

香港置地中国区王府中環商业项目总经理杨健： 商业体不能一枝独秀 需加强联动

入市五年，王府中環的高奢氛围不再局限于品牌，而是尝试融入到消费者感官感受中。近日，北京商报记者从香港置地中国区王府中環商业项目总经理杨健处获悉，目前王府中環的新一轮品牌调整已基本定调，会员服务上强化了私密性与独特性。今年以来，王府中環几乎每周都会有入驻品牌的产品首发首秀，让更多北京本地客群回到王府井。不过，商业体要做的不是一枝独秀和单打独斗，加强联动才能真正让一个商圈活跃起来。

深耕生活方式

北京商报：三年一小整，五年一大调，入市五年的王府中環如何稳固高奢消费地位和客流？

杨健：2023年伊始，王府中環陆续迎来众多高奢品牌和精品店的进驻，一些常驻商家也完成了新一轮的升级。其中，BUCCELLATI布契拉提限时精品店、VALENTINO华伦天奴限时精品店、PRADA普拉达精品店、Burberry博柏利精品店、TASAKI精品店相继开幕。而场内原有的GUCCI古驰精品店、Chopard萧邦精品店、QEELIN精品店也已完成了店铺升级改造。

除此之外，调整近一年的B1楼层也带着更多新品牌入市。新开业的全国首家本土新锐咖啡品牌GRID CoffeePro精品店、北京首家Solar lab全新概念买手店、北京首家WHITECROW白鸦眼镜精品店等，强化了王府中環的首店矩阵。

随着场内品牌的升级调整，王府中環在原有珠宝、腕表、箱包类品牌的基础上，未来将会增加更多成衣、配饰类品牌，这样的调整也是根据商场客群更加潮流年轻的趋势而精准匹配。

孵化消费新场景

北京商报：在品牌焕新的基础上，王府中環还有哪些重体验的举措？

杨健：王府中環新进品牌当中有很多北京独家或区域首店，作为国内唯一一家Dover Street Market Beijing店铺，几乎每周都有全国独家的新品发售；SALOMON为王府中環量身打造的先锋概念店也以每月都有新品首发的频次为到访商圈的消费者提供领先市场的独家购物体验。

同时，餐饮品类一直是王府中環的特色商业组成部分，30余家餐饮租户品牌中拥有18个北京市首店、8个东城区首店、5个米其林评星或推荐餐厅，以及1个黑珍珠一钻餐厅。同时今年场内的高端餐饮品牌唐人馆、北京首店Zagin座银拉面（现已更名SUMIYA/炭家）以及隐泉HATSUNE（现已升级为北京首家Haiku隐泉之语）也都进行了品牌全面升级。

北京商报：王府中環目前的调整方向是什么？如何与当下消费趋势契合？

杨健：作为香港置地在北京打造的时尚高端生活方式零售中心，王府中環在场内强化注入人文艺术精粹，旨在为消费者提供精致生活方式，从而带动北京高端零售体验新风潮。因此，国际高端珠宝、腕表、时装品牌是王府中環商业版图中不可缺少的重要组成部分，同时为了引入的品牌契合消费者对于高端生活品质需求甄选，所以在新进的众多品牌体验店中，消费者都能从店铺设计、装潢、选品、展陈等方面获得不一样的购物体验。

与此同时，场内运动品牌的选择是为了满足客群对于健康生活方式的诉求，但并不意味王府中環会把运动品类作为招商重点，相反，王府中環会共同和入驻品牌一起为消费者提供在场内独家的购物体验，比如新开的lululemon王府中環精品店和SALOMON概念店内，消费者可以看到全国唯一一家融合了北京在地文化元素的店铺装潢设计。

除此之外，一些新的消费场景在王府中環逐步落地和孵化。例如王府中環的户内外空间在原有草堂、19號府、看楼等位置变得更加多元化，同时项目还在积极探索存量空间的多种新消费场景孵化工作。例如今年卡地亚品牌在草堂、19號府举办的卡地亚“时光无界”体验空间展，以及FAS品牌在B1楼层DROPOFF区域的潮流文化艺术展，能够为消费者在了解品牌文化过程中提供沉浸式消费的场景。

独特的购物体验始终是王府中環一大特色。“十王府”作为集合王府中環乃至王府井地区的历史、文化、艺术、商业于一体的贵宾室就是很好的实例。这座VIP贵宾室自揭幕以来就成为京城首屈一指的奢华空间，曾举办过多个顶级高端奢侈品牌的文化艺术私享活动，成为王府中環以及香港置地BESPOKE隽環区域会员独特的空间体验场所。



促进本地客群回流

北京商报：王府中環的发展如何与王府井商圈同步？

杨健：作为北京市商务局列为2022年度北京国际消费中心建设重点项目和王府井商业步行街提质升级阶段的旗舰项目，王府中環也肩负着提升整个商圈国际化的使命。

王府井商圈拥有丰厚的历史文化底蕴和商业氛围。而近些年随着整体商圈的升级改造，商圈内每个项目都有了更加清晰的品牌定位和品牌布局，以满足不同消费者的需求。而商圈内各项目的品牌聚合效应，也对整体王府井的客源起到了潜移默化的作用，王府井这一传统游客旅游打卡步行街近年来吸引了越来越多北京本地客人的回流。同时，王府中環将以城市级核心高端零售空间的定位，服务更多来自国内外追求高端生活方式的消费者。

北京商报：您认为王府井商圈整体提振消费还需要怎么做？

杨健：联动性其实是各大商圈都需要深入思考的问题，商业项目不能单打独斗，加强商圈内各项目的联动性也是一个很大的挑战。在商业放开之后，商业综合体都有自己的业务压力，若是能在各自调整的过程中，有政府或协会商会的牵头去组织一些主题性活动，能够有效促进整个商圈内的商户形成合力。

让商圈内商业项目强化各自品牌定位、发挥各自优势也很重要，王府井商圈内每个项目都有着明显的特征，也吸引着丰富多样的客群。既有潮流年轻人喜爱的购物中心，也有全国闻名的传统百货商场，而王府中環作为商区最年轻的高端零售商业综合体与其他项目形成了差异化发展，也起到了很好的呼应和互补作用。未来即将开业的南区新项目，也会让整个商圈更加丰富与多元化，同时也会促进更多客流涌入王府井大街。

