

王府中環： 用“高奢+体验”促王府井本地客群回流

入市五年，王府中環正在凭借一己之力，撬动王府井商圈本地客流回归。近日，王府中環完成新一轮调整后，场内的高奢品牌矩阵及会员服务进一步强化。负一层增加了不少运动类首店及艺术空间，会员空间十王府也全面升级。在项目调整、街区升级的大环境下，越来越多本地人回到王府井商圈，外地游客与本地客流在此共融，王府井商圈国际化水平进一步提升。然而，商业体林立的王府井大街在发展过程中，还需加强项目之间的联动，共同打造国际消费体验区。



王府井大街上商业项目林立

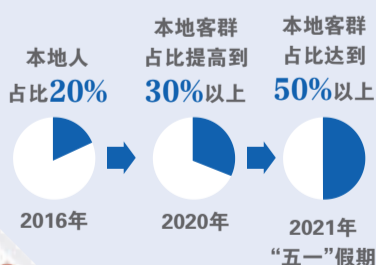
王府井商圈首店数量

(单位:家)

全市		王府井
901	2021年	超30
812	2022年	34
718	2023年前三季度	27

数据来源:北京市商务局、北京东城

王府井商圈客群变化



突出体验属性

王府中環新一轮的品牌调整已基本定调。近日，北京商报记者走访王府中環看到，王府中環负一层经调整后大部分品牌已正式营业，新进品牌包含lululemon、SA-LOMON、BYREDO、Mulberry及买手店Solar Lab等，同时，负一层的艺术空间区域正举办雕塑家闫磊艺术个展“无主之地NO MAN'S LAND”。而相较于此前，一层、二层出现了更多的双层旗舰店，如Gucci、Prada、Dior等品牌，并根据品牌风格打造了独特的外立面。

品牌变动只是调整的一部分，据香港置地中国区王府中環商业项目总经理杨健介绍，王府中環在会员服务方面进行了升级。“在商场的购物体验之外，我们还拥有四合院、十王府等休闲空间，可以提供私密的会话场所、室内高尔夫模拟等。我们希望带给消费者不一样的体验。”杨健说。

从品牌来看，王府中環与北京SKP、国贸商城可以说都

瞄准了高奢消费。谈及王府中環与其他奢侈品百货的区别，杨健直言，“从体量上来看我们无法与大的商业项目进行较量，但会员服务、私密空间等体验以及文化艺术类活动是我们的优势”。

2018年正式开业的王府中環，如今在王府井商圈已运营了逾五年。公开报道显示，早在2011年，香港置地便以29亿元的价格拿下这一地块，经过七年的准备后，被定位为“时尚高端生活方式零售中心”的王府中環方才亮相。

彼时，香港置地执行董事周明祖在采访中表示，与北京SKP、国贸商城相比，王府中環是针对新生代消费群打造的中高端购物中心，更加关注创意和生活方式。据悉，王府中環总建筑面积达15万平方米。其中，零售面积约4.3万平方米，项目还包含配有73个房间的北京王府井文华东方酒店及660个停车位。

本地客群回归

五年间，王府中環的每一次调整，也是整个王府井大街变化的缩影。北京商报记者在走访中看到，伴随着王府中環的升级，王府井大街上各个项目同样动态频频。而在商圈一次次的升级下，越来越多的本地人回到王府井。

王府井大街南起东长安街，北至中国美术馆，街道全长约1800米。对于家住东城的孙宁来说，王府井曾是她小时候最爱去的地方，“儿童用品商店里玩具、童装琳琅满目，每次去可以待上大半天，还有很多老字号美食”。

随着王府井大街的发展，比如弗利山庄和香榭丽舍大街一般，王府井早已声名在外，外地的游客们把去王府井逛街视为必要的行程，每天进入这条街的中外顾客最高能达百万人次。根据公开数据显示，当时王府井步行街日均客流量约为60万人次，节假日和旅游旺季超过120万人次。

但不知从何时起，王府井逐渐沦为了免费旅游景点打卡地。在2017年前后，王府井商圈的客群分布是旅游客群约占75%，本地客群约占25%。不少大街上的商家反馈，曾有段时间，走在王府井步行街上，许多游客只看不买，即便停留下来，游客的消费也只是一次性的交易。加之彼时都

位不准、管理不统一，王府井大街成为了网红小吃的聚集地，喧闹、杂乱的氛围使得本地人到访次数越来越少。

想要让本地客群再次重回王府井，环境治理是重中之重。截至2017年12月5日，王府井地区15处22块楼顶广告牌匾及附属设施约1万平方米全部拆除，复原了步行街建筑风貌，重现城市天际线，还市民和游客清爽、干净的视觉空间。

2018年，王府井步行街成为全国步行街改造提升试点。此后，王府井街区品牌集聚度显著提高，业态日益丰富多元。在商业项目与商圈管理的努力下，本地人逐渐回到王府井，同时，更贴合北京传统、更具有国际范的街区文化，也进一步提升了外地游客的游览体验。

如今，王府井大街上各类文艺、时尚主题活动成为“常客”，商圈氛围日渐浓厚，如2024春夏北京时装周“时尚美学之夜”闭幕式在王府井大街举行，王府井大街变身时装秀T台；今年9月，王府井925美好生活节活动举办，COACH、雅诗兰黛、哈根达斯等品牌将柜台搬到了王府井大街上，吸引游客进行深度体验。