛二次元青年兴趣场

四个项目落子四类片区 差异化补位区域商业

前门西兴隆街位于老城核心区,是本轮开街项目中唯一的街区更新项目。这条740米长的老街已完成恢复性修建及市政环境整治提升,将于9月底正式启幕。修缮过程中,项目按照“应保尽保、修旧如旧”原则,保留了南城特有的座山影壁墙、老台基、老门窗以及“核桃砖”墙等老城记忆符号。业态方面,此前前门会客厅已率先亮相,这家生活方式集合快闪店为老街注入了新的慢生活气息。北京商报记者走访看到,目前,同作为华北首店的馥郁满铺和浴见均已开业,之禾、白敬亭个人品牌GOODBAI等部分品牌仍在围挡中,但也已成为年轻人拍照打卡的热门点位。福参咖啡、为水咖啡以及今年5月开业的隅田川咖啡北京首店等西兴隆街原有品牌,共同为老街增添了日常烟火气。

位于通州宋庄小堡艺术区的宋庄首开LONG街,将于9月25日正式开街。这条总建筑面积约10.34万平方米的开放式街区,是北京城市副中心重点城市更新项目,也是宋庄

首个融合艺术、商业、产业、度假功能的沉浸式美学商业综合体。项目采用无围墙开放式设计,450米活力主轴串联起北段运动休闲、中段咖啡社交、南段夜生活等多元场景。

北京保利时光里是京北首座TOD公园式商业综合体,也是保利“时光里”产品线首次进入北京的标杆项目。商业建筑面积约12万平方米,将于9月26日正式开业。目前,项目已引入盒马鲜生、中影南方国际影城等近百个品牌,围绕AI智慧商业、新零售生活、多元运动主场三大核心定位,构建“运动—社交—休闲—健康”消费闭环,覆盖主题零售、特色餐饮、美学空间、亲子体验、潮流休闲等多元消费场景。

由原中关村5号购物广场焕新升级而来的5°LAB中心场位于中关村商圈,以3.6万平方米的体量切入泛二次元赛道,将于9月28日正式营业。项目依托中关村商圈地下“黄金连廊”贯通契机,无缝衔接鼎好DH3、中关村大融城、中关村领展广场、新中关村购物中心四大商业体,以及地铁中关村站、海淀黄庄站,覆盖偶像文化、模型收藏、二次元周边和卡牌竞技等兴趣内容。

中国商业联合会专家委员会专家,北京商业经济学会常务副会长、研究员赖阳认为,

这批项目的体量、区位、客群和商业功能明显分化,反映出北京实体商业正从标准化购物中心扩张,转向消费需求细分推动的差异化创新。首开宋庄LONG街依托宋庄艺术文化资源,北京保利时光里服务北部科技新区的产业和居住人群,5°LAB中心场面向中关村年轻消费和兴趣人群,前门西兴隆街依托历史文化资源和文旅客流,四个项目对应的是四种不同的消费需求和生活方式。云消费打破时空与渠道限制,消费升级推动需求走向个性化、体验化、情感化,商业布局也从按商圈等级和传统业态配置供给,转向根据区域资源、产业结构和目标人群重新组织功能,零售、餐饮、文化、娱乐、旅游的传统边界进一步被打破,更多难以用传统业态定义的新商业将不断出现。

首店叠加场景 抢抓“双节”消费窗口

四个项目的集中入市,恰好卡位中秋与国庆之间的消费窗口,有望将中秋的启动热度自然延续至国庆的消费放量。首店经济仍是此轮入市的核心抓手。据

悉,首开宋庄LONG街已引入近百家品牌,其中45家首店,包括28家北京首店、17家通州首店;“主理人山谷”板块集中落位26家主理人品牌,涵盖精灵艺术、银罐艺术、司炉、東市·集等。北京保利时光里则引入超超健康生活方式AI体验馆、米其林推荐莲香居等3家北京首店,以及肆月河豚、陶朱新造局等31家昌平首店。5°LAB中心场引入一直娱POP研究所北京旗舰店、JOYTOY海淀首店、可卡收藏海淀首店等泛二次元品牌。前门西兴隆街则有CHANGPHEL山赴北京前门旗舰店、馥郁满铺华北首店、浴见华北首店等品牌入驻。

除了首店吸引客流,这些商业项目还通过场景营造和文商旅联动进一步带动人气。首开宋庄LONG街的开业活动从9月25日持续至10月7日,13天内安排了近200场演出和互动体验,涵盖千灯许愿会、亚洲干杯日微醺市集、国风巡游等。艺术家鱼山饭宽美陈北京首发亮相,5幅限定画作实景化落地街区。与此同时,通州区已将首开LONG街开业纳入“双节”“票根优惠”联动体系。北京保利时光里则搭配专属IP“CP panda”与七大时光主题活动。前门西兴隆街的“围挡打卡”现象也表明,老街更新本身就已具备内容吸引力。

节日流量之后 商业项目靠什么留住客流

四个项目赶在“双节”期间开业,借节日流量完成首轮亮相。

赖阳指出,节日能够形成销售和客流高峰,不能自动形成持续消费,首店、首展和活动创造的是目的性客流,项目长期竞争力取决于能否形成消费者持续选择的理由。

北京保利时光里的客流基础,来自产业人群的日常需求。项目覆盖多所高校,地铁17号线约15分钟直达望京,写字楼人群出站即达商业空间,午休简餐、下班运动聚餐本就是高频场景,日常客流基础相对扎实。

5°LAB中心场把年轻圈层的社群黏性作为长期经营的支点。项目依托地下“黄金连廊”,与周边四大商业体及两座地铁站形成联动;一直娱、JOYTOY、猎人桌游等品牌的会员体系和赛事活动,能否让开业期间的一次性打卡延续为高频到访,仍有待观察。

宋庄LONG街更依赖艺术内容的持续运营。其26家主理人品牌组成的“主理人山谷”,本身就靠社群黏性和内容更新维系,开业期间的艺术活动能否沉淀为日常消费场景,决定着节日流量能否留得下来。

前门西兴隆街更新后,香氛、家居、精品咖啡、创意餐饮等“慢生活”业态,不只是文旅客流的打卡点,也有望成为周边居民和回头客的日常去处,把一次性打卡沉淀为反复到访。

赖阳建议,首开宋庄LONG街要把艺术文化资源转化为可持续的消费内容,北京保利时光里要围绕产业和居住人群形成稳定的生活消费,5°LAB中心场要把年轻消费和兴趣消费转化为高频到访,前门西兴隆街要把文旅客流转化为餐饮、文化、体验等关联消费。特色内容扩大消费半径,高频业态提高到访频次,商品和体验持续更新形成复购,不同消费内容相互带动延长停留时间,稳定客流和销售再支撑商户持续经营,节日期间形成的流量才能真正转化为项目长期的商业吸引力。

北京商报记者 孔瑶瑶
图片来源:视觉中国

打工人陪练机器人



从实验室到工作间

过去三年,具身智能行业从开发态逐步迈入部署态,机器人开始从实验室走向真实场景,但行业始终绕不开数据瓶颈。

行业此前通行的做法是真机遥操——人通过手柄或VR(虚拟现实)设备操纵机器人,把任务“示范”给模型。这类数据与机器人本体对齐度高,但采集速度受限于机器人数量、操作人员 and 场地,硬件、人力与运营成本也随规模同步增长。

近段时间,一种分工模式被各具身智能本体及模型厂商频繁提及:无本体采集拓展规模与场景,真机遥操提供贴近本体的数据,真实部署辅助模型持续修正。

所谓“无本体”,即采集不依赖特定机器人,而是先记录人的真实操作,再经过轨迹重建和动作转换,适配不同模型和机器人。觅蜂派正是为满足这类需求而生。

平台由自研MEgo数采设备、觅蜂派

App和数据治理引擎MEgo Engine三部分组成。用户通过App领取采集任务,佩戴数采设备在零售、仓储、制造、家庭等场景中完成指定操作,按审核后的有效时长获得报酬。

采集完成后,MEgo Engine负责数据处理、标注、质量评估和交付,把真实操作拆解为抓、拿、放、拧、按等120多种标准原子动作,再经过位姿重建与动作映射,转化为模型可训练的数据。

据觅蜂科技披露,觅蜂派目前已经覆盖22大类场景、5000多个任务和5万多个真实环境,涵盖物流、仓储、住宿、餐饮、零售、养老、医疗、农业、非遗等方向。8月31日,第2万套MEgo采集设备下线;公司累计生产超过100万小时真实世界无本体数据。

为何需要众包“机器人训练师”

在正式发布前,觅蜂派经历了为期一个月的内测。据披露,内测期间注册用户达2万人,累计收到1.3万份采集任务提交。

具身智能产业数据供给紧缺,数据商的“触手”开始伸向千行百业,伸向每一位普通打工人。

继海外Figure公司8月发布Index平台、通过向全球用户采集真实任务视频以构建训练数据集之后,9月23日下午,觅蜂科技“觅蜂派”具身数据众包采集平台在上海正式对外发布。觅蜂科技团队告诉北京商报记者,Index主要服务Figure自身的模型训练,觅蜂派则面向不同模型厂商和机器人企业,根据客户需求组织数据生产,覆盖更广的行业场景。

公司董事长兼CEO姚卯青的另一个身份,是智元机器人的联合创始人。从具身智能头部公司跨界,创办为具身智能等产业提供“原料”的物理AI数据服务平台,姚卯青告诉北京商报记者,团队希望把普通人日常工作中的操作动作采集下来,转化成机器人训练所需的数据,也就是机器人的“教材”。

随平台发布,“机器人训练师”这一职业概念同步推出。对参与者而言,这是本职工作之外的一份额外收入;对机器人产业而言,则是规模化填补数据缺口的一个解法。

经北京商报记者现场实测,觅蜂派App上的设备租金定价为39元/天,发布会推广期内折扣价为19元/天。觅蜂派业务副总裁张智富向记者表示,收取设备使用费并非为了盈利,而是设置一道门槛——如果设备免费发放,用户可能不会认真使用。后续平台或将根据采集者的有效时长和数据质量给予动态补贴,逐步降低活跃采集者的设备成本。

相比于业务推广环节的变量,团队更为看重众包平台在数据量层面带来的增量。

姚卯青向北京商报记者表示,百万小时级的数据存量对当下的市场需求已经不够用,不少模型公司的数据需求量已达数百万小时量级。当前阶段的瓶颈不只是数量,还包括场景丰富度——家庭场景中叠衣服这类数据已经趋于饱和,而修水管、修车、理发、美甲等专业技能场景,靠集中式团队去拓展效率偏低,众包模式则更为灵活。他同时表示,目前整套采集硬件和数据处理流程已实现标准化,基础质量有保障,众包主要解决的是“场景进得去”的问题。

此外,众包模式带来的商业化闭环也较为快速。姚卯青称,众包模式本身降低了采集端的人力成本——采集者是在日常工作中顺便完成数据记录,而非专职雇佣;后处理环节通过自研模型和自建数据中心持续优化,数据量越大,自动化程度越高,人工标注占比越低。他表示,目前数据产品对外销售已有不错的毛利率。

不过,众包模式下如何管理大量分散的C端采集者,仍是一个开放问题。张智富坦言,众包C端用户的管理本身难度很大;相比之下,外卖行业经过近十年迭代才建立起可靠的配套体系,觅蜂派的全链路体系仍在持续完善中。

数据质量仍是待解考题

众包模式能快速扩大数据产能,但质量控制的挑战仍无法回避。

对于业界关心的数据质量问题,姚卯青进一步解释称,采集任务上传后,平台会在一天内通过自动化方法完成初筛和结算,剔除

明显无效的数据;结算环节通过后,还会经过轨迹提取、人工抽检等后续处理。他表示,通过结算环节的数据,最终可用率超过95%。同时,平台不会把数据简单分为“好”与“坏”、“0”或“1”,而是按质量分级,匹配不同模型训练阶段的需求。

行业此前普遍存在一个争议:部分第一视角采集要求参与者放慢动作、保持手部持续可见、按固定流程执行,因为这类数据更容易被现有算法解析。但当人开始“迁就算法”,真实世界中的快速运动、遮挡、自然纠错和非标准操作会随之减少,模型看到的行为分布可能被人为收窄,导致数据不够“真实”,也不够“现实”。对机器人而言,数据容易处理,并不意味着训练价值更高。

觅蜂科技对数据质量的应对包括两层。一是硬件层面,MEgo设备以多视角、多模态采集,尽可能减少视觉、触觉和姿态之间的偏差;二是软件层面,MEgo Engine完成位姿重建与动作映射,配合ManiEval多维度质检体系,从数据格式、任务完整性、传感器质量、语义准确性 and 动作可学习性等方面进行评估。

据披露,觅蜂科技的百万小时级无本体数据已开始服务腾讯Robotics X实验室、蚂蚁灵波等客户。中国信息通信研究院人工智能研究所具身智能与机器人部副主任张蔚敏在发布会上表示,众包数据平台的价值不只是汇集大量记录,更在于通过任务组织、数据工程、质量控制和闭环运营,将分散的数据转化为可训练、可评测的数据资产。

至于众包模式能否持续稳定地交付高质量数据,“机器人训练师”能否从发布会上的证书变成一份真正可持续的工作,还需要更长时间的检验。

北京商报记者 王天逸 图片来源:觅蜂科技