

这边厢,陪伴广州人25年的百货要撤场

业内人士称,如今很多百货公司都在往购物中心转型,

在2021广州国际购物节、“Young城Yeah市”金秋消费促进月等全市性消费活动加持下,国庆长假期间,全城消费氛围被推至最高点。记者从广州市商务局,10月1日~7日,广州主要商圈及商业载体客流量及销售额同比均有双位数增长。

然而,就在全城联动促销、消费氛围拉满的时候,陪伴广州市民25年的广州王府井百货却突然传出了闭店的消息。对此,有业内人士认为,如今很多百货公司都在往购物中心转型,而已获国际消费中心城市“入场券”的广州,正随着多个高端商业项目的进驻而变得越来越有“国际范”。

■新快报记者 陆妍思 文/图



■国庆黄金周期间,广州主要商圈及商业载体客流量及销售额同比均有双位数增长。

A 传广州王府井百货或闭店 业内人士说“不惊讶”

现在很多百货公司都在往购物中心化转型,但王府井百货由于受建筑结构和规模限制,进行改扩建,似乎有点难。

10月2日,一封关于广州王府井百货结业商业信函受到了不少广州市民的关注。

信函中称,“因商场物业租赁合同将到期”,广州王府井百货将于2021年11月30日闭店后停止营业。信函还提及,“我店将开展第一阶段闭店清仓的营销活动,以丰富的会员回馈、超值的积分兑换及大力度商品折扣等活动,掀起新一轮购物狂潮。”该文中,同时公布了以下两大优惠活动:一、10月15日至10月30日,大部分商品低至3折;二、10月15日至10月31日,万件商品99元。

新快报记者10月2日来到位于越秀区农林下路的广州王府井百货,其大门上方悬挂着“10分给力,1促即发,大部分商品5折起”的大型横幅,但来购物的消

费者并不多,且均对闭店一事毫不知情。记者以消费者身份咨询商场服务中心确认了闭店消息,并被告知“购物卡、积分等须尽快使用及兑换”。但当以记者身份致电官方客服电话咨询时,客服则表示“以官方通告为准”。而记者从可靠消息人士处获悉,网上流传信函中的闭店时间属实。

10月9日,记者再次来到王府井百货,虽然当天风雨交加,又是补班的工作日,但店内的情景却比2日还要热闹许多,挤满了闻风而来“扫平货”的消费者。很多品牌专柜也纷纷挂上“2折-6折”的牌子,从鞋品到服装再到家用电器等日用品,折扣力度比国庆更大。某女鞋品牌专柜打出了一口价99元起的标牌,店员对记者说,“结业清货,做到11月底就撤场”。

一位正在试鞋的阿姨一口气买下了3双,“听说15日过后会更划算,但我怕到时候好东西都没了,赶紧先下手”。

一位住在附近的刘女士对记者说,王府井刚开的时候还是经常来购物的,但后来对面开了广百,既引入永旺超市,又有很多餐饮店,渐渐就很少过来这边了。“前几天听说(王府井)要闭店,特意来缅怀一下。”

“传统百货店就好似士多一样,已经见少买少了。”一家三口专程从荔湾区过来购物的林先生对记者说,广州王府井的硬件配套明显已跟不上时代发展,“停车场太小,离地铁口又远,要不是听说结业,肯定不会特意来。”

作为王府井百货集团实施百货连锁经营对外发展的第一家门店,广州王府井百货从1996年7月就开始营业,至今已

经25年。“市场是最公平也是最无情的,优胜劣汰一直都会存在,不管品牌名气多大、历史多久,跟不上时代的变化、适应不了需求的提升,必然遭到淘汰。”对于广州王府井百货突然结业,广东省商业地产投资协会会长黄文杰并不惊讶,他分析,现在很多百货公司都在往购物中心化转型,但王府井百货由于受建筑结构和规模限制,进行改扩建,似乎有点难。

广东财经大学商贸流通研究院院长、广东省商业经济学会会长王先庆接受记者采访时也表示,随着近年电子商务线上购物普及,百货、大卖场等传统业态的经营状况已大不如前。“传统百货选择关门,从某种程度上体现了广州在培育建设国际消费中心城市过程中经历的业态升级、消费升级、城市升级。”

B 广州消费业态再升级 吸引多个品牌首店进驻

正佳广场、天河城、太古汇、天环广场等引进国际品牌及国内知名品牌开设首店、首发新品,依托2021广州国际购物节打造“新品、名品、优品”发布平台。

其实在刚过去的国庆长假,拿到培育建设国际消费中心城市“入场券”的广州显示了旺盛的消费力。

9月29日晚,由广州市政府主办的2021广州国际购物节启动。广州市天河区全区25家商贸载体近4000个商家联手推出100场购物节系列消费体验活动;越秀区推出穿戴类商品3.8折等优惠活动;荔湾区在汽车、商超等零售住餐领域发放1000万元的消费券;白云区举办时尚购物、快乐体验等系列主题体验式休闲活动等。

国庆期间全市各区超过150家商业综合体、百货和平台,举办了超过500场次的线上线下主题促销。这一波国庆假期的全城促销也带动各大商圈客流量与销售量的双涨。

据广州市商务局数据显示,天河路商圈、北京路步行街、荔湾区上下九步行街1日~7日客流量分别为1367.13万人次、411.34万人次、41.3万人次,同比2020年分别增长26.4%、15.22%、11.9%。

从销售额来看,北京路步行街国庆长

假期间实现营收6.15亿元,同比2020年增长10.78%,同比2019年增长83.40%;永庆坊1日~7日总销售额超过600万元;番禺万博商圈国庆假期客流和销售额比2019年增长了2倍。

在零售企业方面,广州商控集团广百百货、广州友谊两大百货预计10月1日~7日七天销售实现2.6亿元,同比2020年持平,同比2019年增长23%;摩登百货实现销售额2800万元,其中黄金珠宝类销售同比增长20%。值得一提的是,国庆期间,广州充分发挥天河路商圈的区域带动效应,持续做强做优“首店首发经济”。

10月1日一大早,“乐高迷”李先生就来到广州乐高全球旗舰店排队等待进店,他的目标是当天首发的新品“马力欧问号砖”,更期望有幸获得“广州开业乐高砖”,这一产品全球仅有1000份。

国庆假期首日,全球最大的乐高品牌旗舰店在正佳广场开业,这家店拥有交互式“故事桌”、自制马赛克肖像机、个性化

定制公仔等特色设施,此外,还有巨大的广府文化积木组,包括舞狮、花舫粤韵和粤食粤点等。

乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说,广州凭借文化底蕴和创新精神向国际消费中心城市迈进,对广州旗舰店我们抱有更多期待。“这里引入了全面互动式新零售模式,还增加了具有岭南风情的模型,希望成为一个地标式的玩乐打卡点。”

此外,国庆期间广州还有不少知名品牌首店开门迎客,9月30日,刚因好莱坞红毯风格2022春夏发布会登上热搜的巴黎世家在广州太古汇开出广州首家精品店,吸引城市潮人集体打卡。9月29日全面开业的广州环贸中心,在环贸天地引入了多家知名品牌的广州首店,包括万达院线旗下影城品牌寰映影城、意大利咖啡品牌LAVAZZA拉瓦萨、法国干邑品牌马爹利全球的第二家旗舰店干邑世家旗舰店、华南首家梅赛德斯-AMG品牌体验中心、上汽奥迪华南首家品牌体验中心等。

