>>> 文化消费不可或缺

高端消费回流的背景下，消费者关注的不止是品牌与服务，文化消费成为揽客的主流手段。这也正是因为物质条件极为丰富，人们往往会更加重视精神上的共鸣，而熟悉的文化元素往往能够勾起消费者的认同感。正因看到了这一点，文化艺术便成为王府中▮区别于其他同行业者的重要元素。

北京市第十三次党代会报告提出“扎实推进全国文化中心建设”，“培育发展新型文化企业、文化业态。坚持以文塑旅、以旅彰文，推动旅游业高质量发展”。今年起，东城区将以王府井大街为主轴，向西连接故宫打造古都文化带，向北衔接隆福寺建设开放式街区，探索王府井与隆福寺形成“宽街窄巷”，将故宫-王府井-隆福寺“文化金三角”打造为国际顶级文化矩阵。

作为东城文旅局组织的“故宫以东”文商旅联盟成员，王府中▮一直在发力文化消费。英国蛇形美术馆首家海外展亭、刷爆社交平台的大型户外动态艺术装置“流曜”、在商场临近步行街入口处静静绽放的动态艺术装置“卷舒”等国际顶级艺术展都吸引了不少京城年轻人前来打卡。去年，王府中▮还成立了全新拾玖贰壹文化创意平台，旨在探索文化艺术与商业的结合，并成功推出了王府中▮咖啡青年节、香港著名摄影师、艺术家夏永康“MOODS情绪”主题摄影展北京首展、向阳“过去是现在的未来”系列作品展等文化艺术展览。拾玖贰壹也积极与其他联盟成员联动各自资源，尝试开发新的文商旅产品。

王府井的时髦有目共睹，如果将这份时髦继续延续下去，是大街上管理者与商户共同的课题。王府井管委会主任宋叙坦言，王府井现在面临的最大问题是传统商业需要通过文化赋能进行升级改造。

借助文化来激活王府井，需要几步?宋叙指出，通过提供更多的产品、文化丰富街区内容，让跨界业态加入到传统商业街区的塑造当中，才能够吸引消费者更久地停留。在发展王府井街区更新的同时，也要考虑如何把王府井打造成为国际IP，从而产生购买力。

>>> 赋能千亿商圈

在北京加快建设国际消费中心城市背景下，王府井商圈被赋予了高期待，该商圈将成为北京千亿级商圈之一。身处王府井这一特殊地理区域的王府中▮，与王府井及北京城市建设的发展需求是不谋而合的。通过王府中▮的发展与高品质购物体验，助力王府井地区重新焕发魅力，打造更具有全球视野的商业区。

正如王府井发力的后街经济和夜经济，主要依靠王府中▮的自然优势与主题策划。“在后街经济方面，王府井百货大楼、王府中▮西座草堂等区域，我们希望能够把这些项目串联起来，打造成为王府井的儿童友好街区，同时，王府井管委会也在规划能否在后街引入一些露天电影、演出等丰富多元的文化元素。”宋叙指出王府井最新规划方向。

而近年来，王府中▮也正是依托政府政策，在配合步行街功能优化的同时，不断探寻消费增长的内生动力。方瑞翔指出，近期的“都市慢游季”主题户外奢华野营活动，便是在政府部门的大力支持下开展的以户外生活方式为主题的大型体验活动，诸如此类活动不仅充分响应了政府政策的号召，也为王府中▮自身拓宽了可持续发展的路径。

早在2018年12月，商务部就印发了《关于开展步行街改造提升试点工作的通知》，决定在王府井等11条步行街开展步行街改造提升试点工作，培育一批具有国际国内领先水平的步行街。在该政策的导向下，王府中▮与王府井百货、银泰in88等商场一道，在充分挖掘自身特色

的同时，大量引进国际品牌，让消费者不禁感叹“这条老牌步行街变得越来越有国际范儿了”。

此外，随着包括王府中▮在内的商场业态形式的逐渐丰富，特别是艺术馆、儿童剧院等文化板块，以及电影院、餐厅、儿童体验区等休闲板块内容的扩量提质，消费者的逛街体验得到了进一步的优化。

如今，王府井商圈在承载首都旅游功能的同时，也让越来越多的北京人开始选择在王府井购物。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出，“强化为本地人服务的功能，让更多北京人回归步行街，才能形成步行街的内生增长循环”。

对话

香港置地集团中国商用物业总经理方瑞翔：

高端消费能带动本地消费回流

Q：近五年，王府中▮对北京市场、王府井商圈进行了摸索、立足再到引领的过程，整个过程中经历了几轮大型调整，都做了哪些方面的改进?改进之后的效果如何?

A：作为香港置地在北京打造的时尚高端生活方式零售中心，王府中▮在2018年开业之初处于品牌孕育阶段，我们结合王府井商圈的历史文化特点，引入众多国际知名艺术机构的大型装置艺术展览在中国或内地首展，大力推动王府中▮品牌在北京市场快速提升知名度。

今年王府中▮迎来了四周年庆典，我们在保持时尚高端品牌调性的同时，对场内的租户开启了升级改造。接下来，王府中▮还将对B1整个楼层升级改造，未来全新亮相的B1楼层也将成为王府中▮非常重要的一块商业组成。

Q：整个发展过程中，最难的是哪年？王府中▮是如何进行过渡的?

A：王府中▮自发地进行了各种措施。除了按照政府规定在特殊时期调整营业时间，全面配合健康防疫检查外，亦率先升级了我们的公共区域卫生消毒设备，如在2020年初就为客人日常接触的扶梯履带配备了紫外线消毒装置，公共区域也增加了消毒的频次。

同期也推出了线上商城，我们也尝试通过直播等形式进行场内品牌及线上商城的推广。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，我们积极与租户联动，推出了零接触购物、星厨到家、定制家宴等服务，满足了客户在特殊时期的购物及餐饮需求。

Q：从商圈的角度来看，您认为王府井想要成为千亿级商圈，或助力北京建设国际消费中心城市还缺什么?

A：毗邻紫禁城的王府井商圈有着丰厚的历史文化遗产，而由东城区文旅局牵头创建的“故宫以东”文商旅联盟就是将整个商区内有影响力的几十家行业翘楚串联。未来该联盟如果可以整合各自优势资源和品牌资产，无疑将会拉动北京本地消费者回流以及国内外游客在王府井商区的汇集。

Q：您如何看待疫情防控下，北京消费市场的变化?您觉得未来什么样的消费需求是消费者所追求的?

A：随着疫情防控常态化，北京消费市场呈现恢复性增长趋势，其中服务性消费和社会消费品零售总额均有显著增长，我们依然对北京的高端零售行业充满信心。从消费者需求上看，我们相信回归自然、可持续发展的绿色健康生活方式依然是后疫情时代的主流趋势。