

# 凤凰商街重张 集合多业态抢滩社区商业

2020年,商业项目升级改造进入成果“收割期”。北京商报记者近日走访了解到,作为凤凰汇购物中心的延伸——凤凰商街已基本完成改造并重新开业,更名为“里巷”。与集合吃喝玩乐等业态的商业街不同,里巷还引入健身、美容美发等服务业态品牌。在业内人士看来,想要打造一条更吸引人的商业街,应该增加首店、首发、首演、首展等内容,要在餐饮品牌的基础上增加更多服务、体验业态。

## 更名重张

历经半年的改造,凤凰商街成为今天的“里巷”。北京商报记者在走访时看到,里巷已正式对外营业,商业已基本完成改造,不过仍有部分商户处于装修状态。

重新开业的商街分为三个部分,分别为生活美学、极致盛宴以及休闲餐饮。其中,生活美学区域包含一兆韦德、ZESPEED等健身房,丝域养发、BIOYAYA北京妍美医疗美容等美容美发店,还有鲜花店、口腔医院以及艺术中心等内容。极致盛宴区域主要为梧桐湘爱、LINK串场等餐饮品牌。休闲餐饮区域主要为赛百味、星巴克等快餐品牌。部分品牌也曾出现在凤凰商街中,例如星巴克。不过,原来的星巴克普通门店已经升级为臻选店。

商街物业管理工作人员向北京商报记者表示,商街已开业约一个月。

另外,北京商报记者了解发现,凤凰商街的改造比原计划延长了一段时间。记者从此前一家店铺“集室”发布的公告上得知,由于商街要进行升级改造,因此三元桥集室定于2019年3月11日闭店。凤凰汇购物中心会员中心的一位工作人员曾对记者表示,原本定在2019年10月正式开业的商业街,未能按时完成装修。



凤凰商街更名“里巷”重新开业

凤凰商街位于凤凰汇购物中心南侧,它有一段风光的“过去”。2014年6月,它曾以文化体验定位进入北京商业市场。据公开资料显示,入驻商街的品牌店面有耐克超市、屈臣氏、赛百味、宽店、乐石咖啡、布鲁兹、皮卡书店、汉普森英语、7-11、Injoy Flower、集室等20余个,涵盖便利店、餐饮、教育培训等业态。资料显示,京城首家购物中心打造的单体画廊——凤凰汇艺术沙龙也曾开在商街的中心广场。

## 项目联动

凤凰商街作为凤凰汇购物中心的延伸部分,两者之间有较强的联动。商街与购物中心紧邻三元桥地铁,地铁还设置了可以直接通往商场和商街的通道。值得注意的是,三元桥是北京重要的商业区域之一,周围主要以写字楼、高档社区以及商旅客人为主。以地铁站

凤凰商街更新前后变化	
升级改造前	升级改造后
<b>业态类别</b>   便利店、餐饮、教育培训	<b>业态类别</b>   健身房、美容美发、口腔医院、餐饮、艺术中心
<b>品牌店铺</b>   耐克超市、屈臣氏、赛百味、宽店、乐石咖啡、布鲁兹、皮卡书店、汉普森英语、7-11、Injoy Flower等	<b>品牌店铺</b>   一兆韦德健身、ZESPEED健身、丝域养发、BIOYAYA北京妍美医疗美容、Injoy Flower、懿锐口腔、彩色圆点艺术空间、梧桐湘爱、LINK串场、赛百味、星巴克等

为原点三公里以内没有其他大型综合型商业设施,由内而外驱动着凤凰汇购物中心与凤凰商街升级改造。

据北京华润凤凰汇官方微信发布的消息显示,2018年11月,凤凰汇地下一层已经改造完成并开业。据介绍,B1层分为Canteen、Lounge、Market、Asian Flavor四

个不同的分区,增加了不少餐饮品牌。Canteen区域引入了金鼎轩、川成元等餐饮品牌;Lounge区域包括Miami Miam,还有酒吧入驻;Market区域拥有鱼眼咖啡、热辣生活等品牌;Asian Flavor区域主要以亚洲风味为主,包括一风堂、豆腐家等餐饮品牌。改造之后,客流较以前有所增长,工作日期

间,B1层主要消费者以上班族为主;而周末,多是以家庭消费群体为主。

有业内人士指出,凤凰汇购物中心以及凤凰商街位于三元桥这一核心商务区,如今升级调整,或许是为了迎合市场需求,希望进一步挖掘周边的消费潜力。

## 后劲待补足

尽管凤凰汇购物中心商街在餐饮品牌的基础上又增加了更多的业态,但仍有可挖掘的空间。对此,北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,想要打造一条具有消费吸引力的街区,不能仅靠餐饮来吸引消费者,要在刚需的基础上增加特色元素,例如首店、首发、首演、首展等内容,街区定位应具备时尚属性。而且,商街和购物中心应整体进行品牌结构调整和规划。

此外,赖阳认为,百货、购物中心正处于转型期,商业项目都在补齐餐饮业态短板,完善基础服务配置。不过,想要在区域内吸引消费者前往打卡、购物,还需要引入具有特色的新型业态,以特色门店吸引客流。

不管是商场还是商街,吸引人气最关键的内容首先是要有新奇好玩的特色体验项目,包括环境场景的特别设计、每周推出的新奇活动,以及引入多种新奇好玩的店铺等。赖阳进一步表示,如果商业项目只调整业态结构,那只是服务功能上的变化。项目想要吸引更多客流,一定要具备更多的创意、时尚店铺和主题活动。

首都经贸大学教授陈立平认为,凤凰汇购物中心与凤凰商街应组合成为一个升级版的社区商业中心,给周边高级住宅区的居民提供更多的便民服务,不断迎合消费者的需求,这可能是他们的一个重要考虑。不过,商业体不应该只局限于服务居民,而应该利用好它的地理优势。由于它的地理位置较好,是换乘机场线的重要一站,周边又遍布写字楼,所以吸引周围三公里甚至更远的旅客也是完全没问题的,可以发挥更大的作用。

北京商报记者 闫岩 王莹莹/文并摄

## Market focus

# 美罗城更名换貌突围大郊亭商圈

原定于2018年开业的芳园里ID MALL终于露出了新面貌。近日,北京商报记者走访发现,芳园里ID MALL已经悄然营业,内部格局及品牌也随之曝光。该项目周边中高端社区聚集,但与朝阳合生汇相距仅1.5公里。如何发挥地缘优势增强与周边消费者生活性消费的高强度连接、如何与相近项目区分优势和差异化或是芳园里ID MALL未来运营的关键点。



## 约一成商家营业 将于4、5月正式开业

曾经的美罗城以“芳园里ID MALL”新面貌问世。北京商报记者在现场看到,目前芳园里ID MALL整体已经进入收尾状态,部分商户已经开始正常营业,也有少量消费者出入商场。项目工作人员告诉北京商报记者,目前商场已经进入试营业状态,前期招商已经全部完成,预计在4、5月左右大部分商户能够入驻并正式开业。

入驻商户多为连锁品牌,营业商家占比约为一成。北京商报记者看到,虽然大部分商户暂未开业,但入驻品牌已经可以看到大部分为大众消费及中高端连锁品牌。其中,

盒马鲜生、麦当劳、华为体验店、思妍丽等约18家门店已经营业。据了解,该商场地处东四环与广渠路交汇处,商业面积约15万平方米,整体共7层。

从建筑设计方面来看,芳园里ID MALL以现代、自然为主题,外立面以玻璃幕墙为主,不同楼层也引入自然元素,如森林、花园、流水等场景的打造。根据该商场相关人员介绍,芳园里ID MALL还引入多项现代生活细节标准,从主材性能到商业室内灯光、全楼双层PM2.5过滤系统、移步异景的室内园林、母婴室、日系客服人员等,都将提高消费者体验感。

不过,据北京商报记者观察,目前商场内的消费者比较少的主要原因为开业门店不是很多;另一方面,商场大部分施工刚完

成以及仍有部分区域在继续施工,商场内的装修气味比较刺鼻。从记者随机采访周边居民的反馈来看,消费者对该项目未来发展持看好态度的较多。一位王女士表示,自家就住在该商场背后的大郊亭北街16号院,可以步行前来,尤其该商场里面有大量儿童培训业态,对于以后孩子学习培训更加便捷。

## 面向高端消费客群 挖掘家庭消费潜力

北京芳园里ID MALL前身为美罗城,在2016年底被中信资本控股有限公司(以下简称“中信资本”)收购,属于存量改造项目。根据上述相关人员介绍,北京芳园里ID MALL定位为社区商业,为消费者提供交流、分享、

生活休闲地。同时,该商场提供的调研数据显示,项目周边的消费群体覆盖约80万人口,大多为25-45岁中高端中产客群,其中80%是已婚家庭,50%是已婚育家庭。

良好的地缘条件是商企运营中看中的首要条件。北京商报记者了解到,芳园里ID MALL周边聚集了复地首府、风度柏林、珠江帝景、金海国际、金茂府等多个高档小区。芳园里ID MALL总经理刘利群曾表示,该项目周边1公里范围内云集多个高密度、成熟高端住宅社区,覆盖高端人群约15万,3公里范围内覆盖人口约70万-80万,次级消费涵盖客群约180万人,直击国贸CBD地区,全覆盖东四环从丽都开始自北向南的豪宅带的核心区域。

此外,刘利群表示,芳园里ID MALL目标客群主要瞄准周边社区的消费者,所以此类消费者的消费水平也会高于北京平均水平,其中外出就餐、生鲜食品、日用品、时尚购物等消费是频次最高的业态,所以在项目定位上,北京芳园里ID MALL以满足周边消费升级需求为主,并在家庭消费上有所侧重,重点增加餐饮、儿童服务、时尚购物、休闲演出等细分消费项目。

相关资料显示,芳园里ID MALL是中信资本旗下投资开发管理的第四个商业地产项目,也是在京的首个项目,其余三个项目分别为长沙悦方ID MALL、合肥悦方ID MALL、上海西康·189弄。其中,长沙项目位于市中心,以年轻客群为主;合肥项目则以安徽文化为主题;上海项目西康·189弄则主打“生活和社交”。

## 交通设施掣肘 应强调生活性供给

虽然芳园里ID MALL被高档居民区围绕,却面临着交通痛点。曾有业内人士分析指出,交通拥堵是导致原项目经营不温不火的原因之一。不过,随着地铁14号线和7号线的开通,大郊亭到九龙山一线如今的交通环境已经便利得多。

如何与周边商业项目差异化发展或共享优势也是芳园里ID MALL在运营中值得深思的问题,世邦魏理仕华北区研究部主管孙祖天表示,芳园里ID MALL位于CBD外围区域,毗邻国贸商圈、大望路商圈,同商圈内临近的富力广场、朝阳合生汇形成集聚效应,所在区域已经成为有一定影响力的时尚购物的热点地区。尤其是大郊亭商圈已开业的朝阳合生汇定位更偏向年轻时尚消费群体,已经成为网红打卡地。这对于芳园里ID MALL类型而言,该项目应该立足社区,准确定位周边人群消费需求,与周边项目形成错位发展,引导和挖掘家庭、生活消费需求。

中购联购物中心委员会主任郭增利也对该区域发展分析指出,大郊亭至双井一带以住宅小区居多,生活氛围较浓,商务氛围较弱,消费者的生活性消费需求会更强。对于新进入的商业项目,如何针对区域内的生活氛围进行深挖、如何与周边居民的生活性消费建立高强度的连接也是未来运营需要更多思考的出发点。

北京商报记者 王晓然 刘卓澜/文并摄