

消费攻略

北京SKP VS 金融街购物中心

北京SKP:“店王”仍有进步空间

作为京城高端百货的东西坐标,北京SKP和金融街购物中心无疑是不少青睐中高端品牌的消费者必逛之地。尽管同样以坐拥一线大牌出名,但本期北京商报记者在实地走访中注意到两大商场不少差别之处。北京SKP的先发优势对应的市场认知和近年来亮丽业绩使之成为北京高端百货市场的翘楚,但尽管有业绩光环,商场整体塑造上仍显精致不足。



品牌品类 北京SKP部分楼层观感较差

彩妆护肤品来看,北京SKP一层便是诸多大牌彩妆护肤品专柜,相较而言,金融街购物中心这样流光溢彩的彩妆护肤专柜相对较少。鞋帽服饰女包等产品,两家门店的一线大牌上新情况差异不大,北京SKP的商铺陈列整体较为集中,相同品类集中楼层呈现。而在金融街购物中心,布局则相对分散自由。此外,金融街购物中心鞋帽服饰类产品的品牌线也更为丰富,不仅有一线大牌,还有一些中端潮流品牌以及民族风的特色品牌,时尚元素连卡佛更是让金融街购物中心在时尚角度更胜一筹。

除了基础的鞋帽服饰类产品,两家商场均有家居家电产品,而值得注意的是,在北京SKP,家居家电产品区极为紧凑,与楼下的时尚大牌风格差异极大。紧密堆积的商品、占地较小的铺位区以及导购卖力的招徕,整体观感甚至像是普通市场,与中高档百货的定位差异较大。

服务品质 北京SKP服务细节待提高

从进门开始,北京SKP和金融街购物中心的服务就有所差异。在北京SKP和金融街购物中心入口处均有工作人员,相比较来说,北京SKP的工作人员在客人进出时相对局促,问好情况也是有一搭没一搭,而金融街购物中心入口处的工作人员在开门问好等细节上都比较自然。

导购也是商场服务的重要环节,尽管门店之间的服务有一定差别,但整体来看,北京SKP的导购人员在与消费者的交流当中多有刻意从头到脚的打量,甚至有导购在盯着消费者的鞋看时对消费者忽然问的关于产品的问题没能听清楚而重复询问。而这种情况在金融街购物中心则要少得多。

业内人士指出,根据消费者的一些表现判断购买力以决定付出的服务成本是一定的参考标准,但成熟的导购能够在不经意间完成这些信息获取,而非明显到能够让客人感受到这种打量。此外,即便不是出于上述目的打量,在交流当中从上而下盯着交流对象看也不是礼貌的交流方式。

整体设计 金融街购物中心整体风格统一

餐饮区也是两家门店差异比较大的地方。北京SKP的餐饮区比较集中,一层楼集中均是餐饮。但在金融街购物中心,则每层都有餐饮门店,尽管较之于购物中心整体来说位置比较隐蔽,但购物中心当中,直梯与大部分扶梯的位置也相对隐蔽,于是餐饮区既实现了在上下楼的扶梯或者直梯口等“交通要塞”,又不会影响到购物中心设计的整体时尚观感。

整体统一的设计风格是金融街购物中心的特点之一,与北京SKP楼层越往上时尚度、设计感越弱不同,除了地下一层业态稍显复杂、整体布局相对密集之外,金融街购物中心整体设计风格一致,在休闲逛街当中,大环境比较和谐,小设计让人惊喜,整体体验比较好。

另外值得一提的是,金融街购物中心街区设计既简化了购物中心的动线,也让整个购物中心的线条明朗得多,业态组合分布而非集中楼层分布也平衡了楼层客流,如用餐高峰期也不会出现人流集中拥堵影响观感、体验的情况。

此外,金融街购物中心整体还包括儿童游乐、美体美容美发、电影院、医疗、文化书店等多种业态,综合来看,较之于北京SKP,更能够承担一站式消费的功能。

周边环境 金融街购物中心无商业集聚优势

北京SKP位于建国路南侧,紧邻地铁大望路站,自驾和公共交通均比较方便。此外,周边还有金地中心和华茂购物中心,零售商业环境更为活跃,周边也有写字楼与高端酒店等,商业综合体之间也便于联动形成集聚优势。

金融街购物中心与金融街丽丝卡尔顿酒店相对而设,同样定位高端的丽丝卡尔顿酒店的顾客事实上也能够成为金融街购物中心的客源。周边相对较大的购物中心为百盛购物中心,但仍有一定距离。据介绍,金融街购物中心主要与整个金融街进行联动,在写字楼林立的金融街区域承担生活性服务功能,中高档定位,辐射这一区域的消费人群。也或是出于这一定位,金融街购物中心的交通环境较少依赖公共交通,距离地铁站比较远,公交线路也比较有限。

北京商报记者 吴文治 郭白玉

国安社区新推六大社区消费产品

北京商报讯(记者 吴文治 王维祯)国安社区产品发布会暨首届供应商大会4月15日在京召开。国安社区正式发布了“老年之家”、“社区合伙人”、“国安海外购”、“环境专家”、“社区驿站”、“家务事”六大产品。此次产品发布也标志着全国首个一站式社区服务平台模式迈向成熟。

此次发布的六大产品,“老年之家”将专注于对养老与老年人服务;“社区合伙人”将对社区服务领域的创业年轻人进行支持与鼓励;“国安海外购”致力于为居民提供低价高质的海外优质产品;“环境专家”将帮助居民解决和生活居住环境相关的空气、饮水问题;“社区驿站”

将通过社区志愿者对公共空间、公共专家、公益项目等内容进行整合,并为社区服务者提供驿站服务;“家务事”则着力于满足社区居民日常相关的保洁、洗衣、维修、快递等家务事需求。

国安社区自上线以来,先后推出了公共通、家务事、邻里圈、买东西、乐生活等多个频道品类。而随着运营经验和社区服务需求的不断增长,国安社区的产品内容与服务内容也在继续调整当中。国安社区CEO赵晨希指出,社区事业要连接社区居民的需求和社区外的生产商和供给侧。现在的国安社区,是在构建生态,打造一个智慧社区服务的生态圈。

大兴乡村开启逛吃大集

北京商报讯(记者 吴文治 王维祯)天气转暖,大兴的乡村市集也火热起来。2017大兴乡村美食节暨小吃大赛于4月21日在大兴青云店镇绿得金生态园拉开帷幕,为期三天的活动推出了“小吃大赛”、“青云大集”、“美食专线”三大板块。

据悉,在本次活动中将会评选出大兴十大人气小吃。来自镇区及河北廊坊地区的共计20支代表队参加美食节小吃大赛,与此同时,大赛邀请中国清真烹饪大师、南来顺行政总厨冯德瑞,北京市烹饪协会副秘书长王云等专业评委现场指导。

值得注意的是,有了廊坊地区代表队的加入,廊坊当地特色小吃永清烧饼熏肉、榆钱饅饅、桃花馒头、众惠小麻花也将现场呈现。

作为活动的主要部分之一,百年青云大集也同期在北京最美的乡村东辛屯盛大开集。在青云大集上,呈现上百种特色农副产品,传统的老北京叫卖和文艺演出也是青云大集的看点。

据悉,本次活动特设乡村体验专线,活动期间,游客可以在东辛屯村村口乘坐免费班车,到孝义营村现场体验揉制馒头,参观孝心馒头加工厂,体验乡村生活。