

服装类优先 北京首店政策再放宽

取消部分申报条件

助力北京建设国际消费中心城市,今年年底前,北京市将出台14项专项政策,其中首店政策、总部企业发展奖励措施等3项已出台。

首店经济政策不断优化。蔡小军指出,北京市首店申报指南优化了首店申报条件和材料。在申报条件方面,原申报指南取消了关于“营业执照登记日期和开业均需在当年度”“首店开业需运营一年以上才可以进行申报”等相关要求。这些条件变化让首店在京实际开业后即可申报项目,提高企业申报首店项目便利度,扩大政策受益面。

实际上,不久前,首店经济政策内容已经进行了一次优化。今年7月的通知信息显示,政策支持品牌首店、本土知名品牌、商业综合体、商业运营机构等2021年1月1日(含)以后在京开展具有国际国内影响力的大型新品发布活动场租、搭建费用。对品牌首店、本土知名品牌、商业综合体、商业运营机构等在京开展具有国际国内影响力的大型新品发布活动的场租和搭建总费用,按照不超过审定实际投资额的50%、最高给予100万元支持。

此前,北京市商务局相关负责人也指出,北京开启首店服务“绿色通道”,搭建平台助力品牌选址推广、提升国际品牌高端人才服务保障水平、打造国际品牌展示载体、加大资金支持提升品牌引进效率。

北京的整体消费水平和在全国乃至全球的品牌形象展示,是品牌落户的重要因素。以朝阳区数据为例,今年上半年,朝阳区入驻首店数量达227家,占比52%,位居各区之首。其中,87家首店落地三里屯商圈,49家首店落地北京CBD商圈。

形成品牌效应

一家名牌首店或许为商圈、购物中心拉

首店政策优化,22个商圈有序推进改造升级……北京培育建设国际消费中心城市初见成效。9月23日,在北京培育建设国际消费中心城市的新闻发布会上,北京市商务局副局长蔡小军指出,力争到2025年,吸引国内外品牌在京开设首店等3000家以上,优先对服装鞋帽类首店、旗舰店的品牌方和引进方给予资金支持。分析认为,服装鞋帽行业商业化程度较高,可持续发展效果更好,进一步带动本土品牌快速前进并提升抗压性。



开运营的新序幕,更能与周围品牌联动形成品牌效应。

“我们在内地开设首店时,首先考虑的就是城市。开店城市需要潮流文化,才能够符合双方调性。”在北京潮流文化聚集地开设首店,日本潮牌UNITED TOKYO & PUBLIC TOKYO品牌营业经理范凌楠希望借此让品牌打开市场,也能为商圈增添色彩。

52toys公关邓颖■此前在接受北京商报记者采访时也曾直言首店与商圈保持密切关系尤为重要:“我们在选择品牌店和旗舰店首

店的时候,基本是从一线或者新一线城市中筛选的。不仅城市要符合潮流的发展,商场更需要年轻化定位,才能够形成与商场之间互相赋能的效果。”

世邦魏理仕华北区相关负责人也指出,品牌首店也更具有互动体验感,同时品牌日益多元化和细分化,这些首店成为增加零售物

业吸引的热点。春江水暖鸭先知,品牌切身感受着政策红利,更是蜂拥而至。北京持续开展北京首店节活动,已举办20余场线下专场活动,600余

个国际品牌和本土品牌集中发布近2万款新品。在2021服贸会北京国际消费中心城市主题展区,推介FUTURE魔镜等16家新人驻北京的首店,组织绿之密语、mjsstyle等80余家品牌发布300余款新品。

的确,北京首店效应不断显现。选址中国数据显示,今年上半年,共有434家首店(含旗舰店)落地北京,已超出去年全年首店入驻数量近250家,呈现出爆发式增长态势。从首店类型看,全球首店2家,亚洲首店3家,中国(内地)首店32家,北京首店397家。

增强本土服装竞争力

近年来,北京针对首店的各类扶持政策不断推出,也给了这些潮牌首店更多的信心和期待。范凌楠称:“希望能够和政府有更多的联动,未来能够顺利获得政策的扶持,也期待我们这样的潮流品牌能够成为北京首店企业中的标杆。”

独立经济学家、财经评论员王赤坤指出,从区域经济来看,首店的爆款营销能为其他产品起到带动作用,也为式微的实体商业引流。深圳市思其晟公司CEO吴岱麒则认为,国际品牌多落户在一线城市,对品牌建立起本区域及其辐射的周边区域的影响力起到“旗舰”作用。

值得注意的是,蔡小军提到,首店经济政策优先对服装鞋帽类首店、旗舰店的品牌方和引进方给予资金支持。近些年,中国服装业的势能越来越强,新品类兴起,老品牌焕新,呈现品牌走向世界的新局面。

北京的首店政策向服装鞋帽类品牌倾斜不无道理。奢侈品领域专家、要客研究院院长周婷表示,在疫情防控的背景下,整个商业业态经营均面临挑战,部分新开商店存在速开、速关的情况,餐厅品牌尤为明显。相比之下,服装鞋帽行业商业化程度较高,同时品牌也有较高的品牌效应,会有更好的可持续发展效果。“从烘托商业氛围、长期发展来看,服装鞋帽品牌更具优势,同时也能取得相对更好的经济效益。”从政策角度来看,服装鞋帽品牌的可见度高,其经营效果更容易界定、扶持。

周婷进一步解释,国内服装产业面临国际化竞争,并有较大的发展压力。国家政策对服装产业有支持,北京首店政策倾向于支持服装鞋帽类品牌也符合当下政策。对本土品牌首店的支持,更是有利于与国际品牌形成抗衡,增加本土品牌的抗压能力。

周婷认为,国内具有较好的商业创新发展环境,例如互联网发展、直播带货等均和服装产业有关联;“服装行业是一个有发展潜力的行业”。北京商报记者 王维祚

追踪 北京老百货现状

业态调整大潮下 老百货的春天在哪里

曾经红遍中国的老牌百货能否适应新消费需求?9月23日,北京市政府新闻办在北京培育建设国际消费中心城市新闻发布会上提出,针对传统商场设施硬件老化、业态亟须调整等问题,北京采取“试点先行”的方式,“一店一策”推进传统商场升级改造工作,促进消费升级。分析指出,在百货业纷纷调整的大潮下,项目方不可不求大求全,需要快速找准自身定位,从细分领域中或许还可脱颖而出。

加速调整

西单商场、赛特、蓝岛……这些颇具年代感的词语一直在北京“一店一策”的名单上。北京商报记者在走访中发现,西单商场、赛特购物中心虽然在2019年加入“一店一策”的首批试点中,但是一直都不温不火地运营着。

周末,西单大悦城、君太百货等商场门口扫码进场的消费者需要排队等候,而面对面的西单商场却冷冷清清。除了临街的几家运动品牌外,西单商场内部仍有一些临时促销,整体摆设以柜台为主。而赛特项目从碧桂园接手至今,外立面一直没有改变,内部也没有动工的迹象。

不过,北京商报记者获悉,目前西单商场已形成改造提升方案,赛特购物中心正抓紧与新合作伙伴制定改造提升方案。

除了上述几家百货动态之外,王府井在

消费者心中的权重不容忽视。在王府井大街升级改造工程中,王府井旗下的东安市场、燕莎金街购物中心、北京市百货大楼也在百货改造的行列中。

不仅如此,北京市场上还有翠微百货、顺义国泰、蓝岛大厦、百盛购物中心、资和信百货等项目正处于升级改造阶段。总体来看,北京老百货主要集中在国企企业旗下,以及西单、王府井、公主坟等传统商圈和北京郊区。

细分赛道

传统百货集体改造、转型,从加码高端化妆品、品牌服饰,增加连锁餐厅,到外立面的整体升级等统统做了调整,不过仍给消费者留下千店一面的感受。随着外部竞争越发激烈,各类新事物萌生,近期的老百货改造方案,反倒让人耳目一新。

例如位于王府井的东安市场,即将在



除了临街的几家运动品牌外,西单商场内部有一些临时促销,整体摆设以柜台为主。

今年年底以买手制百货身份重新入市。王府井集团董事长杜宝祥介绍,东安市场将于今年年底或明年年初开业,这将是王府井集团旗下首个买手制百货,其中1/3的产品来自海外。未来东安市场将打造国际资源集合和沉浸式购物空间,引入600个国际一线奢侈品牌、独立设计师品牌和高尖品牌,其中近半数品牌将是首次进入中国内地。

王府井集团旗下的北京市百货大楼则进一步向休闲消费综合体转型,其目标是打造成为引领生活方式和文化体验的聚集地。

目前较有成效的老百货转型案例,多向

着社区定位布局。长安商场作为首批“一店一策”试点,在调整改造中布局了社区生活相关的购物、餐饮、生活、健康、娱乐等五大功能以及14类社区生活服务设施,其中涉及社区服务功能占比达到46%。相关数据显示,长安商场、甘家口大厦月均销售额比升级改造前提高一倍。

公开数据显示,2021年上半年消费品零售总额达到21.19万亿元,同比增长23%;按零售业态分,超市、便利店、百货店、专业店和专卖店零售额同比分别增长6.2%、17.4%、29.5%、24.6%和32.4%。可见,百货店的潜力仍值得挖掘。

弱化“卖货”

若不进行调整升级,传统的百货业态可能无法生存。独立财经评论员周正国直言,百货这类零售业态基本很难单独生存,美国好几个百货业巨头在亚马逊等电商冲击下倒闭。品类太多、产品管理难等是促使百货倒闭的原因,百货本身也不如购物中心的模式好经营。”

如今消费者的诉求日趋多元,百货不再是卖“百”货的地方,而是人们生活的第三空间。贝壳研究院商业地产分析师郑中介绍,截至2021年6月,吃、穿、用三大类实物商品每月网上零售额累计增长比例均保持在18%以上,电商行业已经全面恢复至疫情前的活力,实体商场中餐饮、服饰等单一传统业态将面临更严峻的挑战,需要向体验类业态转型。

据了解,百货业态的经营模式主要以联营为主,自营比例较低。有业内人士指出,全国百货行业的自营比例不足10%,绝大部分百货商店都在实行联营模式。因此,百货不能够决定商品定价,只能收取品牌商销售额的扣点,以此获利。从增加营业额的角度,百货业可以在控制成本和风险的前提下,提高自营比例,打造自有和独家代理品牌,在丰富业态组合的同时降低代理成本。

“提升体验式消费业态在传统百货商场的占比,能够有效吸引客源,延长顾客在室内停留的时间,达到充分释放消费者购买力的目的。对于地理位置相对偏远、升级改造成本高企,并且本身已经经营不善的百货业,也可以考虑改变使用用途,转为写字楼或者其他商业形态,尽可能盘活存量物业。”郑中建议。北京商报记者 刘卓澜文并摄