



王府井：旅游打卡地变身世界窗口



历经不同历史阶段的空间、文化、商业特征的叠加，王府井如同一块海绵，汲取着来自不同方面的营养。

历经不同历史阶段的空间、文化、商业特征的叠加，王府井像一块海绵一样，不断汲取着来自不同方面的营养。同时，王府井大街的名字也由最早的“哈达门丁字街”演化为“十王府街”“王府大街”“八面槽”“人民路”等称呼，最终在1975年定名为“王府井”大街。史海钩沉让王府井最终成为了中国最著名的大街之一。

随着中国国际地位的提高，王府井在北京建设世界消费城市的进程中的重要作用日益凸显。而作为北京国际交往中心功能的承载区，百年金街王府井开始了更高水平的转型升级，把目标瞄准了“世界十大商街之一”。

· 匮乏时代的“奢侈”梦 ·

在物资匮乏的新中国成立初期，王府井以“物资丰富”的形象，成为北京乃至全国老百姓心目中“奢侈”的代名词，成为人们心中当之无愧的“中华第一商街”。伴随着文化功能逐渐进驻王府井，首都剧场、中国儿童艺术剧院等新型剧院替代了往昔东安市场的戏院茶楼，最早的中央美术学院也坐落于这一区域，为王府井的商业氛围增添了文化韵味。

进入上世纪90年代中期，市场慢慢发生了变化。物质短缺的问题解决了，商品更加丰富，消费者的选择也多了，王府井迎来了扩建改造。50岁的秦女士对北京商报记者表示，1992年时，自己在王府井百货大楼花180元买过一套呢子大衣，那时候一个月的工资为80元，至今记忆犹新。同样，王府井商会会长刘冰也曾在一次采访中对记者讲述，1999年，王府井步行街开街，王府井以现代化的形象亮相。开街后的第一个“五一”假期，王府井创下客流90万人次的高峰，满大街都是人。而当时升级后的王府井百货大楼在开业后，也是人挤人。

随着王府井发展速度加快，类似比弗利山庄和香榭丽舍大街一样，王府井早已经名声在外，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，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。过去几年，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。

根据王府井管委会提供的资料显示，在2017年之前，王府井商业街区存在着定位不够清晰、业态品质参差不齐、管理水平高低不一等问题。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。

从匮乏到如今的打卡地，王府井见证了国民经济的恢复。改革开放以来，北京市城镇居民恩格尔系数呈逐渐下降的趋势，特别是1992年以来，下降势头更为明显。城镇居民的恩格尔系数从1992年的52.8%下降到2001年的36.19%，下降了16.61个百分点。

王府井迅猛发展的这十年里，北京市居民的消费需求结构从上世纪90年代中期的千元级消费向万元级甚至10万元级消费方向变动。消费热潮也不再集中于个别商品，而是逐渐向现代生活需求用品过渡。

· 市场竞争下的“不得已” ·

伴随经济的高速增长，城市化进程的不断推进，京津冀一体化战略的实施，北京市商业也在快速发展。一些大型商圈崛起，王府井大街的商业地位逐渐经受挑战。商业行业的竞争日益激烈，王府井大街的优势不再突出，这也迫使王府井不得不作出改变。

从2016年开始，大街上的商家纷纷开始调整。希望不断尝试引进新的业态，把本地消费者重新吸引到王府井商圈。位于北京市百货大楼西侧，英国哈姆雷斯玩具百货于2017年

11月28日营业。为此，王府井集团清退了一大批老旧品牌，给哈姆雷斯空出了1.1万平方米店铺面积。

紧接着，筹备七年之久的王府中街在2018年开业，王府中街为王府井带来了不可估量的新生力量，首店经济便是其一。如CAFE LANDMARK、Yves Salomon、维多利亚的秘密全球旗舰店等。香港置地集团中国商业物业总经理林思灵直言，王府中街的目标就是把许久没来过王府井的人们吸引回来。