



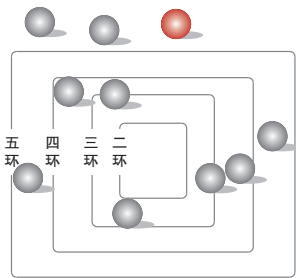
龙德广场：成败皆由天通苑

调查 北京城市商业综合体

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。

天通苑素有“亚洲第一大社区”之称,常住人口近40万,但这个超大社区体大嘴小,被戏称为“大葫芦”。“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”。糟糕的交通环境阻塞内外部人员流通,同时挡住了外部竞争者,成就了其在天通苑的商业“霸主”地位。

十大城市商业综合体分布示意图



龙德广场周边社区 (2公里左右)

- 天通苑
- 翠堤春晓
- 润泽庄园
- 太平新村
- 太平家园
- 顶秀青溪
- 丽水园
- 立城苑
- 明天第一城
- 润泽公馆
- 奥北北区



“心脏区”来了巨无霸

天通苑占地面积约8平方公里,近40万的居住人口,规模让人震撼。这个大型社区进出的主道只有安立路,因为体大嘴小,被戏称为“大葫芦”。“大葫芦”的分区分区非常齐整,东西南北四边都是密集住宅区,心脏位置就是龙德广场。

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,家乐福、百安居等业态的入驻,让大型购物中心首次进入了天通苑这片商业欠发达地区。二期项目竣工后,龙德广场彻底成为“大葫芦”的商业心脏,带动天通苑的脉搏跳动。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。聚集了200多家零售品牌的龙德广场中,囊括百货、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、主题餐饮等各种业态,资源极为丰富。

据龙德置地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定,所以里面住的人层次比较丰富,有很强的消费实力。

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。

开张之后的状况让王杰颇感意外,直称“低估”。据悉,家乐福开业当天客流量达到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。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,足以体现消费能力。

天通苑的商业魁首

从天通苑南站到立水桥站,在地铁5号线上,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。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。

今年9月初,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。

北京龙德商业管理有限公司推广部经理任智勇表示,龙德广场经过四年的发展,已经处于“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”是他们推介房屋时的一个砝码。尽管承认地铁通车、通胀、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,很少有出租车司机会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惟一的安立路让人“非常纠结”。而地铁5号线每到这个时候总是人满为患,怨声载道。

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、车钟摆式移动的“睡城”每周一次“车水马龙”的景观再次上演。

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。理论上说,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将目标缩至理论值的1/4,仅为5公里。

在商务部研究院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。

专家观点

扩大体验式消费比例

商务部研究院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。