

■ 国货C位

相比以往的商场调整,本土品牌在商场中的比例越来越大。朝阳合生汇在此轮调整中引入国货品牌56个,较有代表性的品牌有蔚来汽车、华为旗舰店、initial、jnby by JNBY、TOREAD.X、完美日记等。国货品牌占到了新引入品牌的30%之多。

合生汇相关负责人表示,此轮招商调整除了国货品牌之外,还引进了一些潮流品牌和国际美妆,自调改之后,商场客流同比增长20%。

其实,本土品牌的加大引入并不仅仅只存在朝阳合生汇一家商场中。疫情后期,朝阳大悦城也更换了不少品牌,如华北区首家国货彩妆橘朵、四川葫芦娃火锅、糖水川菜等;在长楹天街中,引入了北京首家贤合庄卤味火锅、popcorn潮牌店等。同时,双井富力广场、国瑞购物中心等一些大型购物中心均将国货代表品牌华为旗舰店、蔚来汽车等大型体验店作为主力店。

根据祥云小镇相关负责人透露,祥云小镇自今年6月以来引进新店铺34家,其中国货品牌有22家,占比达65%。截至目前,祥云小镇商场内的国货品牌近150家,占商场内品牌数量的比例为66%。

国货品牌的崛起从电商数据上看更为直观。根据天猫“双11”数据显示,今年“双11”第一天,菜百天猫官方旗舰店涌入的消费者比去年“双11”当天增长了111%,成交额比预期超了80%。同时,在天猫产业带国潮直播中,联合佛山南海发放10万张消费券,带动成交额1.3亿元,直播间在线人数超过680万。

>> 北京商场加大国货品牌进场比例

◎ 祥云小镇

6月以来新店铺数量 **34** 家

其中国货品牌 **22** 家,占比达 **65%**

目前商场内的国货品牌近 **150**家,占比**66%**

◎ 朝阳合生汇

2020年调整品牌 **183** 个,已开业 **132** 个品牌

国货品牌 **56** 家,占比达 **42%**



■ 大牌危机

国货品牌逐渐走入消费者视线中,这与品牌的定位分不开。盈石(北京)招商中心负责人向北京商报记者表示,越来越多的国内消费者开始回归消费理性,并且在内需拉动的整体市场导向下,消费者对国货产品性价比的认可及需求都在逐渐增高。尤其在以国内大循环为主体、国内国际双循环为辅的新格局之下,国货品牌占比还将持续走高。

在整个控制疫情的背景下,我国提出的国内大循环、国际国内双循环的新发展格局,在政策的引导下,国货崛起正是购物中心发展新趋势之一。

步步高集团董事长王填在接受北京商报记者采访时表示,在国内大循环的经济格局形成下,国内实体商业以及国货品牌迎来了发展新契机,因为疫情下,国内消费者难以出国消费,国货潮流和线上线下一体化的新趋势渐显。

合生商业集团首席品牌官张西也认同此观点,我国提出的国内大循环、国际国内双循环的模式特别切合时机。在政策的引导下,国内品牌和国外品牌在国内进行生产和投放的比重会加大。对于购物中心业态而言,一些国内设计师品牌能更好地在商场中孵化,且通过商品平台帮助本土品牌进行线上线下的打通和产业链垂直的货品生产、物流,这对于未来国货品牌走出中国市场至关重要。

盈石(北京)招商中心负责人表示,目前来看,进驻商场更多是电子类、生活类的本土品牌,例如盒马鲜生、FRESH等生活类品牌,更了解国内消费需求的它们,是以买手思路进行所售商品的品牌集合,也是国内电商市场蓬勃发展后,反哺到线下的一种创新的零售。不过,本土化在服装服饰这类零售领域尚不凸显。

随着越来越多的本土品牌进驻商场,将进一步提升消费者对于国货的认知。这种越发强烈的国货情结会让消费理性这一基本面更加稳定,也使得反哺到本土品牌发展的资金更多。

在招商方面,随着国内品牌增多,国际品牌进驻相应会逐渐变难。盈石(北京)招商中心负责人指出,从市场饱和度上看,目前国内对国际品牌的消费处于一种相对稳定状态,随着国内消费者越来越青睐国货,这意味着他们对国际品牌的需求将降低,很可能出现部分国际品牌需要缩减门店规模的情况。