

编辑 熊海鸥 美编 焦剑 责校 朱楠 电话:84285566-3258 bbtzbs@163.com

调查  
北京城市商业综合体

5

天通苑，素有“亚洲第一大社区”之称，规模堪比县城，常住人口近40万，但这个超大社区的进出主道只有一条安立路，因其体大嘴小，被戏称为“大葫芦”。占据“大葫芦”心脏位置的就是龙德广场，因其丰富的业态和数百家零售品牌聚集，这个24万平方米大体量的购物广场成为天通苑，甚至是亚奥北部居民购物的“专宠”。但是，糟糕的交通环境却成为龙德广场的“阿喀琉斯之踵”，里面的人在惟一的通道上拥挤不堪，外面的人不能进来，但也正因此，挡住了外部竞争者，成就了其在天通苑的商业“霸王”地位。

# 龙德广场：成败皆由天通苑

商报记者 张帆/文并摄 焦剑/制图



历时四年，24万平方米的龙德广场已成为天通苑的商业魁首。

## “心脏区”来了巨无霸

老张是一位住在天通苑的60多岁的退休干部，他经常领着小孙女去龙德广场，在那里，他可以带着孙女吃她喜欢的肯德基，而自己可以去纸老虎书店买些喜欢的书法字帖。

落成于1999年的天通苑，占地面积约8平方公里，规划建筑面积600多万平方米，近40万的居住人口，规模让人震撼，素有“亚洲第一大生活社区”之称。而这个大型社区进出的主道只有安立路，因为体大嘴小，天通苑被戏称为“大葫芦”。

“大葫芦”的分区非常齐整，西面是天通西苑一、二、三区，东面是天通东苑一、二、三区，北面是天通北苑一、二、三区，中部是天通中苑，南部是天通苑一、二、三、四、五、六区。而龙德广场占据的位置，就是这个“大葫芦”的心脏位置。

在龙德广场建成之前，这里曾是北京粮食集团旗下一块仓储用地，北京粮食集团与大连一方集团有限公司共同投资，对这块用地进行开发，期待能够实现国有资产的保值增值。

2007年8月，龙德广场一期项目开业，随着家乐福、百安居等业态的入驻，大型购物中心首次进入了天通苑这片商业欠发达地区。

2008年龙德广场二期项目9万平方米的龙德紫金竣工，龙德广场这个城市商业综合体彻底成为“大葫芦”的商业心脏，带动天通苑的脉搏跳动，而亚奥北部的众多社区也因为龙德广场的到来生活变得多姿多彩。随着2007年10月地铁5号线开通，这个大体量购物中心开始迅速成长。

## 消费需求一夜释放

龙德广场总建筑面积24万平方米，在北京的购物中心中排名第三，仅次于世纪金源和中坤广场。从主力店、专业店、专卖店等类别划分，龙德广场聚集了200多家零售品牌，包括翠微百货、家乐福超市、百安居、特力和乐、国美电器、肯德基、迪卡侬、大玩家超乐场、万达影院、望湘园等。汇集了百货卖场、生活超市、建材超市、家居广场、家电卖场、运动主题卖场、休闲娱乐、星级影院、主题餐饮各种业态。

虽然大而全也是所有购物中心的共性，但这不能体现龙德广场的个性。用龙德广场物业方的话来说，他们的特点就是“温馨”。“北京的购物中心各有特色，如果大悦城是好玩、蓝色港湾是时尚的话，那么龙德广场是温馨。”龙德置业有限公司推广部经理任智勇表示，龙德广场营造的就是一种家的感觉，让一家老小都能在这里各取所需，提供的就是“一站式服务”。

据龙德置业有限公司总经理王杰介绍，尽管天通苑属于经济适用房的代表社区，但当时国家对天通苑的购买者没有任何限制，所以里面住的人“有开宝马、坐奔驰的，也有在中关村、燕莎、CBD等区域的上班族”，层次比较丰富，有很强的消费实力。

而在天通苑南边几公里外还分布着北苑家园、世贸奥临、万科星园、明天第一城、傲城等10多个高档楼盘或小区。北部是京城最成熟、最著名的亚北别墅区，包括20多个别墅区、五六千栋别墅。经过大量的数据分析，龙德广场被定位为中档偏上的商业购物中心。在龙德广场建成之前，尽管开发商对此地进行过数据调研，但他们不确定龙德广场的未来究竟如何，只是坚信前景不错。

然而，开张之后的状况让王杰颇感意外，直称“低估”。据悉，家乐福开业当天人流量达到7万人次、销售额达到238万元，创造了家乐福在中国101家店里开业当天客流量第一和开业当天销售额第一。而目前，翠微百货龙德广场店是其北京3家店中销售额增长最快的一家。据王杰介绍，翠微百货一楼的玉石店，最贵、最好的都卖得最快，“当地的消费能力是相当强的”。

目前，龙德广场的业态上已经有了一些变化，一、二层较好的位置已经留出来，以吸引更具人气的品牌入驻，譬如服装品牌阿迪达斯的“三叶草”以及“VERO MODA”。“不应该把生意不好归结于消费者购买力不强，而是在于你能不能够提供他们想要的商品。”任智勇表示。而在11月18日，龙德广场引入的休闲娱乐业态——金话筒KTV即将开业，目前正在紧张的装修阶段。



## 天通苑的商业魁首

从天通苑南站到立水桥站，在5号线地铁上，可以看到一本犹如字典的建筑。在夜色的映照下，百安居、汉拿山、国美电器、家乐福、纸老虎等霓虹灯招牌在龙德广场西墙面非常显眼。与天通苑辉煌的大门、天通北苑顶层的红色信号灯一道，龙德广场赫然已是天通苑的地标性建筑。

在龙德广场进军天通苑之前，这个大型社区就已经存在众多业态——万意百货、亚奥海龙等。不过，拥有众多业态组合的龙德广场随后却成为这块土地上的商业魁首。“作为这一地区最大的一站式购物中心，其定位满足了当地居民的需求，填补了亚奥北部区域商业的市场空白。”一位业内人士表示，尽管万意百货也有珠宝、化妆品、钟表、眼镜、电子数码、名品箱包、服装鞋帽、针纺织品、床上用品、窗帘布艺等商品，但众多摊位制的设置让其看起来更像一个批发市场，因而龙德广场成为天通苑消费者一站式购物的首选之地所当然，天通苑商业魁首的称呼毫不夸张。

就在今年9月初，在离龙德广场北面不到1公里的地方，北京华联新开了一家购物中心。但在龙德广场高层看来，这丝毫没有加剧这个区域的

市场竞争，而是起到了一个良好的作用，因为两个购物中心的品牌少有相同，定位的互补可以增加对消费者的黏度，减弱他们进入五环以内购物的欲望。

任智勇表示，龙德广场经过四年的发展，已经越过了培育期，现在处于一个“上升期”，品牌越来越成熟。业内人士表示，具有良好品牌形象的购物中心不仅对于商户有着很强的吸引力，还对整个社区形象的提升具有重要的作用，“当住宅无法表现社区形象时，商业街可以展示社区公众形象、品牌和服务，更可以展现出社区的品质”。

在天通苑有分店的房产中介公司似乎也认识到了这一点，“离龙德广场很近”是他们推介房屋的一个砝码。“我们给客户介绍房源的时候，会告诉他们这套房子离龙德广场很近，购物非常便利。”21世纪不动产中介公司的一位店员对记者表示。尽管承认地铁通车，通货膨胀，资本炒作对天通苑房价的上涨有拉升作用，但这位店员认为龙德广场的“作用不小”。据他介绍，2003年，购买一套90平方米的房子只要20多万元，而现在同样的户型至少需要150万元。

## 无法规避的交通硬伤

对于一个商业综合体来说，交通状况将在很大程度上影响其经营状况。

在大多数人看来，和教育、医疗、物业管理、小区环境相比，天通苑最让人“恼火”的就是其糟糕的交通环境。

在上下班高峰期，很少有出租车司机愿意搭载乘客去天通苑，在他们看来，要通过连接天通苑和天通苑外唯一的安立路让人“非常纠结”，“拉客去天通苑一趟，堵车的时间已经足够去别的地方拉几趟”。而地铁5号线每到这个时候，总是人满为患，怨声载道，总有在位于最北段起点站天通北苑站以南的乘客不惜花费十几分钟时间往北走，“只为占据一个座位”。

处于这个“大葫芦”的中心地带，龙德广场自然不能“独善其身”。一位附近居民表示，尤其是周五下班后，这一地段可谓“水泄不通”。随着周五黄昏的到来，这座人流、车流摆动的“睡城”每周一次“车水马龙”的景观再次上演。

一位龙德广场的入驻商坦言，尽管直达或经过龙德广场的公交车多达十几路，但庞大的车流只能通过一条南北通道释放。而龙德广场3000个车位的

停车场本就不够用，再加上广场前拉客的“黑车”，这一地区的交通状况更加拥堵。

业内人士透露，本来有望辐射到除了天通苑之外社区的龙德广场，可能因为交通不佳而使效果大打折扣。按照地域标准，购物中心一般分为社区型、市区型、城郊型三类，其商圈辐射半径分别在10公里以下、10-20公里、20公里以上。从24万平方米的规模来看，龙德广场可称得上城郊型购物中心，理论上其辐射半径可以达到20公里。但糟糕的交通环境让龙德广场的这一目标变得很难实现，龙德广场物业方对其辐射半径的期待值是5公里。

在商务部研究员消费经济部副主任赵萍看来，龙德广场处于这样的境地也是“无奈之举”。“五环之内”很难再有一块如此大的地皮来建设购物中心，而要想在五环之外经营，就不得不面对这样的交通和人口大规模“迁徙”带来的后果。全国工商联商业不动产专委会主任朱凌波表示，未能将医疗、教育、生活、工作均衡发展，造成了天通苑的钟摆式局面，交通在这样的局面下变得容纳力不够。

## 龙德广场周边社区(2公里左右)

- 天通苑 ● 顶秀青溪
- 翠堤春晓 ● 丽水园
- 佳兴园 ● 立城苑
- 陈营和谐家园 ● 明天第一城
- 润泽庄园 ● 润泽公馆
- 太平新村 ● 北京北小区
- 太平家园 ● 奥北北区

## 专家观点

### 扩大体验式消费比例

与所有购物中心一样，大而全是其共同特点，带给消费者一站式购物体验是购物中心的核心定位。在动工之前，龙德广场被定位为中高端，在发现天通苑的巨大消费力之后，更多的高端品牌被引入。商务部研究员消费经济部副主任赵萍认为，敏锐地发现天通苑社区缺乏大型购物中心是龙德广场运营方的最明智选择。在迅速竣工之后，其完善的业态很好地满足了当地社区居民的消费需求，填补了亚奥北部社区的商业空白。不过，她认为，作为一个大型购物中心可以吸收更多的体验式消费业态，将一些餐饮娱乐类项目延长营业时间。