

银泰in88如何摆脱王府井大街“南热北冷”

从大牌云集到奢侈品品牌全部撤店，银泰in88的高奢路线不奏效了。3月26日，北京商报记者走访银泰in88时发现，银泰in88内的Prada和miumiu已经撤店。近年来，卡地亚、蒂芙尼等多家奢侈品均从银泰in88中撤店，场内暂无奢侈品牌。同时，商场还引入了超级碗、小鹏汽车等新品牌，品牌定位与此前截然不同。在奢侈品聚集效应弱化的背景下，接下来的银泰in88如何发展才能立足王府井成为新的思考路径。



2008年

2009年

2014年

2017年

2023年3月

北京银泰大事记

北京银泰乐天百货开业，该商场由银泰集团与韩国乐天集团共同持股，双方各持50%的股权

中国银泰投资有限公司买下乐天银泰百货剩余的50%股权

商场正式更名为银泰in88

新团队上任后，商场进行“商改写”的改造，商场四至八层全部改为写字楼，与商业楼层不再联通

Prada和miumiu撤店，商场内暂无奢侈品牌，商场内品牌数量不足40家

名品退场

奢侈品也不能让商业项目“永葆青春”。北京商报记者走访银泰in88发现，位于商场1-2层的奢侈品品牌Prada和miumiu不再营业。早在3月7日，记者走访时就发现，Prada和miumiu店铺二层已经不对外营业，一层虽尚处营业状态，但店铺未有消费者驻足消费。

针对Prada和miumiu撤场原因，北京商报记者以邮件的形式分别给出了相应品牌母公司及银泰in88官方邮箱，截至发稿暂未收到回复。

虽奢侈品撤场原因没有明确的答案，但品牌周边门店工作人员向北京商报记者透露，日常商场客流稀少，所以不少品牌退场。

通过走访不难看出，即使是在就餐高峰时间段，商场内客流依然不显，各家餐厅的就餐落座不超过10桌。

在此前北京商报记者多次走访后了解到，曾经的银泰in88奢侈品品牌云集，Valentino、Y-3、Bottega Veneta等众多品牌分布在商场1-2层，商场内有Burberry、Cartier等一线品牌，但奢侈品品牌未能给银泰in88带来有效的增量，在随后的几年，这些奢侈品更是逐渐从商场中撤出。

大众点评数据显示，银泰in88三万平方米的营业空间内仅有42家店铺，其中包括Prada和miumiu等部分已经关闭品牌，这则意味着，现阶段银泰in88商场内营业店铺可能更少。

北京商报记者通过银泰in88官方微信公众号信息对比发现，此前该商场曾引入松山

棉店、TASAKI、六福珠宝、万宝龙等品牌，但目前上述品牌均已撤店。虽然目前小鹏汽车、超级碗、陕嘻嘻等品牌进驻商场，但品牌层级对比一目了然。

内忧外患

在本次撤店潮之前，银泰in88已经经历多次大调整。商场四至八层全部改为写字楼，与商业楼层不再联通。再加之2009年银泰集团对韩国乐天集团股权收购后的改造，发展至此，银泰in88已经历多次调改，奢侈品始终是不能放下的重要组成部分。

从银泰in88所属的王府井商圈来看，银泰in88地处王府井步行街北沿的开端，8号线地铁直通商场内部。即使在政策利好和交通优势倾斜下，银泰in88依旧没有太多的改变。

相较于商圈内的其他商场，银泰in88没有形成属于自己的发展优势。即使采用“品牌+旗舰店”的模式定位，但发展品牌受到王府井、王府半岛等同类型奢品项目的竞争，发展体验业态又未能同东安市场、东方新天地等设计师云集和精致生活类商场媲美，在王府井商圈内尚未形成自身优势。

再从整体北京商业来看，银泰in88可对标的项目也不多，定位模糊或是难以突围的原因。高端对比，北京skp和国贸等商场拥有大体量、差异化的品牌优势；同大众类商场如合生汇、大悦城相比，银泰in88品牌的数量和多样性不及；从小体量配套商业方面对比，中海环宇荟、远洋未来汇、大悦春风里拥有比银泰in88更为稳定的客流和品牌矩阵优势。

正因其受交通、商业体量、自身定位等因

素影响，银泰in88坚持的高奢路线才一直未能盘活项目。中国百货商业协会秘书长杨青松强调，适宜走高奢品牌路线的商场一定在所在区域或城市有足够数量的高端消费能力的消费者，且有足够大的运营空间匹配奢侈品品牌发展。“奢侈品品牌大多需要较大经营面积，配合其品牌器材、环境布置和产品展示，这也是大多奢侈品品牌布局在可以进行外立面展示的商场一层的原因。”

加码潮流

2022年11月，《北京市商业消费空间布局专项规划（2022年-2035年）》正式发布。内容指出，将以王府井为抓手打造千亿规模商业消费集聚区，实施王府井主街景观综合提升和西街片区更新工程，将王府井步行街打造为独具人文魅力的国际一流商业街区。

便利的政策扶持，配合王府井步行街的整体规划，未来或成为银泰in88的发展契机。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳认为，凭借优越的地理条件，银泰in88拥有较高的商业基础，如想继续商业发展，势必要对商场进行重新定位。

现阶段，高奢路线并不适宜银泰in88发展，高奢品牌的离场恰可成为银泰in88做出重新调改的机遇。未来，银泰in88可通过引进沉浸式体验业态及潮流业态以增加消费者驻店时间，同北京apm形成人群共享，助力商业回暖。

杨青松也表达了同样观点，他指出，现阶段首先要做的是清晰定位，目前来看走高奢品牌路线已经失败，银泰in88应开展市场调研找到适合自己的目标客群，并配合王府井商圈的相关利好政策，做出重新定位。作为王府井步行街上的商业项目，银泰in88拥有足够亟待开发的潜在旅游客群和拥有消费能力的Z世代消费者，可参考上海TX淮海年轻定位，通过举办展览和跨界活动，给予消费者持续新鲜感。

“在重新定位的基础上，寻求自身发展特色，或许是银泰in88寻求涅槃的最佳选择。”杨青松坦言。

北京商报记者 刘卓澜 王思琦/文并摄

Market focus

家乐福中国内地首店关闭 大卖场还有“漏儿”捡吗



门店 | 打包进行时 准备撤店

家乐福中国内地首店进入停业倒计时阶段。3月26日，北京商报记者走访家乐福创益佳店看到，店内大多数货架空置，水果、干货、熟食等区域已无商品在售，一些未售完的蛋品、日用品等商品被堆放在一起，已用胶带打包好。收银台附近摆放的“大清仓”货架上标有“3折起”优惠，主要是酒水、饮料等。

家乐福创益佳店的一位工作人员表

家乐福的调整收缩在持续。3月26日，北京商报记者走访家乐福创益佳店看到，门口粘贴着停业公告，店内多数货架空置，许多未售完的商品已用胶带打包好。创益佳店是家乐福在中国内地市场的第一家门店，也是中国内地第一家真正意义上的超级大卖场。分析指出，大卖场已无法适应市场需求，打造多元业态、增加生鲜占比等优化措施或许能一定程度缓解压力。

示，上述情况已经持续了一段时间，“过完这几天就关了”。门口张贴的停业公告显示，家乐福创益佳店因租约到期，将于3月29日起停止营业，消费者手中的家乐福购物卡可在北京区域其他门店使用。

对此，北京家乐福相关负责人回应表示，门店租约到期，租金将上涨，北京家乐福出于综合考虑暂不续租。大卖场无法再享受此前的市场红利，在电商兴起之前，商超能够为周边带来可观的消费流量，因此相应的房租、物业会为商超推行便利措施，如今十几年过去，很多商超面临与业主重新续约，而相应的房租、物业等红利已不在，出

于商业经营考虑，不少商超进入因租约到期闭店时期。

住在周边的林女士趁着周末，一家人到家乐福创益佳店购物，她表示，“虽然没有很多优惠，但是手里的购物卡还是得赶紧用掉”。北京商报记者看到，林女士一家推了3个装满的小推车，其中一个放着3袋大米、2瓶桶装酱油。

值得注意的是，家乐福创益佳门店于1995年开业，经营面积达8000平方米，是家乐福在中国内地市场的第一家门店，也是中国内地第一家真正意义上的超级大卖场。

竞争 | 社区店抢食 线下承压

消费习惯的改变、租金上涨是“压垮”大卖场的稻草。各类社区店的“出线”，也蚕食着大卖场的市场。首航超市、物美等多家连锁企业纷纷开设社区小店，抢占市场。从单店的运营来看，主打“小而精”，为消费者提供更高品质的消费，并通过临近社区以吸引周边消费者。

北京商报记者从业内人士处了解到，业内也在培育社区海鲜店等细分品类社区店，新型门店入市，将进一步分割市场。

此前，首航超市相关负责人曾提到，小店基本已经跑出盈利模式，首航超市未来还计划多开一些小店。据悉，2022年，首航超市旗下小门店在京第三家门店正式营业当天，便创下了8万元的销售额。

小业态成为风口与消费习惯的变化有着密切关系。都市生活节奏加快，消费呈现碎片化，社区小店带来的便捷性抓住了消费需求。

2022年，北京市商务局还发布了《加快建设一刻钟便民生活圈促进生活服务业转型升级的若干措施》。其中提到，2025年，全市将实现一刻钟便民生活圈全覆盖，形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系，将“家门口消费”设施建设提上日程。

机遇 | 产品优化 寻求“性价比”

面对市场的竞争与变化，北京家乐福也将做出调整，上述北京家乐福相关负责人指出，北京家乐福旗下门店正在进行升级，目前已有9家门店完成升级。门店对接新的供应商，增加商品供应。另外，卖场室内环境优化，货架间的过道距离加宽，提升消费者的到店体验感。同时，家乐福超市也将提升场内商品自有品牌比例，进一步丰富产品种类。

天使投资人、知名互联网专家郭海提到，零售业的未来是“新零售”。新零售对消费品、消费行为、消费场所进行了重新定义和塑造，这些结合了多渠道、多服务，以需求和体验为中心、技术为驱动的新型业态，将会对零售行业产生深远影响，并有望成为引领零售行业转型的重要尝试。

北京社科院研究员王鹏指出，当代消费者更注重个性化的需求，“精品化”将成为零售门店的转型方向。过去，大卖场以产业链、供应链线条长、层次多著称，到如今这些反而成为了劣势。同时，单店体量较大，快速的转型存在一定难度。王鹏认为，大卖场的选址需要调整，选址在中老年人较多的位置依然有一定市场。同时，门店需要优化商品结构，提高日常生活消费品比例，同时继续主打“性价比”路线，也会有出路。

北京商报记者 王维祯 胡静蓉/文并摄