

领跑竞争激烈的零售业,因为它一直在变

杭州大厦跃城十年

从商业运营者到美好生活引领者的高光时刻

马焱 金薇薇

说到改变城市美好生活,人们首先会想到规划升级、产业迭代……很少会有人将一个企业的成就,提升到这个高度。

不过,在杭州,的确有这样一个商业项目,用十年时间,改变了人们对美好生活的认知。

它,就是杭州大厦购物中心。

从某种意义上来说,像西湖一样,杭州大厦也是杭州的一张金名片。从2009年升级为购物城至今,十年时间,杭州大厦在中国高端百货业内一直处于第一梯队。近年来,杭州大厦的销售保持稳步增长,去年更是创下了开店以来的最佳业绩,今年上半年,营业收入持续增长,同比增幅为7.5%。

“前不久我去上海参加一个会议,同行看到我就问杭州大厦这样的业绩,到底是怎么做到的?”杭州大厦董事长童民强笑了笑说,“这是因为,我们一直在变!”



小时新闻APP

扫一扫二维码
了解财经大事

500余次品牌调整 “变”成就了这座城的辉煌十年

2009年,杭州大厦C座、D座陆续开业,加上已有的A、B两座和在建的地铁商业区,杭州大厦在武林商圈划出了一个充满激情和吸引力的“Z”字形商业梦想,完成了从中国百货第一店到商贸旅游综合体第一城的惊人跨越。

2019年,杭州大厦迎来了升级购物城后的第十个年头。童民强说:“我们在竞争激烈的零售业能一直立于不败之地,是因为我们一直在变。过去十年,杭州大厦对高端时尚的理解和诠释一直在根据消费者和消费市场的变化不断演变,但是,做‘美好生活引领者’的目标和决心,十年未变。”

这里,是国际奢侈品大牌的集聚地——近1000个品牌中75%以上是国际知名品牌,几乎囊括全球最著名的国际奢品。即使近年来新的购物中心如雨后春笋般出现在城市各地,杭州大厦依旧拥有数家杭州、乃至浙江唯一门店的国际名品:CHANEL精品店、Christian Louboutin、Delvaux、Audemars Piguet、Alexander McQueen……作为高端时尚地标的代名词,杭州大厦实至名归。

这里,有专门为年轻人准备的众多高街潮牌——全国首家CHAMPION、杭州独家Longchamp、杭州独家Chiara Ferragni、杭州独家PINKO……9月,两大国际潮奢品牌Thom Browne和lululemon浙江首店也会进驻杭州大厦。应势打造国际性“潮流中心”,与高端奢侈品形成合力,牢牢抓住时尚、个性、追求品质的新一代消费者。

十年时间,3647个日夜,多达500余次的品牌调整,每一次都源于对未来市场需求的严谨研判,对城市发展路径的深度解读,以及对时尚潮流趋势的持续认知。调整带来了每年稳定增长的营收业绩,杭州大厦正是用这样的速度和节奏,引领着这座城市日新月异商业步伐。

“商品+服务”双核驱动 数字化会员系统上线

销售体量逐年放大,销售快速增长,那么顾客的消费体验呢?是否也随之提升了?杭州大厦显然早已意识到这个问题,除了承载商业功能,以“商品+服务”双核驱动,成为消费者发现惊喜的美好之地,才是杭州大厦真正想要做的。

自从2008年拿到全国商场首把金钥匙,设立金钥匙工作室、推出会员中心管家定制



服务、把医疗门诊搬进服务中心……杭州大厦对以服务赋能,塑造商业溢价的模式给出了最好的诠释。2019年3月,更是跨界携手与国际权威媒体康泰纳仕旗下的时尚设计培训中心,创办了华东首个品位学院。

都说细节决定成败。十年来,杭州大厦进行了多项环境改造和提升,而且不少都是看似不起眼的细节之处。比如,逐层完成的洗手间改造,从所在楼层位置、男女厕位比例、单间大小、香氛味道、花艺摆件等多方面入手,每个细节都在为消费者考虑。再比如,优化行车路线、将代客泊车服务点挪移到与商场直通区域、客梯厅环境改造等,杭州大厦在寸土寸金的商场范围内,把环境提升和空间规划最大程度优化。

而另一个让杭州大厦会员激动的消息是,全新的数字化会员系统上线。杭州大厦的母公司新解百集团正在建立集团数字化会员系统,以数字化赋能的方式,打通、整合、优化集团内零售、医疗、体育,以及未来其他“零售+”业务板块资源,打造集团大服务生态圈,为实体商业装上最强“大脑”。

新会员系统以大数据为基础,洞悉并满足消费者需求,做好全生命周期客户服务,将会员服务从商场、到集团再向外辐射,并逐渐形成多方联动,实现功能、生态、服务的升级。这个新系统已经于9月2日在杭州大厦和全程医疗上线,在杭州大厦周年庆中,会员都将享受到整个集团的优质资源,并体验线上线下更多新鲜互动玩法。

超多浙江首店即将集体亮相 丈量高端零售头部企业发展脚步

“如今,杭州大厦面临的挑战更大了。接下来几年,将有众多外来的商业巨头进入杭州。”童民强坦言。因此,在新一轮三年期调改规划中,杭州大厦再次明确“高端精品百

货”定位,并提出打造“中国零售头部企业”的目标。未来,它会带着“三个中心”、“一个生活”、“一项服务”三大关键词,为杭州美好生活的焕新升级贡献一份力量。

“三大中心”着力将A、B、C、D四座打造为各有特色的时尚生活中心——A、B座将打造奢侈品中心,原有B座一二楼国际重奢楼层扩容至三楼,DIOR、GUCCI将升级为全球最新形象店。部分A座、C座的奢侈品调整至B座,形成奢侈品集聚点,品牌数量从40家增加到超50家。

C座将是现代潮流中心,围绕“潮”IP,做真正的“浙江首店收割机”,这里有超多的“首店”、“独家”,更有年轻人热衷的生活方式。未来将有十余家首店入驻,除了前面说到的Thom Browne和lululemon,还有Heron Preston、GENTLE MONSTER、GOLDEN GOOSE等均为浙江首店。

D座则是高端品质生活中心,打破品牌界限,引入国际奢品居家线产品,同时增设洗护等生活配套,提供新的品质生活方式解决方案。

“一个生活”是指响应杭州打造智慧城市建设总体规划,将中央商城打造为现代城市智能服务和生活体验中心,为杭州大厦业态和品类做补充。

“一项服务”是在现有会员服务基础上,再打造一个集合科技、文化、时尚等元素于一体的复合式生活空间,让顾客以不同方式,却又是自己喜欢的形式与时尚、艺术、文化产生深厚交流。

十年间,杭州大厦一直在挑战自己能力的边界,从未松懈;也在用自己的时尚脚步,开拓着中国高端百货在新零售时代的全新生存空间。

预期目标既已实现,谈及未来,杭州大厦全新的商业征程已然开启,这个商业地标也将在不断发展中被赋予更多的意义和可能性。

接下来一个月有超百场主题活动 一起直击前所未见的时尚表达

9月20日起的持续一个月时间里,杭州大厦将携手众多品牌,引入一系列精彩的周年庆主题活动——

Thom Browne将于9月18日开出杭州的首家门店,带来限时7天的私人订制印花快闪活动;lululemon杭州首店将于9月30日开业,瑜伽、音乐、派对、分享,开启杭州“热汗式”生活方式。除了新店开业,还有

Delvaux全国限量版发售、波司登米兰时装周秀场的全国首秀、宝珀五十噚系列及心系海洋主题全国巡展杭州站、SKII POWER OF PITERA新品首发路演、万事利新国潮风尚秀……超百场仅限杭州大厦独家记忆的城市级活动,引发的不只是直截了当的消费行为,更能变成人们探寻发现新鲜事物的社交和体验场所。

9月20日至9月22日活动开幕期间,杭州大厦更是推出“十年回馈,十重大礼”活动,感恩陪伴多年的消费者,新品限量、独家赠礼、庆生锦鲤高调登场,更有满千返百、满额赠礼、积分兑礼、银行银联刷卡礼、新老会员专享礼包等。

接下来的这一个月,将成为整个金秋的高光时刻。