

一楼二楼服饰,三楼以上是餐饮和电影院 布局雷同,品牌相似 宁波大型商业广场频频“撞脸”



关注宁波大型商业广场
系列报道 (二)

肯德基、麦当劳、星巴克是标配,优衣库、ONLY、太平鸟的专卖店你有我也有,超市、时尚电影院哪家都不缺……不少消费者会有这样的感觉,随意走进宁波一家大型商业广场,很容易患上这样的“脸盲症”。

700多万人口的二线城市宁波,有69个已建待建的3万平方米以上的大型商业广场。数量众多,业态和品牌相当雷同,特色的少;面向儿童、年轻业态多,老年业态少;布点不够科学,城市中心的多,周边的少。从“量”上而言,宁波商业广场的确够多,但从“质”上来说,还远远满足不了人们的需求。 记者 孙美星

布局雷同 品牌类似 走进广场易“脸盲”

宁波中心城区是大型商业广场最集中的地方,海曙、鄞州、江东和江北都有多个大型商业广场。但一些经常逛街的消费者会发现,在宁波,“百花齐放”的商业广场少,“撞脸”的格外多。

“走进万达、来福士、印象城里面几乎一个样,地下一楼都是小吃和超市,一楼二楼都是服饰,三楼以上都是餐饮和电影院,品牌也差不多。我经常傻傻分不清,想不‘脸盲’都难啊!”90后市民小邱告诉记者,一次她想起一家广场地下一楼的一种酸奶冰激凌好吃,兴冲冲带着家人去品尝,可在来福士广场负一楼找遍了都没有,后来才想起自己好像之前是在印象城里吃到的。如此的尴尬状况,都是大型商业广场太相像惹的祸。

近日,记者走访了鄞州万达、来福士、印象城、世纪东方、天一广场等宁波多家热门的大型商业广场,发现品牌重合的情况非常多。服饰方面,快时尚品牌优衣库是标配,在五家广场都有门店。VERO MODA、ONLY、H&M、ZARA、欧时力、拉夏贝尔、秋水伊人等也是“撞脸”程度较高的时尚品牌。

除了服饰类,餐饮的品牌雷同度也相当高。肯德基、麦当劳、星巴克、必胜客、外婆家、汉拿山、汉唐等餐厅都是大型商业广场里熟悉的品牌。此外,名字不同或相似而内容却基本一样的韩式铁板烧、火锅、牛排馆、日式料理、茶餐厅等,更是遍及各个大型商业广场,就连电影院和电玩城、KTV也大多类似,有的是品牌的重复,有的则是名字不同但菜式相似。

“我去商业广场主要是和朋友吃饭,但现在也觉得没意思,吃来吃去就是这几家,茶餐厅、铁板烧吃得腻味了。”有消费者吐槽说。



漫画 章丽珍

人气旺未必能带来丰厚利润 年轻消费者感觉审美疲劳

对于普通消费者来说,品牌重合分布广未必是坏事。家住飞虹新村的王女士最喜欢外婆家餐厅的炒米粉,过去他们一家要开车去天一广场才能吃到,天一附近还常常找不到车位。现在印象城也有了外婆家,对于王女士来说方便多了。

不过商业广场同质化带来更多的还是审美疲劳,以及加剧竞争后客流的分散,运营效率下降也在所难免。“从体量上来说,宁波的商业广场多了,其实同质化严重,过剩也是相对过剩。”利时城市奥特莱斯总经理王象跳认为,因为品牌和布局太雷同,现在很多广场都在营销活动上下功夫,你弄个歌王挑战赛,我搞个变形金刚展,这样来体现差异。

某知名商业咨询机构在为宁波一大型商业广场做开业前调研报告中就这样指出:“宁波现有大型购物中心(商业广场)中,大体量的、‘大而全’的城市中心和超级区域中心相对较多,在档次和业态上体验差异化的购物中心很少……”

人气的火爆未必带来高利润,不少商业广场场面的火爆背后常常只是“虚火”。“据我所知,环球银泰城刚开业那几个月,对附近的鄞州万达和印象城等广场影响都挺大,客流下降最高的广场能达到30%以上,现在虽然刚开业的新鲜劲过去了,影响变小了,分流肯定是不可避免。”鄞州一家商业广场负责人告诉记者,在宁波一些大型商业广场里,常常是电影院线和餐饮区客流多,购物区顾客很少。而对于大型商业广场来说,餐饮业态的租金和服饰品牌相比,是比较低的。

“宁波的商业广场没啥花头,我每个月基本都会去一次上海,那里的购物中心活动多,每家特色都很鲜明。”小邱常常约朋友专程坐高铁去上海,就是为了不一样的消费体验。小邱对上海的特色大型购物中心如数家珍,比如以屋顶摩天轮出名的大悦城,她专程去看过那里的小王子展;还有芮欧的神经病展、樱桃小丸子展等,她一场不落。

中心城区扎堆周边地区稀少 大多“重少轻老”

在市商务委一份截至今年第三季度的“大型商业网点调查表”上记者发现,数量最多的鄞州区大型购物中心和城市综合体有10个之多,而江东、镇海、北仑、江北、象山等县、区分布较少,最多的4个,最少的只有1个。

“宁波的大型商业广场真的多了吗,我怎么觉得还不够啊,像我家周边上档次的商业广场就没有啊。”家住镇海庄市的张女士就通过微信留言,她认为宁波商业广场布局存在不够合理的问题,多的地方过于集中。

在同策咨询研究部发布的“2014年35个大中城市商业地产投资价值研究报告”中,一方面指出了宁波的大型商业广场面临过剩,但也通过对城市基本面与商业地产供需基本面两项指标进行交叉分析,得出“宁波对于商业地产具有强大的人口和经济支撑,与北上广深等一线城市一样,也是开发企业、金融机构可以优先进入的城市……”的结论。这其实也在一定程度上说明,宁波的商业投资还是大有机会,大型商业广场的数量只是相对的过剩。

商业广场的业态不均衡还体现在业态的分布不均上,如今宁波的大型商业广场明显有“重幼轻老”的现象。“现在几乎

每家广场都有幼儿娱乐中心、培训中心,童装、玩具业态都很多,但针对中老年人群的业态几乎没有。”网友卢女士就表示,家里上有老下有小,周末一家人去商业广场,常常是孩子玩得不亦乐乎,老人只能干坐着。“现在宁波已经进入老年社会,在日本就有专为老人开设的商店,商家为啥不能提前一步?”卢女士说。

专家>>>

互联网+时代 “大象”级别项目 将面临调整

“我们看宁波商业广场的规模,要站在整个宁波的大商业格局去考虑,这数量的过剩只是相对的过剩,是因为布局不合理,业态不能适应消费者需求升级的要求,而体现出的过剩。”宁波大学商学院教授、博士生导师熊德平认为,从五六年前开始,集商业、休闲娱乐、住宅等功能于一体的大型综合商业体项目扎堆出现,引领宁波城市从单一商业核心向“多中心”时代转变。但随着社会的进步,大家会发现,这种中心式的商业有不少弊端:太多的居民都往城市中心跑,造成交通拥堵,中心商业区地价房价快速上涨又推高商业成本,已经不能满足城市居民追求休闲舒适,以及多元化的消费需求。

“随着互联网的兴起,大型的购物中心或商业广场不再是消费的唯一路径,电商的普及也使得对价格敏感的顾客不断外流。”熊德平认为,随着城市级商业中心的地段优势逐渐被弱化,一些曾被寄予厚望的“大象”级别的商业项目即将被迫面临调整。

中国房地产业协会商业和旅游地产专业委员会秘书长蔡云也曾表示,中国商业地产不是总量过剩的问题,而是结构不合理。商业项目建设要用市场需求反推,动辄就几十万平方米的商业综合体开发思路面临变革。



宁波大型商业广场未来出路何在?怎样才能找准定位实现错位竞争?敬请关注第三篇系列报道。

同时,也欢迎您关注“甬财通”微信,说说您的看法。

岁末回馈读者,【暖冬羊绒节】今日开抢

鄂尔多斯地区羊绒 高端品牌原厂直供

厂家直供万件商品任你挑选

纯羊绒衫198元/298元! 羊绒裤150元! 双面呢大衣880元!

回馈消费者

工厂 经销商 零售商 消费者

跳过所有中间环节,直接让利消费者

活动时间 12月31日-1月5日

活动时间 [9:00-21:00] 本周四至下周二

特卖场地址: 宁波大酒店四楼 (宁波大酒店 鄞州区中山东路145号 可以坐地铁一号线直接到达)

热线电话: 15824558670

全品类封顶