作者：大江

2020年，北京SKP
以177亿的销售额，不仅连续十年蝉联中国“店王”称号，也首次超越英国哈罗德百货，问鼎全球“店王”。

随着消费回流，去年北京SKP的销售额更上一层台阶，达到了惊人的240亿；全国第二座SKP西安SKP也表现不俗，销售额达到了80亿+。作为高端百货的SKP，尽管目前只有两个在营业项目，却已经是当之无愧的“吸金王”。

而预计今年10月，SKP第三个项目成都SKP，就要开业了！

项目效果图

成都SKP是交子公园
商圈引入的首个奢侈品高端百货业态，其延续了北京SKP和西安SKP的高端百货模式，预计
将引入品牌约1000多个，一线品牌覆盖率达98%，并且还包含多个成都首店品牌。

除了品牌充满
期待，成都SKP的设计也非
常有意思。成都SKP是
地上公园+地下商业的设计风格，也是比较少见的全地下商业。

项目效果图

距离10月的预计开业时间，还只有不到4个月，成都SKP目前的进度如何？

近期（6月15日），趁着成都调研，独角Mall也是实地探访了这个成都今年最值得期待的项目。

现场实探：完成度很高，基本已全部建完

已有品牌进场装修

成都SKP位于交子公园商圈，该商圈
是继春熙路
商圈之后的第二大商圈，其规划设计对标新加坡滨海湾、东京银座以及上海陆家嘴等“世界级商圈”，未来将定位为新成都“时尚不夜城”、“潮流目的地”。

成都SKP总投资约50亿元，占地面积约190亩，总建筑面积约34万□，全部为地下空间开发利用，地面将打造成为标志性城市景观。

项目效果图

项目旁边就是将于9月28日开业的招商大魔方
和亚洲最大单体建筑环球中心
，并且，成都SKP将通过地下通道与招商大魔方连通起来。

来源：网络

成都SKP的交通也
非常优越，由四条地铁线贯通，是典
型的TOD项目。据悉，
项目基地范围内就有地铁1、16、18、29号线四条地铁线。

6月15日，独角Mall也是实探了项目现场。

从现场的工程概况可以看到，项目建筑面积34万□，建筑高度-28米，于去年11月开工，预计将于今年6月竣工。

由于是地下商业，现场的围栏也比较高，仅从外围，基本上看不到什么情况。

透过缝隙看进去，可以看到现场还有土堆，在外面也能听到工地里传来的不小的装修声。

不过从环球中心E3 19楼，能看到成都SKP的全貌。

可以明显看到，
成都SKP的地上公园完成度很高，草地、绿树已经种植了不少，打造的景观已经基本呈现，隐隐约约也能看到一些地下商业建筑的痕迹。

根据成都SKP现场的工作人员表示，“
现在建已经全部建完了，已经在装修了。听说是10月开。昨天我看到报备已经有一个店进场装修了。”

不过，成都SKP的进度可能更快。

根据成都本地知名博主“
成都城CDC”在微博爆料，早在4月，LV、GUCCI、PRADA
等店已围挡，且均为双层精品店；6月初，FENDI、Loro
Piana、BURBERRY、TOM FORD、ISABEL
MARANT、MACKAGE等不少品牌均已进场围挡。

这样来看，预计10月开业，成都SKP是完全不成问题的，就等着成都SKP官宣具体开业时间了。

地下商业体量约16.2万□

LV、GUCCI、HERMES、CHANEL都来了

2019年9月，北京华联与成
都市政府签订战略合作框架协议
，同年11月，由成都交投和华联共同出资成立的成都交投华联置业有限公司（根据企查查显示，该公司现已改名为“成都交投华联商业管理有限公司”）在高新区注册成立，并且该公司于2020年4月拿下地块。

从2020年6月项目开工到预计今年10月开业，成都SKP进度完全可以用飞速来形容，项目也完全是在公众媒体的见证与期待下，建立起来的。

根据公开信息显示，成都SKP地上建筑面积（不计容）约0.3万□，地下建筑面积约34.4万□，其中
地下商业面积约16.2万□，地下车库面积约16.4万□，城市候机厅约150□，地下其他配套设施约1.8万□。

作为“地上公园+地下商业”的公园
商业，
除了16.2万□的商业体量，项目的景观规模达到了19万□，绿地率高达77%。

从目前媒体透露出的规划来看，成都SKP规划有北馆SKP、南馆SKP-S及街区，主要商业部分为地下两层空间，单层达到了8万□。

来源：网络

不过从现场就能看到成都SKP占地面积非常大，单层8万□也能理解了。

除了项目进度情况，最值得关注的莫过于成都SKP的品牌了。

就品牌来看，成都SKP确实是大
牌云集，包括开云集团旗下核心品牌和LVMH
旗下时装及皮具部门核心品牌全线入驻，以及成都第三家香奈儿精品店。

笔者也根据“成都城CDC”在微博发布的成都SKP的品牌信息整理出了部分即将入驻的品牌。

不管是从项目设计来看，还是目前已经透露出的品牌，成都SKP无疑都非常有看头，也非常值得期待。

远洋太古里、IFS及成都SKP同台打擂

期待成都SKP能带给我们惊喜！

或许是为了开业预热，今年2月，成都SKP开通了微博，不过并没有发布什么具体信息，但这也足以让公众兴奋，开始纷纷期待成都SKP与IFS及远洋太古里打擂。

“SKP，就看你能不能PK得过IFS和（远洋）太古里了，期待你的闪亮登场。”

“请问能有多少首店入驻？希望和（远洋）太古里，IFS一起撑起成都顶奢TOP3。”

作为成都第三个重奢项目，成都SKP不仅将成为交子公园商圈的门面担当，也将是远洋太古里和IFS的有力竞争对手。

而成都SKP的“飞速”进展，无疑也为IFS和远洋太古里带来了一定的紧迫感。

从去年
起，IFS和远

洋太古里也开启了开业以来的最大规模的“调整”。中国第三座Louis Vuitton Maison路易威登之家、成都第二家Celine精品店、Creed恺芮得西部首店、Lego中国第七家旗舰店、白Tee品牌DELICATES西南首家门店、SoleStage西南首店等品牌入驻成都远洋太古里；

成都远洋太古里

Graff格拉夫中西部首店、De Beers戴比尔斯西南精品店、Brioni西南首间精品店、LANVIN精品店西南首店、人气彩妆品牌Charlotte Tilbury等大量国际品牌首店、旗舰店入驻成都IFS.....

此外，“全地下商业”模式无疑也打破了人们认知里的SKP，也是SKP一种全新的尝试。

从微博留言来看，
既有对“成都SKP”的看好，也有对这样的“全地下商业”能否做得起来的担忧。
不过成都地下商业里也有做得比较好的案例，比如大源中央公园里的REGULAR源野。

REGULAR源野

但具体情况如何，成都SKP能给我们带来多少惊喜，还是得等开业来揭晓了。
也期待成都SKP的亮相。