

明起清仓特惠，宝山宜家开始打包搬货



宜家中国宣布将于2月2日关闭全国7家商场之后，近几日位列其中的上海宝山商场迎来了一大波人流，不少市民纷纷来和这座陪伴了大家13年的“蓝盒子”告别。1月13日，记者在现场看到当天人流并没有前几日那么多，不过饭店餐厅依旧大排长龙。工作人员已经开始在商场4楼打包，多个展间内的物件已经被搬空。此外，这7家商场的关闭也代表着宜家将要告别“巨物时代”转向精准深耕，上海未来会不会开设小型门店也成了很多市民好奇的问题。

宜家上海宝山商场 清仓时间表

- 2026.1.15-2.1
 - 全场800+产品3折起
 - 小件家具 样品特惠
 - *至1楼处理品区自行选购
 - *不提供宜家送货服务
- 2026.1.26-2.1
 - 大件家具 样品预售
 - *至4楼家具展间指定信息台预定
 - *必须选择宜家拆解、送货及安装服务
 - *必须在1月27日至2月5日完成送货
 - *厨房及浴室家具样品不售卖
- 2026.2.8后
 - 小件家居用品 样品特惠
 - *请前往上海临空商场/徐汇商场/北蔡商场循环市集选购

*指定商品及样品，数量有限，售完即止。



1元冰淇淋没了 商场内已开始打包搬货

据了解，宜家上海宝山商场于2013年开业，至今已有13年，曾是亚洲最大的宜家门店。高达33米的商场主楼分为4层，就算走马观花地逛一遍也要花费不少时间。与之相连的还有7层楼高的半开敞式停车场，韩寒的电影《飞驰人生》曾在此取景。

记者一早来到商场门口就看到一对老夫妻正在此拍照打卡，阿姨表示：“知道这边2月2日要关门了，就想着拍点照片留作纪念，也算是它在结束运营前过来了。”

和他们抱着相同目的的市民不在少数，最后再逛一逛，展间里的沙发上坐坐，吃吃餐厅里的瑞典肉丸，买个1元的冰淇淋甜筒……这些举动里都包含了大家对这座陪伴了13年的“蓝盒子”的不舍，这也是为什么清仓特惠活动还没开启，这几日商场还是迎来大波人流的原因。

不过，相较于前几日的人山人海的状况，13日的宝山宜家内还不算拥挤。除了饭店餐厅大排长龙之外，结账和购买冰淇淋等小食的柜台都没出现排队的情况。可惜的是，大家喜爱的1元冰淇淋在宝山宜家的剩余营业时间内都不会有了，上海市民想吃的话今后只能去徐汇、北蔡、临空3个宜家商场了。

商场4楼已经开始了打包搬货，多个展间内的物件被搬空，对于喜欢沉浸式逛宜家样板间的市民来说体验感可能会受到一些影响。一位在打包的工作人员告诉记者：“这些东西打包好会搬到仓库，之后会运到其他商场去。”

另外，宝山宜家将在1月15日至2月1日开启清仓特惠活动，官方公布的“清仓时间表”显示届时全场有800+产品3折起。记者就具体有哪些产品打折询问了商场工作人员，对方表示：“目前没有相关信息，可以15日当天到店来看。”

值得一提的是，宜家大减价活动也将于1月15日开启并持续到2月4日。活动期间，数百款商品5折起，不知道到时候能不能给宝山宜家分分流。

大店模式难运营 小型门店+线上或成未来趋势

宜家这波闭店的原因其实是有迹可循的。当下消费者的消费习惯迭代太快，和以前愿意花很多时间在线下店体验不同，大家现在更青睐网购这种效率更高

的消费模式。更关键的是，不少与宜家同款的产品，线上售价更低，还可同步享受包邮及免费上门安装服务，性价比优势显著。反观宜家的传统大店模式光是逛一逛就耗时良久，而其“自提+自行组装”模式也给消费者带来了额外时间与精力的消耗。

记者在宝山宜家采访过程中就听到多位市民表示：“沙发送货费要快200元这么贵？我网上买类似的价格便宜一半还包邮。”“算了吧，这个手推车你买了还要自己搬回去，网购可以直接寄到家里。”“这种碗网上很多的呀！个位数就能买到了。”

对此，宜家的应对之策是从规模扩张转向精准深耕，以北京和深圳作为重点市场进行探索，在接下来的两年内开设超过十家小型门店，包括将于2026年2月开业的宜家东莞商场和将于2026年4月开业的北京通州商场。还将继续加强线上布局，并对现有商场进行投资，创造更好的购物体验。

小型门店到底是什么样的？上海未来会不会开设？这些也成了很多市民们好奇的问题。记者从宜家中国方面了解到，小型门店通常从约1000平方米起步，而更聚焦的设计订购中心甚至在200平方米左右，即一种规模更小、更便于顾客到访的线下门店，它会提供一对一的个性化设计服务。为实现真正的“贴近”，每家小型门店的商品组合，都会深度结合其周边社区的居住条件与客群特征。例如，在厨房改造需求旺盛的社区，会侧重展示整体厨房解决方案；在以年轻家庭为主的区域，则会增加儿童家居用品的比重。“因地制宜”的选品逻辑，确保了每家门店都能精准对接其服务人群的真实需求。也就是说，小型门店可以更方便地贴近社区消费者，满足其日常家居用品购置、灵感获取及设计咨询等需求。

而上海未来会不会有小型门店，宜家中国表示关于上海未来布局，正在积极评估并将在合适的时机进行分享。确定的是，宜家中国将继续通过全渠道方式深耕上海市场。一方面，持续投资更新现有商场，比如去年焕新开业的徐汇商场不仅是一个家居卖场，更是一个融合灵感与社交的社区空间。

另一方面，也将积极走进社区，例如通过“长者善居”项目为多个社区的老年人提供适老化改造服务，让家居关怀更贴近需求。

同时，不断扩大线上布局，例如新近上线的宜家京东旗舰店，打通线上线下的服务体验，让上海消费者能更方便地享受宜家的产品与服务。

