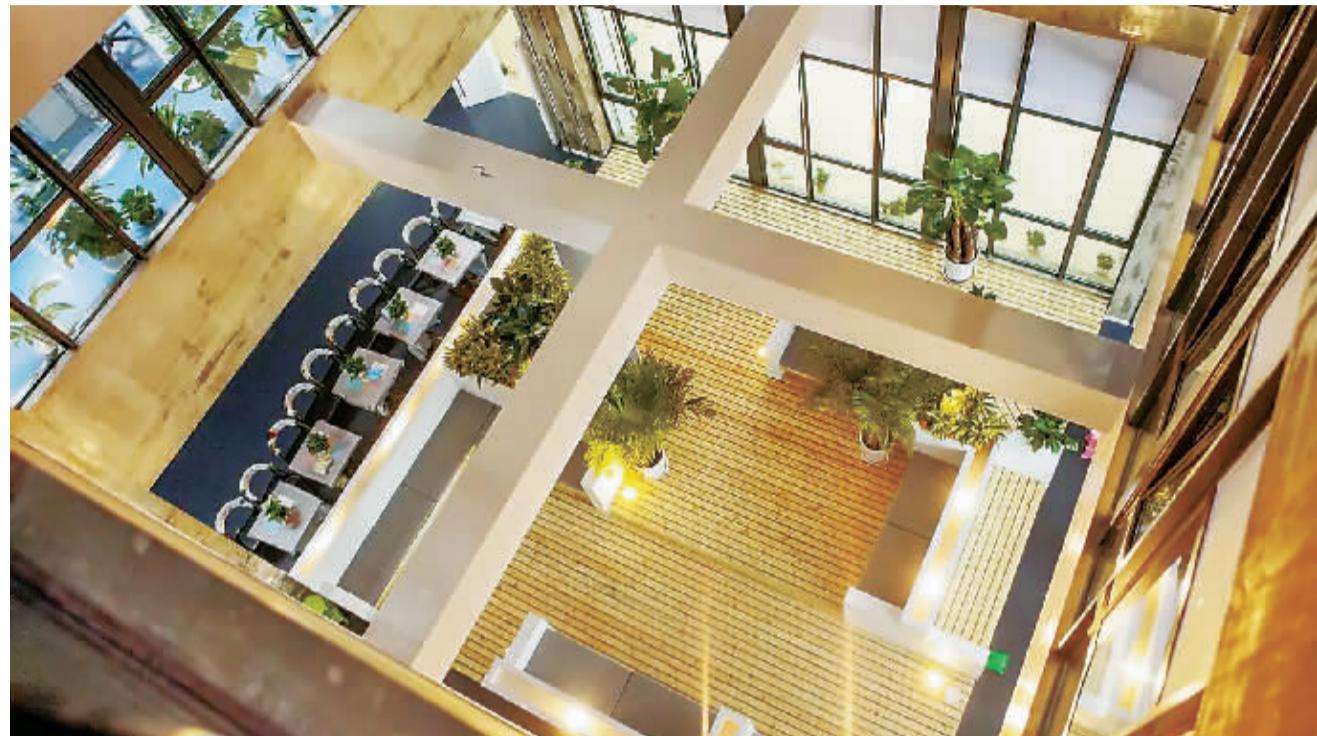


老项目激活 潮驿178打造邻里商业样本



华堂商场北苑店退出后,在北京金百联创资产管理有限公司的重塑下,潮驿178涅槃重生。经历一年时间,潮驿178的邻里商业氛围日渐浓厚,目前项目商业部分网罗20多个精品品牌。通过“商业+写字楼”模式的双向拉动,潮驿178进入平稳运营阶段,金百联创也由此开启了品牌复制之路。



进入平稳运营期

在北京的商业版图中,北苑地带的商业氛围并不理想,尽管周边住宅林立,也有不少商务楼宇,但区域商业配套欠火候。金百联创拿下华堂北苑后,对原有项目进行了大刀阔斧的变革,定位从原来辐射广泛的综合性商业变为更为精准的邻里商业中心。

由于原项目为华堂商场量身打造,金百联创接盘后投入几千万资金改造商业体内外结构。项目重塑后,由写字楼和配套商业两部分组成。一方面,在收益上有一定保障,另一方面,商业体自身的写字楼客群可以带动整体客流循环,更快度过培育期。

在写字楼层方面,潮驿178引入龙图游戏等互联网科技企业。商业层面走了更为浓缩精准的路线,削减区域内同质化品牌数量,引入符合2公里范围内居民、写字楼客群渴求度高的时尚餐厅、便利商业配套。经过一年时间磨合,物美精品升级店“品超市”、味多美、星客多、名创优品、必胜客、和合谷、李连贵熏肉大饼、邻家便利店、雕刻时光、保护地友好体系、小院食光、赣悦汤厨、汉口码头、三和屋、秦面轩、蜀我最面、拾锅百味、东欧生活馆、众信旅游等品牌经营基本达到预期。

商业配套在任何一个区域中都有十分重要的作

用,在商业分散度较高的北苑地区,如果体量不足以覆盖区域客群,就需在便利性和品牌筛选上下一番功夫,在3公里范围内把握一批高黏性客群。在潮驿178商业配套方面,餐饮品牌覆盖中式、日式、西式、快餐等多种口味,满足写字楼稳定客群的日常就餐需求。另外,还穿插Lin便利店、名创优品等品牌填补饭后休闲的碎片购物时间。

精准邻里商业

在存量激活阶段的北京商业市场中,商业运营成本与难度加大。便利性商业的利润长期处于低位水平,邻里商业体的整体盈利不能只依赖于商业收益,还需在其他业态上有所分担。尽管潮驿178是金百联创的商业处女作,但公司擅长资产管理的优势无缝嫁接于该项目之中。潮驿178相关负责人表示,第一年的经营情况趋稳,收益基本符合预期,在正常发展的节奏中。

“邻里商业的难点在于合适品牌引入。在潮驿178经营首年中,商业品牌招商的难度在于品牌的筛选上是否真正符合周边居民、写字楼客群所需。”上述负责人表示,在日常工作时间传统商业的空白时间太多,周末及晚间时段才显现出活力。邻里商业受体量限制,难以做到丰富的业态,这就需要少量的品牌中个性、特色必须更鲜明、突出。

产品线初具雏形

“旧楼改造、存量提升”为城市更新模式让资产管理公司迎来新发展期。根据统计,全国有4.3亿平方米被低估的物业面积,其中一些是硬件老旧或是运营能力有限,对于投资商而言却是很好的投资机会。

通过潮驿178初探商业市场后,金百联创还在持续追加商业市场投入。在东四环地区,金百联创布局的第二个项目基本敲定,项目将根据周边需求与特点,对既有商业楼宇进行重新定位和必要的改造,改造后的商业部分将继续走邻里商业的路线。据潮驿178相关负责人介绍,在西城区三环内的另一项目也已经开始启动前期策划和设计,该项目也将复制“写字楼+商业”的模式,但可塑性更大。通过北苑项目试水后,金百联创的商业产品线初具雏形,年内有望在北京城区形成北、东、西各有一家示范店开业的格局,公司还计划在北京以外的其他地区狩猎,将项目落地到更多地区。

据了解,在潮驿178基础上,金百联创还将在年内推出第二个都市更新产品线品牌——“邑178”。“邑178”首发项目位于北京城区西四环内,改造施工正在加速推进。这一项目把一个长方盒子式的旧商业建筑,改造成11个面积在2000-5000平方米的独栋办公空间,着力打造新经济背景下的新型总部商务生态系统。近期,该项即将正式亮相。

潮驿178商场入驻品牌篇

特别品牌——保护地友好体系

让科学走进社区,让公益环保变得好玩,都市里的生态体验馆,感受大自然的秘密。由中科院动物所博士解焱组织建立的保护地友好体系,作为一个社区课堂,有无限量国际顶级大咖沙龙分享,无限次自然教育课程推广,是无数摄影爱好者的美丽时光。

社会客厅——雕刻时光咖啡馆

走进雕刻时光,简欧的装饰,原木的桌子,每样小摆件,都能感觉到这里浓浓的人情味。如果留心观察,桌子上的台灯还藏着些许秘密。“在雕刻时光,台灯是连接人和人之间的沟通纽带,客人可以把自己的故事留在上面,等待另一个人去发现,也许这就是雕刻时光与众不同的地方吧。”雕刻时光华北区区域经理毛作东这样说道。

独立品牌之“小院食光”——不刻意标榜,也不随波逐流

喜欢这里,因它有山水的寄情,有草木的味道,有生活的气息,有饱腹的美味,让我可以安静地享受坐在这里的那一刻。这里的每一个元素,一盏灯、一幅画、一桌一椅、一杯一碟,每一个菜都来自小院创始人刘先生的亲自甄选、设计。一份台中猪软骨,是他经过许多次尝试之后,才有现在这样软烂又不失弹性的味道,每次吃完都回味无穷。

独立品牌之“赣悦汤厨”——在京江西人的思乡情

在江西菜里火候的掌握是烹调的基础,文火久炖,会减少食材天生的纤维质感;大火快炒,又会失掉其混搭的精妙味道。所以区别于辽鲁的大火爆炒,豫苏的小火慢煲,赣菜更讲究用火候。“炭火慢煨,瓦罐锁味。除了火候,江西菜从食材、器具到时令温度都很有讲究,虽不及几大菜系出名,但用心与繁琐程度都是其不能相比的。”京城赣南

人家品牌创始人程小强对于江西菜这样说道。

独立品牌之“蜀我最面”——四个北京土著的近川梦

品牌创立的灵魂,其实有几个打死不离的朋友,一个执着不肯妥协的念头,还有一碗足以让食客老饕们闻香探巷而来的地道小面,就够了!说起最初开店的由来,王毅说:“小的时候父母不在,用北京话说叫发小,我们四个人就总聚在一起,弄点面条拌上各种酱料,特别的好吃。那时候就想,将来一定要开个店。”现在“蜀我最面”早就在四川地道老饕食客嘴里,成为第一个跟家乡产生关系的代名词。

独立品牌之“汉口码头”

在古色古香的民国风环境里,吃上一碗热干面,还有点评极高的正宗湖北菜,体验湖北人眼里家乡的味道。

连锁品牌——NEW MART品超

物美旗下最新打造一个小而精的生活精品超市。

连锁品牌——名创优品

奉行“简约、自然、富质感”的生活哲学和“回归自然,还原产品本质”的设计主张的名创优品,满足周边人群生活居家小物件的需求。

连锁品牌——星客多快剪

星客多潮驿178店延续一贯简洁敞亮的环境,提倡快剪,不用排队,没有叨叨絮絮的推销,只剪发,不烫不染不洗,15分钟剪完就走。