

新世界百货： 努力适配崇文门商圈社区功能



工作日的崇文门外大街车水马龙

无论是商圈环境还是自身内力，新世界百货崇文门店甚至崇文门商圈都在整个商业更新中显得“后劲”不足。北京商报记者多次走访新世界百货崇文门店发现，大大小小调整数次，崇文门的新世界百货依旧难回巅峰时刻。即使百货的影子在减弱，餐饮、体验类业态在增加，政府扶持力度不断加大，新世界想要靠一己之力唤醒崇文门商圈，可谓难上加难。“疲惫”，正是当下崇文门商圈的写照，区域内项目不断调整业态比例，凭借店庆等促销、优惠活动，意在拉动商圈客流高峰。而在业内人士看来，崇文门商圈需要由内而外的整体焕新升级，更新定位，增强对属地人群的消费拉动力。

老项目影响力式微

说起“80后”心中的第一座商场，非崇文门新世界百货莫属。自1998年入市，从鼎盛到调整，尤其在CBD商圈崛起，王府井、前门等老商圈不断调整、焕新，崇文门商圈也不可避免地受到影响。新世界百货不得不加快改造的步伐。

这一情况存在传统百货中，也直接影响了新世界集团的百货业务收益。新世界百货发布的2023财年报告显示，营业额下降23.3%。新世界百货近几年财报数据显示，该集团2018财年年度利润由上年的1.28亿港元减少至0.11亿港元，下降幅度约91.4%；在2019财年，新世界百货年度利润尚为0.33亿港元；而在2020和2021财年中，净利润分别亏损4.84亿港元

和2.29亿港元；在2022年的业绩数据显示，新世界百货预计亏损4.83亿港元，均处非盈利状态。此前，新世界百货N+系列品牌逐渐退出市场。可见，差异化管理和精细化运营是自营品牌打响名声的利器。

自身业绩的下降，离不开周边环境的影响。百货业态的没落，体验商业的崛起，一度让崇文门商圈面临两难的处境。不仅是新世界百货，崇文门商圈内的国瑞购物中心、合景摩方购物中心也有待增强在北京商业中的存在感。在走访中，合景摩方购物中心的客流略少于新世界百货崇文门店，同时，国瑞购物中心的客流也相对较少。相反，接地气的搜秀城客流量明显高于其他项目。

餐饮业态比例提升

折扣活动总能为商业项目带去不少流量。近日，新世界百货崇文门店开展周年庆活动，项目内不少品牌单店销售位居华北地区第一和北京地区第一。然而，单体项目也带动了商圈关注。从高德指南购物榜上看，截至11月5日的数据显示，新世界百货近期导航搜索达30万人次，而91%的飙升值也表明了项目在店庆期间的高热度，同时大众点评上4.7分的评分，也是崇文门商圈消费榜的首位。

一次折扣活动撬动销售额，但崇文门商圈内的经营者在努力适配，期待获得持续的流量加持。北京商报记者在走访崇文门商圈时发现，搜秀城一层增设了餐饮区域，引入了十余家餐饮品牌。周末下午时段，该区域客流量较大，以该层的LINLEE林里手打柠檬茶为例，下单后须等待近十分钟才能取餐。

与此同时，国瑞购物中心的餐饮品牌数量也在增加。北京商报记者在大众点评发现，国瑞购物中心内的美食品牌有107家，品牌数量几乎占国瑞购物中心品牌总量的一半。餐饮区的客流也明显高于零售区域的客流量。

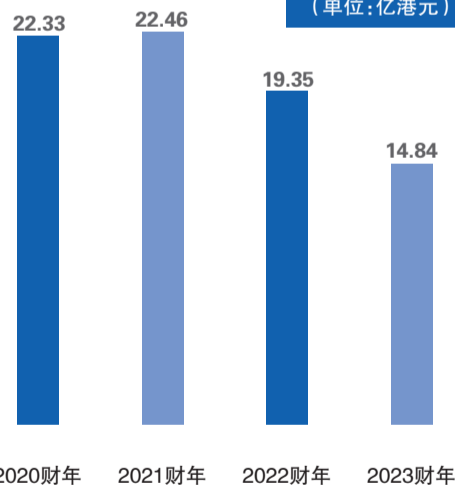
合景摩方购物中心也以类似的“布局”迎接客群。大众点评显示，合景摩方购物中心内共引入60家品牌，其中27家为餐饮品牌。

在提及创新与变化时，新世界百货崇文门店方面也指出，主要聚焦在服装服饰、餐饮商户的整体改造。同时，TheNorthFace北面旗舰店、MLB、红星前进牛奶面包公司等品牌也入驻到新世界百货崇文门店。在护肤彩妆区域，新世界百货崇文门店还引入了LAMER、宝格丽和赫莲娜等多个高端品牌。

· 新世界百货中国 ·

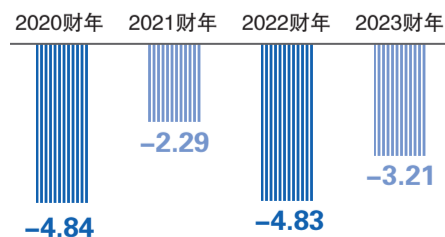
收入情况

(单位:亿港元)



亏损/净利情况

(单位:亿港元)



(数据来源:新世界百货中国财报)