

是购物胜地,更是美好生活街区,杭州大厦全新品牌形象即将揭晓

武林广场这个“神秘盒子”,点亮惊喜

本报记者 马焱

要说杭州有哪个商场,总是能勾起人们的好奇心,然后释放出一个大大的惊喜,答案就是杭州大厦。位于杭州市武林广场1号的它,以高端定位和强大的品牌集聚效应著称,一直都是人们心目中的商场老大哥,是浙江乃至全国的商业地标之一。

记者近日从杭州大厦获悉,经历了数月的精雕细琢,杭州大厦即将于9月前以全新形象出现在大家面前。焕新后的杭州大厦,好比是杭州武林商圈里闪亮耀眼的“神秘盒子”。盒子里到底有什么?今天,我们就来揭晓答案。

整体改造后的杭州大厦将以全新形象亮相

点
亮

从智慧停车场到时尚街区 武林广场的神秘盒子将为你点亮惊喜

此次焕新,不仅仅是外貌上的、硬件上的,而是涵盖了方方面面。优化零售升级、优化环境升级、强化服务提升,是此次焕新的重点。

“具体来说,今年9月前,杭州大厦中央商城停车场形象提升改造、AB座外环境品牌提升改造及C座运河之滨好运湾亮化,将陆续完成并亮相。”杭州大厦相关负责人向记者透露。

改造完成后,到底会是怎样的一个全新形象?对此,记者在杭州大厦最新版的调改方案里找到了答案——以点亮“Lighting on”为设计理念,在商场AB座通道之间,将会有一个发光的“神秘盒子”,外立面采用深香槟色铝板,搭配彩釉夹胶玻璃;侧面采用深灰和浅灰错落搭配的棋盘格样式、整体向外挑空延伸的屋顶。可以

说,国际消费高地氛围感拉满。

整体来看,由AB座外广场和通道形成的T形街区,就像是国际秀场上的T台,尽头连接的是杭州大厦此次调改中的重头戏:世界级的国际时尚媒体中心。未来,这里将是全球各大奢侈品牌最新系列首发及秀场发布舞台。

届时,焕新的形象就如同神秘盒子被打开,提升整体格局和形象,给消费者一种全新的体验。

除此之外,在不久的将来,杭州大厦中央商城也将迎来全新的面貌。经典商业地标与“新商业”有机结合,在扎实而雄厚的零售商业基础上注入新鲜活力,用更年轻化、潮流化、互动化的商业模式吸引年轻一代消费者。届时,这里或将成为“Z世代”的天堂。

高
端

全品类业态提升消费体验 是商场,更是高端生活方式

说到逛街,大部分人第一反应就是去购物。然而,去杭州大厦,除了购物,更多的,你还能获得精致高端而美好的消费体验。

杭州大厦有着“高端百货+奢侈品品牌”的差异化经营理念。一方面,重视一线奢侈品牌,不断进行品牌调整和布局升级,目前囊括了90%的奢侈品品牌,包括大家熟知的 LOUIS VUITTON、CHANEL、HERMES、GUCCI、CARTIER、PRADA、CELINE、LOEWE等。

从2022年到2024年三年间,杭州大厦更是“收割”了超100家首店,引进了 HARRY WINSTON、GRAFF、BOUCHERON 等高端奢侈品牌,挪威户外品牌 HELLY HANSEN、瑞士百年国宝级家电品牌 VZUG、法国利摩日名瓷 HAVILAND 等生活方式的人驻,更是丰富了高端独家品牌的阵容。各品类的头部王牌,几乎都可在这里找到。

而能够为消费者带来高端消费体验的不仅仅是云集的高奢品牌,更有时髦、惬意且极具松弛感的生活方式。在即将亮相的好运湾滨水商业街区,米其林餐酒吧、人气咖啡店以及网红面包店将一一呈现,在这里,你可以惬意地享受阳光、美食、绿植带来的舒适感受。而这些多元业态的组合,也实现了人与自然、商业与生活的无界交融。

可以这么说,杭州大厦不仅是一个购物场所,更是一个生活社交场,为消费者提供高端生活方式的享受。

今年的9月是值得期待的!因为,有了品牌的提升、服务的加持,再结合内外环境整体改造,杭州大厦最终将成为集高端、大气、品质、数字于一体的国内高端零售标杆性商场。(受访对象供图)

焕
新

从高级珠宝天花板到顶奢品牌沙龙 杭州大厦用实力兑现承诺

除了硬件的改造提升,杭州大厦的软实力在此次调改中同样得到了充分拓展。

比如,就在今年年初,杭州大厦兑现了“珠宝天花板”承诺——集齐美国高级珠宝 HARRY WINSTON、英国钻石之王 GRAFF,来自意大利百年历史的 BUCCELLATI、法国品牌 BOUCHERON,及 CARTIER、TIFFANY&CO.、BVLGARI、VAN CLEEF & ARPELS、MET、DE BEERS、FRED、OEEELIN 等指标性顶奢珠宝品牌。

也许你会好奇,为什么杭州大厦能成为高奢珠宝高地?答案很简单——因为实力。举个例子,在 GRAFF 品牌还未正式入驻时,杭州大厦就已经为其完成了超7000万元的大单,品牌最终选择入驻是水到渠成的事。

除了打造高奢品牌高地,HZT SALON 也

得到了扩容:杭州大厦将新B座4-5F升级为顶奢沙龙空间,打造私密、独特与定制化的顶奢品牌沙龙空间。截至目前,杭州大厦已拥有 CHANEL、LOUIS VUITTON、CARTIER、BVLGARI、GRAFF、VAN CLEEF & ARPELS 共6家国际知名奢侈品牌尊享沙龙。后续 LORO PIANA 尊享沙龙正在筹备中,DIOR、FENDI 等品牌的尊享沙龙也即将亮相。

值得一提的是这些顶奢 VIC 空间的含金量:CARTIER 全球首家独立沙龙、LORO PIANA 全球第二家尊享沙龙、VAN CLEEF & ARPELS 中国首家尊享沙龙、BVLGARI 中国独立沙龙、GRAFF 中国首家独立沙龙、DIOR 中国第三家独立沙龙……

对于杭州大厦的高端客人来说,商品或许可以替代,但独一无二的专享服务是不可多得的。

经
典

36年前的“网红地标”如今在升级调改中实现再一次飞跃

咱们杭州本地人,乃至整个浙江的消费者,对杭州大厦都再熟悉不过了。它成立于1988年,这座103米高的大厦,成为当时杭州第一高楼,是很多杭州本地人和外地游客必打卡之地。用现在的话说,就是“网红地标”了。

在经历数次版图扩张后,如今的杭州大厦占地面积达27万平方米,由A、B、C、D座及中央商城五个商业空间、四星级高档酒店组成,整体呈“Z”字形布局。

1993年,趁着改革开放浪潮,杭州大厦率先提出“商场创名牌,商品做品牌”的商业经营理念,这一差异化战略,让消费者在购物过程中,逐渐对品味及个性有了独到的追求。

接下来,杭州大厦的每一步都精准地踩在了零售行业发展的点子上——

1998年,联合兼并新天龙商厦;2004年,LOUIS VUITTON 在这里开出中国百货首家“店中店”;2005年起,以25亿元的销售业绩、2.56亿元的利润位居全国城市单体商场销售榜榜首,之后,其业绩连续8年全国单体店第一;2021年,全年销售突破百亿大关,成为浙江省首家百亿级商场;2023年,迎来30周年庆典,推出全新会员运营体系“欣计划”……

此次杭州大厦品牌形象升级调改,将是杭州大厦调改史上的再一次飞跃。一个全新的篇章,就此打开。



好运湾滨水商业街区