

百货购物中心：喜忧参半凸显社交属性

百货业在2017年仍是悲喜交织，一路上既有品牌倒下，又不断有品牌传来捷报。不过，与前几年相比，2017年百货业少了实体唱衰或者回暖的声音，更多的是真刀真枪、掷地有声的调整举措。而购物中心压力相对较小，但在创新上则是八仙过海各显神通。从各家企业的调整来看，精品化、强化体验、加码社交则是几大趋势之一。不论是餐饮美妆还是品牌活动、文化展览，百货、购物中心等实体零售正在越来越多地承载非纯零售拓展新业务。



前三季度中国购物中心发展指数

指数指标	权重	一季度指数	二季度指数	三季度指数
全国综合指数	100%	68.3	64.8	66.9
现状指数	60%	63.6	57.9	63.4
租赁活跃度	8%	80.8	81.3	80.7
运营表现	22%	80.1	72.8	83
成本控制	25%	39.7	33	37.5
预期指数	40%	75.3	75.1	72



2017年北京市场百货业闭店大事记

- 3月中旬玛莎百货世贸天阶店正式闭店
- 5月中旬华堂商场北京丰台北路店闭店
- 5月30日百盛长楹天街店闭店
- 12月初消息，北辰购物中心亚运村店将于2018年1月初正式闭店

·现状篇·

关键词 1 持续闭店

与前两年相比，今年百货业品牌闭店的情况依旧在持续。就北京市场而言，3月中旬玛莎百货世贸天阶店正式闭店；5月中旬华堂商场北京丰台北路店闭店；5月30日百盛长楹天街店闭店；12月初消息，北辰购物中心亚运村店将于明年1月初正式闭店。

另外，转型调整的商场也不在少数。今年8月，贵友大厦建国门店闭店调整，11月开业转型迷你购物中心；王府井银泰in88计划将转型为办公楼，王府井淘汇新天也计划将4层以上改为写字楼。北京百货大楼则进行了大面积的调整，南馆辟出1万多平方米的空间引入英国最古老的玩具零售品牌哈姆雷斯，500多个品牌重装升级。

关键词 2 多元发展

在百货业的转型调整当中，今年的步伐要大得多，且多见跨界尝试。今年3月，王府井百货与便利店O2O企业河南爱便利共同发展王府井爱便利品牌。9月，王府井百货和首航国力签署战略合作，以“王府井首航”为商业品牌，布局社区型购物中心。除此之外，王府井百货在各地仍继续拓展购物中心项目和奥莱项目。

上品折扣则在今年年中开出首家上品+互联网城市奥莱，相关负责人告诉北京商报记者，还将借助官方App打造消费闭环。天虹股份则在今年4月设立百货自营事业部、购物中心事业部、便利店事业部、超市事业部4个专业部门，便利店事业部成为其主要业务之一。新上任的董事长高书林也曾表示，天虹的业务重心将在购物中心、体验式超市和百货的转型升级以及新型便利店的发展上。

关键词 3 加码智能

事实上，智慧建设在百货商场近几年的建设当中早已提到。早在几年前，西城区商务委就曾针对西单商圈提出要建设智慧商圈。从具体商场的建设来看，智慧建设也差不多成为共识。

汉光百货在微信小程序上线后不久即开发了自己的会员卡小程序，同时建设线上商城。百盛的手机端商城今年整体也有较大的提高，此外，银泰百货商品数字化、商城数字化，开始线上线下联动。西单大悦城、侨福芳草地等也有不少智能服务。如今，智能停车、智慧母婴室、室内品牌导航等作为配套服务的智能建设在不少商场已经落地。

·趋势篇·

关键词 1 精品化

作为优化消费体验的维度之一，精品化正在成为百货商场和购物中心调整的方向。百货大楼对原来的品类和品牌呈现进行了调整，打造了诸多以品类为标准划分的区域。汉光百货在之前的调整中，商品品类的选择和具体位置也是重点调整的方向之一。新世界百货崇文门店今年也在北馆新开放了不少细分品类区域。传统的百货店区位多在核心商圈，后者往往承担着消费者买“尖货”的功能，精品化自然也将成为百货业调整的趋势之一。

这一趋势同样适用于购物中心，不久前西单大悦城引入了一批一二线的美妆品牌，轻奢品牌也是重点布局方向之一。

关键词 2 体验化

体验化事实上是整个实体商业说了好几年的关键词，但从今年各个企业的调整来看，仍将是主流趋势之一。据悉，针对顾客需求，翠微股份旗下门店也在增加体验式业态，相继引进了KTV、影院、健身房及众多知名餐饮品牌，综合服务功能品牌现已达近200家。

说到体验化，这几年百货店直接或者是易主转型购物中心的现象也时有发生。京籍老牌百货贵友大厦今年直接转型迷你购物中心；在外地市场，福州王府井传统百货转型多种业态组合的百货MALL。其他易主转型的案例更是不胜枚举。尽管电商和实体各有优势，但电商对实体商业的冲击不可否认。而体验则是实体为数不多优于电商的特点，这一优势也被实体商业在竞争中看重并放大。

关键词 3 社交化

相较于百货店而言，有丰富的餐饮、娱乐、文化等体验业态的购物中心本身就承载着更多社交的功能。在如今的趋势当中，前者在适度改变，后者则在强化这一属性。

作为京城老牌百货的代表之一，翠微股份这几年围绕时尚与品质，以经营生活方式为核心，向生活方式的提供者转变，打造时尚生活中心和社区生活中心。银泰百货也是百货店社交化的代表品牌之一。商场在这种社交化中获得了连带消费，产生的数据最终在经营层面成为经营决策依据的一部分。

北京商报记者 郭白玉