

“对商业的进步永葆好奇心” 2898characters/13pics, reading time
±6mins Copywriter: Lori

最近，成都城南的商业动态不少。

除了知名新商业项目接连涌入之外，城南处于运营期的项目也有大动静。

其中，开业3年的成都银泰中心in99（下称in99）正在大规模调铺，且新进驻的品牌，频频掀起市场热议。

诸多动态似乎都在传递一个消息，“国际城南”与“传统春熙”的呼应，终于从话题层面开始落到实际兑现层面。

作为旁观者，我们对此喜闻乐见。

所以，本文将从关注in99的最新动向入手，去探讨项目本身的调铺逻辑，以及in99之于金融城商圈未来或将扮演更重要的角色。

01

撕掉“高冷”标签新品牌开业为“时尚”加持
5月下旬，CRR发现Alexander
Wang

在in99打围，并在第一时间通过官方微博发布了此消息，引发不少业内人士对于这一次in99调铺动作的讨论与猜测。



后者除了呈现完备的货品调配之外，还带来了Balenciaga全新s号粉色沙漏包



Balenciaga店内

这样的数据已足够亮眼，并且，Balenciaga的品牌理念也与in99想要加码的潮奢业态十分契合。

从开业期间的提袋情况来看，90后的群体占比相当明显。不难发现，in99正在试图通过调铺，撕掉过往大众对其“高冷”、“有距离感”的标签，而是用全新的招商策略，去走近年轻人。

Balenciaga的开业盛况，让in99成为了近期的话题中心。不过，对于正在进行大规

模调铺的in99而言，这或许才只是一个开始。



Balenciaga品牌门店

就在昨天（7月1日），Zegna已经正式开业。

接下来，Alexander

Wang、Burberry等品牌也将于近期陆续亮相，其中，Alexander Wang更是将在in99开出其西南首店。另外，Saint Laurent则会先以品牌快闪店的形式入驻in99。



另一方面，in99会员年龄分布主要集中在26-35岁，占比超过50%。可见，“消费年轻化”这一趋势在in99的会员消费层面表现足够明显。

其中，黑卡会员的平均客单价超过1万元，贡献了一半以上的会员消费，活跃度高达70%+，这批人主要是城南新贵、商界精英以及高端住宅的业主，并且也与市场上其他中高端商场的VIP会员有一定重合度。

而金卡会员的平均客单价也超过了5000元，贡献了三分之一的会员消费，同样具有不可小视的消费实力和潜力。

显然，“更年轻”，既是in99的消费核心客群所表现出来的特征，同时也成为in99在内容层面对自

己的要求。

也正是基于长期以来对主力消费客群的喜好把握，尤其是对商场的高粘性会员的精准分析，in99得出了品牌调整的基础逻辑：

辑：

用更时尚、更个性、更多元的品牌组合，去满足更年轻的消费需求，引领城南国际化的生活方式。

03拥抱新鲜血液呈现全新面貌的in99

实际上，从前面的新品牌开业以及背后的调铺逻辑来看，in99的运营态度已然清晰，就是积极拥抱新鲜血液。

这里说的“新鲜血液”，其实不止于业态品牌层面，还有客群层面以及运营层面。



in99的高端VIC活动

也有近期源于社会热点而及时推出的——“盛夏光年潮in市集”活动，将不一样的地摊文化搬到了商场内，既能够巧妙地融入SP活动与商户进行联合，也通过PR类活动的搭配实现了与消费者的高频互动。



“盛夏光年 潮in市集”活动现场

与此同时，in99也十分重视数字化营销，早在2018年就推出了线上小程序，并不定期开展各类线上会员营销的活动，做会员的拉新、留存、转化。

正是在这样不断的尝试和打磨下，形成了与粉丝的长期良性交互，也培养了会员/消费者的忠诚度。

另外，基于会员系统的圈层营销，针对客户属性与私人银行、跑车俱乐部、马术俱乐部、高端住宅、私人企业家等第三方合作，以及对大客户进行一对一定制化服务

等措施，让in99储备了大量精准的私域流量，为奢侈品的开业和业绩做足了优质客源沉淀。

值得一提的是，在管理层和招商团队方面，in99同样迎来了“新鲜血液”，也因此，更坚定了我们对于该项目未来运营的信心。

同时，除了一楼陆续进驻的大牌之外，in99也在有选择地进行其他业态的调整更新，涉及品牌包括Dell、Alienware（最新概念店）、Nike、Adidas、Puma、Cell Care、思妍丽（最新概念店）、沸悦、周丹丹原味烧烤、篮球学院等，涵盖零售、餐饮、休闲体验等多种业态，它们的出现无疑将为in99带来更新鲜、更多元的品牌组合。

in99在2020年开启的这一次调铺动作，共计调整面积占比约20%，新进驻的大小品牌预计数量将近百家。

in99方面表示，“未来的运营重点将持续放在品牌组合层面，将从调性、服务、活动等角度打造时尚、精致的消费体验，同时考虑开辟更多线上线下新玩法，整合资源、带动租户异业合作。”

