

## 商圈 改造几步走 &gt;&gt;

**开栏语:**北京商圈升级改造如火如荼,这一过程中,有的探明方向,有的摸索徘徊。北京商报记者阶段性走访调查发现,从北京全域来看,商圈发展依旧不均。地标性项目在自我拔高的过程中,商圈的配套难免跟不上;远郊商圈的政策扶持不断,但圈内项目之间竞争分流严重,难免形成内耗。为此,北京商报特选几大代表性商圈,针对区域内存在的问题提出建设性意见和可行性方案。

# 王府中環加码重奢 王府井商圈融合升级

暑期消费来临,商业体的加速调整带动了商圈人气。北京商报记者走访发现,开业之初便主打“高端”的王府中環,在消费者需求、高端消费市场变化条件下,进一步调整场内布局,重奢品牌占比进一步扩大。值得注意的是,王府井大街上商业体众多,但项目之间却缺乏联动与相互导流,不同项目之间改造进度不一,客流情况也冷热不均。分析指出,作为传统地标,王府井商圈不仅要满足本土消费者,还需兼顾游客的需求。基于此,王府中環的重奢路线需把握好尺度,而王府井商圈也应该平衡好商业与文旅的关系,并做好项目之间的联动,加速文商旅融合。



## 加大重奢占比

王府中環场内的重奢品牌占比进一步增加。7月17日,北京商报记者走访王府中環看到,商场内近期入驻的BURBERRY、PRADA精品店、华伦天奴等已正式营业,东座原芙拉及潘多拉已先后被蒂芙尼、卡地亚品牌替代,

不久前撤出的维秘全球旗舰店位置目前正围着围挡,接手品牌仍未揭晓。

北京商报记者调查获悉,王府中環GUCCI换位置重开后,打造了双层全品类精品店,而PRADA、Dior、BURBERRY、卡地亚、蒂芙尼等品牌亦同样打造了双层门店。总体来看,首层的奢侈品品牌基本都采用这一风格,商场内部、外部的外立面无不显示出王



府中環对重奢品牌的重视。

在王府中環负一层至二层,运营方亦进行了相关品牌调整。目前,场内部分位于二层的品牌如DENHAM、北面等被移至负一层,近期负一层还迎来了CARVEN、Marimekko等六七家新店,目前仍有近半面积在围挡中。据商场工作人员介绍,负一层已改造了近半年,随着装修接近尾声,在本月还将陆续有新门店开业。

本轮调整后,王府中環一至二层将以奢侈品为主,负一层则主要是潮流时尚品牌。对比王府中環新旧品牌的特点及调整趋势可以发现,“重奢化”正逐渐成为其鲜明的标签之一。记者就相关调整情况及未来规划向王府中環方面发去采访提纲,但截至发稿未获得回复。

奢侈品时尚领域专家张培英指出,王府中環加码重奢是商业体竞争的必然结果。他表示,一方面,随着消费分级进一步明显,部分消费者对于奢侈品的认知及购买需求发生改变,高端消费市场扩大;另一方面,在王府井这样的地理位置,重奢品牌的利润空间才能承担更高的租金、运营成本。

## 区域冷热不均

北京商记者在工作日期间走访王府井大街看到,即使天气炎热,但在暑期这一时间节点,王府井大街上还是有不少游人,其中不乏带着行李的外地游客。中午时分,王府中環、东方新天地场内较热闹,餐饮门店更甚;而北京市百货大楼、工美大厦等项目则相对冷清。

张培英指出,结合王府井商圈的客群特点,王府中環在引进重奢的同时,还需要兼顾时尚潮流、街头品牌等。“侧重奢侈品,但相对大众的业态也不能抛弃,多维度布局才能吸引更多层级的消费者。”张培英说。

王府中環于2015年正式进驻王府井步行街,这一项目的诞生与王府井商圈的转型息息相关。在百货零售遇冷之际,王府井商圈尝试发展高端商业。2022年11月发布的《北京市商业消费空间布局专项规划(2022年-2035年)》中,王府井与西单、前门一同被规划为四大国际消费体验区之一,北京市将以王府井为为抓手打造千亿规模商业消费集聚区。其中,王府中環项目是王府井商圈下一步品牌升级的重要支撑。

消费提质升级趋势下,王府井商圈内的其他项目也正抓紧调整。目前,原新燕莎金街改造为主打国潮的喜悦购物中心;东方新天地不断引进新店,首层西区集合了一众高端服饰及珠宝腕表品牌,多家茶饮、咖啡品牌更是打造了北京最“卷”咖啡角;东安市场则尝试引进国际一线奢侈品牌、独立设计师品牌和高街潮牌等;不久前,老字号北平制冰厂的新门店也亮相王府井步行街西侧。

## 加速文商旅融合

与其他商圈相比,王府井商圈并不单纯是商业消费空间,更是成为了外地游客到京旅游的打卡地之一。从游客需求来看,外地游客到访王府井商圈,是基于王府井作为老北京名片而来,希望从中获得别的城市所没有

的文化体验;而就本地居民消费而言,人们的消费需求进一步升级,更多地寻求新奇好玩的体验,期待在老商圈中找到新玩法。

不久前,老字号北平制冰厂亮相王府井大街,自创IP“大白熊”、门店独特的蓝色集装箱外观、文创雪糕产品等,吸引大量游客、本地消费者进行打卡。老字号的新玩法,为王府井商圈提供了范例。同样,位于朝阳大悦城的teamLab无相艺术空间开售后,不仅为朝阳大悦城带来本地客流,更有京外消费者前来打卡。

不过,从王府井商圈现状来看,硬件配套设施不足、区域项目发展参差不齐是必须面对的问题。业内人士指出,针对游客群体而言,王府井商圈缺少诸如街区、老字号品牌的介绍指引以及供休憩的空间;同时,由于客群构成复杂,王府井商圈既有高端、奢侈品牌,也有较低端的特产、百货零售等,加之各项目改造分散推进,难以推动整体进一步协同发展。

在时尚透明度创新中心创始人杨大筠看来,王府井、西单都是传统意义上的北京旅游步行街,游客群体是王府井商圈、西单商圈的客群构成之一。王府井商圈要兼顾好本地消费者、游客的需求,推动文商旅融合发展。

杨大筠表示,如何平衡好旅游地标及商业消费空间是地标商圈需要思考的问题,“需要注意的是,游客群体中选择购买高端奢侈品的并不在多数,故王府中環的重奢调整需要把握适当的尺度”。他还指出,王府中環在与SKP、国贸商城以及同样增加重奢比例的太古里北区相比,将面临一定压力。

北京商报记者 刘卓澜 胡静蓉/文并摄

## 商超求变纪实

**开栏语:**社区团购、直播带货等新模式层出不穷,连锁超市正面临极大的挑战。超市行业并未停止持续创新与探索的步伐,并通过拓展增设场景,与消费者加深链接等,尝试与消费者产生更新的互动,让消费者重新回到线下,也为业绩增长创造更多可能性。

# 搭车夜经济 商超花样留客

## 商超夜晚升腾“烟火气”

“休息日傍晚,每天会有四五十位顾客到店体验嗨吃嘉年华的自助餐,这也直接拉动了晚间时段到店客流增长”,物美超市惠新店总经理张传涛表示。

北京商报记者观察发现,自入夏以来,物美超市在北京市内门店轮流举办嗨吃嘉年华活动。不过,嗨吃嘉年华的开始时间从白天改为晚上。据介绍,该门店的嗨吃嘉年华活动将开展至8月底。嗨吃嘉年华自助餐的开场时间为17点30分至20点30分,分为两场,可食用餐品超数十种,包含榴莲、小龙虾、寿司、甜品、果汁饮料、冰激凌、啤酒等。

20点30分,在走访中,物美超市惠新店依然有顾客到场购买商品,对自助餐的形式感到好奇,并向门店顾客咨询参与方式。

据物美集团相关负责人介绍,此次嗨吃嘉年华活动将拓展至华北、华东等地区,全国80家门店参与。嗨吃嘉年华夜场活动还将组织品牌商品特卖集市、时令果蔬特卖集市、游戏互动/表白打卡、新注册好礼发放等多个活动。

堂食为门店带去不少流量,华冠超市相关负责人向北京商报记者表示,在发力夜间消费方面,超市内举办夜场举行打折促销活动,餐饮、零售均参与到促销活动中。

另外,晚间的折扣活动也为超市门店吸引了不少消费者。永辉超市相关负责人提到,公司强调不卖隔夜肉,18点后,猪肉将根据售卖情况打折销售。

## 夜间经济成为消费领域新的增长点

近日,北京商报记者接连走访观察到,北京商超在下午至晚间推出“夜”消费活动。例如,推出定时打折商品、自助餐等,吸引年轻客流到店。同时,夜间销售也撑起超市门店业绩。18-20点是超市门店的销售小高峰,尤其外卖类订单数量看涨。

近年来,在新型体验式消费、即时零售等新业态融合发展下,本地消费供给种类和质量也在不断提升,不仅更好地满足了市民夜间消费需求,又促进了超市等本地实体经济的繁荣。

## 夜间消费订单增速快

北京商报记者走访部分超市发现,晚间,不少超市客流较多,部分超市会出现结账排队的现象。张传涛表示,18点后是门店经营的晚高峰,尤其是工作日,期间到店顾客、线上订单均会出现高点。

一位超市收银人员表示,19点以后,店内顾客渐渐地就多了起来,这也是一天经营中遇到的较大客流段,许多市民把超市当成了



夜间休闲的好去处,既“消了食儿”,又能买到实惠的商品,还带动了超市销量。

华冠超市相关负责人透露,夏季以来,18点后,门店的客流量与销售额均有所增长,预期销售额增幅约15%。即时配送订单也在晚间出现下单高峰,其中,餐饮类外卖订单增长最多。

值得关注的是,社交、体验类的活动更吸引消费者。商场内的啤酒花园、创意市集、电影院、电玩城等活动,吸引了更多的年轻或家庭式客群,也给超市带来了更多的流量。



今年3月以来,借势夜经济,实体店中的外卖和外送生意也跟着进一步向好。美团数据显示,今年3月以来,平台上夜间(18点至次日6点)到店餐饮订单量同比增长66%。在即时零售、社区电商等新业态助力下,线上夜间消费同样火热,这也给实体超市的外卖业务带来了大量订单,同比增长48%,商场外卖订单量同比增长51%。

今年3月以来,借势夜经济,实体店中的外卖和外送生意也跟着进一步向好。美团数据显示,今年3月以来,平台上夜间(18点至次日6点)到店餐饮订单量同比增长66%。在即时零售、社区电商等新业态助力下,线上夜间消费同样火热,这也给实体超市的外卖业务带来了大量订单,同比增长48%,商场外卖订单量同比增长51%。调研数据显示,65.7%的消费者会通过线上渠道进行夜间消费,包括线上点外卖,看剧、刷短视频、玩游戏等夜间线上文娱活动。线上新业态和居

民夜间消费需求“相互成就”,给商家带来了生意“新增量”。

## 多业态融合促增长

对于超市而言,线下店是最大的消费入口。夜经济升温,新型体验式消费、即时零售等多种新业态融合发展,使本地消费供给的种类和质量不断提升,更好满足市民夜间消费需求,进而促进本地实体业的繁荣。

“夜经济的繁荣能够为城市带来持续的消费需求,促进商业活动和服务业的发展,增加城市吸引力”,全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示。夜间经济能吸引更多的人参与消费,提供更多的工作岗位。

夜间经济应该考虑区域特色,实现多业态融合,促进消费整体增长。IPG中国首席经济学家柏文喜表示,夜市经济发展的机遇在于当下政策面和社会氛围的合力推动,以及行业创新能力不断提升。企业构建夜市消费场景,延长了消费时间、扩大了消费场景,活跃了消费氛围,是推动经济复苏、市场回暖的有力举措。

“基于这些变化,消费新‘夜’态需要针对客群变化和消费潮流、消费心理变化,对引流IP、消费内容、营销推广活动等进行综合性加速升级,以提升与消费变化的匹配度。而创新打造消费新场景也成为推动新消费和夜经济的重要依托和手段,比如购物中心创新夜市场景、老街区恢复传统夜市、文创街区增加演艺活动以吸引客流等。”柏文喜说。

北京商报记者 王维祎/文并摄