

城市综合体大变局

时代所趋,文化旅游创领商业新模式



□记者 余三军/文 张峰/摄

在轰轰烈烈的城市化进程中,城市综合体从来就是关注的焦点。

因为它聚合多种服务业态衍生大便利;更重要的是,它以聚合价值的作用力推动着城市的扩张与繁荣,被公认为城市开拓的先锋与巨擘。

然而,在经济转型、居民生活与消费方式升级,以及电商冲击的新时新势之下,城市综合体已走过了拼规模的时代。传统复合业态的综合体对消费大众的吸附效应正在减弱,已经成为一个正在发生的事实。

转型,势在必行。从21世纪的第二个十年开始,一场遍布全国的城市综合体大变局就已悄然上演。在宁波,这场变局也正在进行——假以时日,它将为这座城市以及居民生活带来超越想象的改变!

城中之城,演绎现代宁波城变史

城市综合体的兴起,绝非几个开发商的神来之笔。可以说,它的发展史,就是城市商业结构的升级过程,是城市营建理念的升级修正过程。

在自古商通天下的宁波,近代商业经济的繁盛,促生了诸如“浙东第一街”的中山路、“走遍天下不如宁波江夏”的东门口。这些以街区商铺、百货大楼等建筑群聚集的传统商业中心,构成了宁波城市综合体的雏形。

上世纪末启动的旧城改造项目——天一广场,在将CBD概念引入宁波的同时,也带来了宁波首个真正意义上的城市综合体。三江口的标志性区位,加上它集合购物、餐饮、休闲等全新的业态,让

它迅速成为宁波城市的代言地标。

以购物为主导的天一广场,只是完成了宁波人对城市综合体的认知启蒙。真正让宁波人以惊叹、信服的眼光来审视城市综合体,还是2006年底开业的鄞州万达广场。这个以万达“订单”模式为主导的城中之城,迅速成为宁波城南巨大的生活“磁场”。它让宁波人亲眼见证了在老三区之外,一个新的市中心是如何魔术般的崛起!

万达的价值“魔力”,让城市营建者找到了区域开拓的“驱动轮”。伴随着“跳出三江口、建设大宁波”的推进,城市综合体在宁波步入了“四方竞起、百花齐放”的时代。

新时新势,综合体之“伤”日渐凸显

百姓需要、政府欢迎、城市受益,造就了城市综合体的大行其道。在风云变幻的房地产市场中,它也因此成为各方争抢的楼市“甜点”。

鄞州万达广场的启示,让这份“甜点”愈发的诱人。在市中心、在东部新城、在江北、在镇海、在北仑、在余姚、在慈溪、在杭州湾……不断破土而出的城市综合体无处不在!

然而,“甜点”多了,城市一时就不容易消化。况且这个“甜点”不简单,不是谁都能做成功。

城市综合体吸聚人气,反过来,它的成功更需要人气的支撑。显然从“人气”看,某些区域用“饱和”来形容城市综合体的布局并不为过。或许“饱和”并不完全准确,更关键性的问题,是业态的同质化。

综观宁波现已营业的综合体,在总体架构上都以购物中心、超市,辅以餐饮、娱乐主力店的形式。一些面向社区的中小型综合体,

则是品牌超市为主,辅以购物、餐饮的模式。尽管运营商在业态选择、层次区分上有意识地加以差异化,但在以商业购物为主导的统一大模式下,这种差异化收效甚微。

同质化的“旧伤”未平,电子商务的兴起与强大冲击,又给传统城市综合体带来更为刻骨的“新痛”。

互联网与智能手机技术的神奇发展,让“电子商务”这一在前些年听起来“高大上”的事物,几乎一夜之间成为最接地气的消费方式。不再只是上网买衣服,买电器、买家具、买建材、买日用品、买零食、买门票……实体店经济能够提供的实物商品,在网上几乎都能买到,而且还方便更优惠。这对于习惯了客人“到店消费”的传统综合体来说,影响是巨大的。

一个广为人知的例证是,中国现代城市综合体的领导者、万达掌门人——王健林,对电商早已“看在眼里,记在心上”。2013年底,距王健林和马云“1亿赌局”后一年,万达电商平台对外推出。

生活?对了,希望和家人去休闲旅游,不光是看山水,还要看向往已久的演出;带着孩子一起去迪士尼,去体验不曾有过美丽之旅……

显然,人们更想要的,不再只是某一件看得见的商品,而是更广泛的生活体验。这样的生活,就必须有更多、更好、更为新颖的文化旅游资源。而这,也正是最新一代城市综合体的发展方向——商业模式与地域文化相结合,高标准服务与多元化消费于一体,开创“文化旅游体验式商业模式”。

随着物质经济水平的提高,文化和旅游将是未来中国消费趋势的主导者。数据显示,中国旅游消费已连续六年位居全球首位,文化旅游业已成为我国战略性支柱产业。资源属性与巨大前景,注定了它在未来城市综合体中的地位。

这一点,被众多嗅觉灵敏的运营商所察觉。诸如万达集团,已将文化旅游视为万达转型的重中之重。在宁波,新一代的旅游文化综合体也已初露峥嵘,中青文化广场、环球城、华侨城欢乐海岸等全新项目的落地,一个更加多彩的都市生活时代就此徐徐拉开。

中青文化广场: 文化旅游全新业态首度融合 重铸城市巨擘力量

相对于传统商业综合体,人们想知道,冠以“文化旅游”的新一代综合体,如果不是博取眼球、换汤不换药的噱头,那它是如何创造它的与众不同?

在宁波北仑扬帆起航的中青文化广场,则它的独特业态融合,诠释了“文化旅游”的核心要义。

去年10月,这个将耗资50亿元,总建筑面积45万方的城市巨擘首度亮相,其耳目一新的复合业态已让这座城市充满着憧憬。除了5A级写字楼与精装SOHO,它所引进的国际5D秀大剧场,涵盖影视文化中心、摄影棚和一个明星概念五星级酒店的影视梦工厂,集合世界品牌、365天永不落幕的世博新商业中心、约2000平方米的旅游集散中心等等,无不描绘着它的独特性。

与传统综合体不同的,中青文化广场在体验感上有了大幅突破。比如它的商业中心,由家庭型、娱乐型、购物型互动体验商业构成,其中的万国汇,将进行全进口商品的零售。整个商业按照郑和下西洋的主题设计购物场景,在这儿哪怕什么都不买,逛街本身也是美好新奇的体验。

除了影视和商业,约1.3万平方米的云中海洋广场,将打造成为宁波唯一的一个空中休闲广场,未来的城市大型活动的主舞台,其独特的裸眼3D秀、楼宇灯光秀都是宁波首创。

在项目营销负责人宋海欧看来,这是一个“在基因上就完全与众不同的城市综合体”。而北仑区乃至宁波市对它的期望,已远超一个商业综合体的范畴——未来的它将不止是个商业体,更将是长三角旅游消费体验线上的新景观。

这一期许,是时间可以检验的。

集文化创意、演艺娱乐、影视拍摄、亲子游乐等四大特色的业态,是最大的引力;同时北仑早已纳入宁波市中心半小时生活圈,随着轨道交通一号线的即将通车,这一距离效应在旅游行程中几乎可以忽略不计。

届时,这座散发着现代高科技、影视文化娱乐、互动快乐体验、万国商业风情的旅游文化城堡,将作为东方大港的又一代言者,诉说并创造着属于这座城市的新传奇。

大变局:文化旅游综合体应势崛起

城市综合体的困局来了吗?不,是机遇!

创新转型,是城市综合体天生自来的基因。新的挑战,也正是它开始新一轮大变局的推动力。

毫无疑问的是,在整个消费产业链中,实体商业在消费体验、售后服务及品牌展示上依然有巨大的市场需求。在此基础上,城市综合体要做的是新的改变。在宁波,几大商业旗舰都推出了自己的网上平台。同时,加大优惠促销力度,调整和优化业态,扩大餐饮与体验消费类产品的比例等。

然而,单一渠道与策略上改变,只会被市场快速复制,继而又掉进新的“同质化红海”。

诸如,餐饮类能够带动人流,但它租金相对较低,将拉低整个商业项目的租金回报,从长远看并不具备可持续性。更重要的是,电商仅是渠道和平台,决定城市商业经济大势的,依然是城市生活方式与多元消费需求的升级。

那么,引领未来生活的“蓝海”在哪里?每个人问问自己,就有答案。除了工作,除了正常的柴米油盐,除了买衣服,你还想怎样的



中青文化广场外景效果图