



升级后的明廊永视眼镜店。



升级后的三汁焖锅。

# 拉萨商业焕发新活力 商圈改造成效显著

文/图 记者 谭瑞华

原城市商业发展的新新图景。质与城市商业活力,更精准满足居民日益多样化的消费需求,勾勒出高圈在现代商业理念引领下,创新商业模式,不仅显著提升了居民生活品质级带来的蓬勃生机。从传统地标焕新到新兴商业体拔地而起,这些商萨城关万达广场及拉萨王府井购物中心,深切体会到拉萨商圈改造升级、业态同质化等问题日益突出。近日,记者走访拉萨百货大楼、拉



升级后的安踏。

## 1 拉萨百货商圈焕新升级:打造高原消费新地标

步入拉萨百货大楼,藏式纹样的地砖与现代灯光交织出温暖光晕。这座承载着西藏人记忆的“购物大礼堂”,正以焕然一新的面貌迎接八方来客。始建于1965年的“拉萨百货公司”,历经战略性商圈调整与空间重塑,融合户外探险、特色美食、亲子欢聚等多元业态,蜕变为高原消费市场的新标杆。

在南楼一层,瑞幸咖啡的蓝色招牌与霸王茶姬的红色灯笼相映成趣,构筑起高原最强的咖啡茶饮矩阵。澳免国际美妆区内,兰蔻、雅诗兰黛等全球品牌专柜整齐陈列,产品与区外同步上新且价格一致。明廊永视眼镜店的乳白色柜台前,验光设备闪烁着科技微光,负责人彭春永介绍:“升级后加装了藏式纹样屏风,自动门和LED屏让老店焕发新颜。”

南二楼竖琴玛藏装专柜,金丝藏袍流光溢彩,悬挂于原木衣架之上,将传统文化以高端时尚形式呈现。隔壁富安娜、罗莱等高端床品品牌与女装区相连,打造从“外在时尚”到“家居美学”的一站式购物体验。

南三楼“候鸟”等风来”观景主题餐厅,透过全景落地窗独揽拉萨城市天际线,新引进的杰思凯莱、OG男装品牌,

以“经典+潮流”双线覆盖全部男性客群。

南四楼藏遇牦牛汤锅,坐拥布宫全景,成为文旅餐饮热门打卡地。

在北楼,户外区活力四射。凯乐石(KAILAS)、安德玛(UNDER ARMOUR)等千万级的明星户外运动专柜焕新升级,更引入瑞典顶级户外品牌火柴棍(Haglöfs)全国首店!为登山、徒步爱好者提供专业级装备选择。在凯乐石(KAILAS)店铺内,冲锋衣、冰镐等50余类装备挂满墙面,负责人唐俊生介绍,从市区徒步到雪山攀登的装备一应俱全。爱好户外探险的洛桑正在挑选登山靴,他表示:“以往购置专业装备需到区外,如今在此可一站式购齐,还能现场试穿,格外省心。”Columbia专柜升级的-30℃极寒防护系统,搭配布来亚克等四大硬核品牌,精准满足高原户外需求。北三楼文旅主题餐饮区浸润藏地风情,童装区的阿迪达斯童装、巴拉巴拉等品牌,为家庭消费提供便捷。

西藏拉百商贸有限公司董事长张超表示,从美妆茶饮到户外装备,从主题餐饮到亲子空间,拉萨百货大楼的焕新不仅是品牌的升级,更让“购物大礼堂”成为融合文化与消费的新坐标,为高原生活注入更多时尚与便利。



## 2 拉萨城关万达广场:业态焕新点燃商圈活力

拉萨城关万达广场作为拉萨商圈升级改造的关键项目,以现代商业理念为引擎,通过一系列创新举措持续优化服务品质,为居民构建更为多元的消费场景,显著激活了区域商业活力。

伴随城市发展,市民对消费场景与品质的需求日益提升,现代化商业综合体应运而生,拉萨城关万达广场为城市注入了全新活力。商场全面实施基础改造、空间翻新及景观绿植升级,整体环境更舒适且格调高雅,于细微处彰显匠心;地下停车场完成科学规划与整改,出车效率大幅提升60%。

餐饮区的升级尤为亮眼。碳在烧、朴顺自助烤肉、加荷港式茶餐厅等数十家店铺焕新亮相,从环境到菜品均焕发全新活力。黄记煌三汁焖锅店负责人胡洋介绍,该店面于今年4月完成焕新,厨房由封闭式改为开放式“明厨亮灶”设计,整体色调更柔和,空间布局更通透,并融入本地人喜爱的食材以精准契合消费需求。其他店铺亦响应商场号召,在开放式布局、环境陈设、空间规划、灯光氛围及色彩搭配上精雕细琢,显著提升了营业额。用餐高峰时段,各餐厅几乎座无虚席,多元风味满足不同客群喜好。市民扎西赞叹这里环境舒适,明厨操作令人安心,加之本地特色食材,已成为全家常聚的用餐首选。

零售区域同样焕新升级。安踏形象店改造后,通透敞亮的门头设计极具视觉冲击力,店内陈列当季最新款式,作为品牌旗舰级店铺吸引众多消费者。大学生达瓦欣喜地表示,以往抢购新品只能依赖网购,如今能第一时间试穿最新款,既便捷又体面。

此外,商场积极引进新品牌,打造“一店一味”特色,推进服务升级与永辉超市被纳入“胖东来调改店”等形象焕新工程,对运营逾两年的项目实施全面升级。同时取消燃气设备,采用通透式明厨亮灶设计,全方位提升顾客体验。据拉萨万达广场商业管理有限公司总经理李永景介绍,项目开业至今累计吸引客流超1200万人次,精心策划各类营销活动近600场。这些举措不仅塑造了集购物、餐饮、休闲于一体的综合消费地标,更以创新商业模式精准对接居民日益多元的消费需求,为提升生活品质、激发城市商业活力注入澎湃动力。

## 3 拉萨王府井购物中心:引领藏地商圈全面升级

今年5月1日,拉萨王府井购物中心耀世启幕。作为王府井集团深耕西南的战略之作,这座现代化商业综合体的亮相,不仅标志着西藏商圈迈入全面升级新纪元,更激活了雪域高原的商业脉搏。

走进拉萨王府井购物中心,独特的空间设计扑面而来。挑高中庭慷慨引入自然光线,穹顶模拟雪域星空,随时间流转上演日出日落的迷人光影奇观。项目以ESG理念为核心,倾力打造西藏首个生态友好型大体量商业综合体。它以“高原生态引领者”与“城市绿色引擎”的双重身份,巧妙将天空、森林、湖泊、雪山四大自然主题场景融入建筑肌理,与绚丽的民族特色装饰交相辉映,匠心雕琢出独树一帜的“会呼吸的绿色商业空间”,重塑商业与自然的和谐共生,树立高原商业可持续发展的崭新标杆。

家住城关区的尼玛说:“这里抬头能见模拟雪山,低头是民族纹样地砖,宛如漫步烟火气十足的公园。”

拉萨王府井购物中心管理有限公司常务副总经理孙洪涛介绍,项目区位布局实现重大突破,毗邻火车站及机场客运专线,依托南环线深度串联拉萨经济技术开发区与城关区东郊,成功编织高效便捷的20分钟都市生活圈。这一战略布局不仅打破了传统商圈的地域壁垒,让本地市民尽享消费便利,更使外来游客获得无缝衔接的便捷体验,大幅拓展商业辐射半径,为商圈能级跃升奠定坚实基础。

业态革新成为本次升级的核心亮点。购物中心秉持“藏地商业新领航、品质生活新标杆”的运营哲学,成功汇聚超300家优质品牌,其中首进品牌占比逾30%。围绕“24小时夜经济”“城市社交娱乐聚合地”等核心定位,构建起多维立体的消费图景。8月8日亮相的UGG旗舰店采用全新形象设计,商品价格与区外同步,经典款与多功能新品辉映;7月25日开业的俊熙家点餐式自助烤肉,既呈现高品质菜品,更融入西藏酸奶等本土风味。这些品牌的进驻,以多元商业生态焕新藏地消费高度,充分释放高原市场的消费潜能。

拉萨王府井购物中心的启航,不仅突破了自然环境对商业发展的桎梏,更弥合了商业与地域的鸿沟,让世界屋脊的海拔高度熔铸成独特的商业地标,全方位引领藏地商圈完成划时代的历史性跨越。