



王府中環提质商圈

北京商报记者 刘卓澜

>>> 高端品牌更迭

筹备八年，开业四年，王府中環这一项目从入京那一刻起，就具有高人气的关注度，它的开业更是王府井商圈转型升级的重要标志。但这并不意味王府中環在京发展一帆风顺，四年内，它尝试过电商、引入配套超市、主力门店一调再调。

四周年之际，王府中環对场内的租户开启了升级改造。在商场一层，引入了Bulgari宝格丽、Cartier卡地亚、Tiffany&Co.蒂凡尼等国际一线高端品牌精品店。

正是在疫情防控常态化之下，

王府中環的招商策略也与其他高端商场打出了差异化。“最新入驻的Cartier卡地亚和Tiffany & Co.蒂凡尼精品店均在各自店铺的设计中都加入了符合王府井在地文化的中国元素，并在品牌二层增加了VIP沙龙，为消费者提供私密的活动空间。有了完全不同于其他购物中心的购物体验。”香港置地集团中国商用物业总经理方瑞翔透露。

除了高端品牌之外，王府中環还引入多家特色餐饮店铺，包括融合面馆食之六七，以及4家首店品

牌——现代粤菜王府海堂、精致闽菜景福轩·福建菜、现代越南餐厅tet为全国首店，以及法国甜品品牌闪电巴黎的北京首店。

首店一直都是王府中環的招牌，曾在2018年开业之际，130多个新进品牌中，20多个商户为首次进入北京市场。但首店并不是商业体的长寿药，保持品牌的不断焕新才是。方瑞翔表示，“接下来一些场内原有品牌，例如GUCCI、始祖鸟、ERDOS、Neiwei等，将在下半年进行升级。以及王府中環还将对B1整

个楼层升级改造，将于明年二季度重新开业”。

王府中環的更新，意味着王府井大街的更新，不仅吸引了年轻人回归，更是让消费者重新发现王府井商圈在国际化方面的潜力。“王府井作为北京的重要地标，王府中環见证了王府井的变革，更推动了王府井的国际化。正是品牌商户升级和结构调整，在一定程度上刺激了王府井这一深具历史感和代表性传统街区的转型升级，向‘国际商业街区’迈进。”方瑞翔指出。

>>> 线上线下博弈

除了肉眼可见的门店调整之外，背后的商业运营逻辑调整也在巩固王府中環的高端定位。疫情下的三年，对于实体商业而言，需要多渠道摸索才能找到出路，但也正是尝试过多条腿走路，王府中環才更了解自己到底适合哪条路。

2020年初，新冠肺炎疫情席卷全球，无论是国内经济还是国际贸易都受考验。当包括王府中環在内的小商业区都暂停了线下购买方式时，直播带货、线上商城成为了主要购买

方式。在此期间，为了满足消费者需求以及保证商区继续运营，王府中環在疫情初期推出了线上商城和线上直播等形式，进行场内品牌及线上商城的推广运营。今年二季度，面对北京部分区域静态管理以及餐饮企业停止堂食的情况，王府中環与租户实行联动，推出了“零接触”购物、“星厨到家”、“定制家宴”等特色服务求。

“这对于王府中環而言是一次线上的尝试，也是王府中環作为香港置地在内地的首次电商领域实验。”方瑞

翔认为，对于王府中環而言，在线下渠道提供给消费者周到的服务体验比全渠道更重要。为此，王府中環在运营上更加专注于线下的服务供给。

王府中環在自身BESPOKE尊享会员服务体系扩大高端会员的服务权益。据介绍，香港著名设计师陈幼坚为王府中環量身打造的十王府贵宾休息室，一直以来都是该项目最具代表性的独家会员权益，未来，王府中環还将在十王府内升级改造一个更加豪华私密的空间，为顶级

消费者提供更加细致的服务。

同时，在近期的王府中環“都市漫游季”期间，商场三层的精选露营品牌集合店也为热爱露营或户外活动的消费者提供了线下体验、线上购买的服务。方瑞翔介绍，这种创新消费场景和业态融合模式也是王府中環为提升王府井商区夜经济品质和影响力的一次尝试，一方面丰富了商区白领圈层下班后的文娱活动，同时也能够吸引本地消费者或国内外游客来到王府井商区。