

# 瞄准北京外溢市场 奥莱项目布局保定

## 年底正式开业

1月23日,由隆基泰和集团和北京温莎智业联合打造的奥莱项目塞纳瑞奥莱正式启动招商工作。希望成为保定商业地标的塞纳瑞奥莱,预计将于今年12月正式开业,在1月23日塞纳瑞奥莱的招商启动仪式上,有近160家品牌商对该购物中心进行了考察。运营团队温莎智业董事长赵志远向北京商报记者透露,开业时,购物中心的整体承租率将在80%左右。

值得注意的是,塞纳瑞奥莱的运营团队是温莎智业。温莎智业管理团队的主要成员曾运营过中国第一家奥特莱斯——北京燕莎奥莱,后者如今在奥莱行业当中仍处于领先地位。“名品+折扣”的理念也是由温莎智业首次引入中国,项目的开发商隆基泰和集团则为河北本土的地产企业。

据悉,塞纳瑞奥莱将引进名品买手店,让顾客贴近超高性价比的国际国内名品。此外,各个楼层均设定不同的主题,例如,一层引入国内外名品精品,二层销售潮流时尚汇集中淑、少淑、男休、饰品、鞋类等前沿品牌,三层儿童产品、娱乐餐饮等,四层为家居生活区域,包括宠物SPA馆、花店、书店、数码体验中心等,五层“潮生活”街区为年轻人提供社交聚会场所,负一层近1万平方米为运动户外消费体验中心。赵志远表示,塞纳瑞奥莱将容纳320个品牌店,仅进行了3个月的招商宣传后就已有40家品牌愿意进驻。“从目前来看,塞纳瑞奥莱的招商并不存在难度”。同时,具体进驻的品牌,塞纳瑞奥莱方面尚不愿透露。

这样一份商业规划,来自于隆基泰和集团提前做出的问卷调查。隆基泰和集团相关负责人透露,项目招商之前,集团在保定地区进行了消费调查,根据数据了解了保定市民希望哪些品牌进入保定市场,塞纳瑞奥莱也将引进这些品牌”。据介绍,塞纳瑞奥莱周边的写字楼、住宅已全部售出。对塞纳瑞奥莱而言,它已经有了基础消费群体。

## 抢“雄安新区”彩头

保定位于河北省的中部位置,这个不显眼的城市在去年4月成为了全国关注的投资主题。赵志远表示,塞纳瑞奥莱将满足保定地区、雄安新区乃至京津冀一体化区域居民一站式家庭消费生活需求。隆基泰和集团董事长兼总裁魏少军表示,塞纳瑞奥莱填补了该地区奥特莱斯商业空白。

曾成功打造国内首家奥特莱斯的温莎智业总经理寇萍,将新的奥特莱斯项目瞄准在河北保定。肩负乐多港奥莱经营的同时,寇萍还看好覆盖雄安新区的塞纳瑞奥特莱斯购物中心(以下简称“塞纳瑞奥莱”)。新项目毗邻雄安新区,将获得2000万的消费人口。不过,在奥莱行业比拼品牌资源时,塞纳瑞奥莱将选择符合保定市场的品牌。专家指出,奥莱业态品牌布阵成为比拼的焦点,塞纳瑞奥莱如何把握机遇、成为“潜力股”,对市场管理方和企业都提出了新课题。



据了解,隆基泰和集团在保定东部打造了一个总建筑面积60万平方米的城市综合体项目,总投资15亿元,是目前保定市最大体量的商业综合体,塞纳瑞奥莱也是保定市首家奥特莱斯购物中心。

赵志远表示,一线城市的奥莱业态过剩,需要城市内部“消化”缓解,三四线城市消费力逐渐上升,同时有足够的空间来发展奥莱业态。

尤其在京津冀协同发展的背景下,因雄安新区的出现,保定成为联动发展的第一线。对此,温莎智业总经理寇萍表示,保定消费者存在消费外流的情况,公司希望塞纳瑞奥莱将外流的消费留在本地,让保定市民能够就近消费;接下来,塞纳瑞奥莱将与雄安新区共享一个市场,项目60公里辐射区以内覆盖近2000万人口,加上高速公路贯穿保定东南西北,形成围绕项目的高速公路环,随着城际高速路网和高铁网络的逐步扩大完善,围绕项目覆盖雄安新区的半小时生活圈

正在形成。

此外,赵志远表示,北京南城的商业还相对薄弱,塞纳瑞的品牌布局或许能吸引部分南城的消费者。不过,现阶段塞纳瑞奥莱将以5公里范围内的居民、高校、科研机构、高新产业园等为基础客群。

## 奥莱下沉 品牌选择是关键

与塞纳瑞奥莱落地保定相似,这两年来,不少奥特莱斯企业开始布局二三线城市,奥莱业态下沉至二三线城市已是不可逆的事实。有调研报告显示,华北地区奥莱项目中,83.8%集中于北京和天津两地。在所有城市中,重庆、哈尔滨、长春、合肥、郑州、青岛等城市奥特莱斯项目将爆发式增长,奥特莱斯集团开发项目均超过4个,二三线城市成为奥莱未来主力布局城市。

赵志远认为,早期,国内鼓励商业开发,同时,在消费升级、迅速增长的情况下,商业项目盲目加大开发,造成现在在国内尤其是一线城市的商业项目过剩,商业地产存量可观。同时,赵志远分析表示,目前国内的奥特莱斯超200家,将来能够在市场中站稳脚跟的或许仅为25%左右。不过,国内奥莱的国际品牌入驻率都偏低,赵志远希望通过现有的品牌资源来弥补塞纳瑞奥莱可能存在的品牌竞争短板。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳分析表示,电商的崛起,使实体零售不再具备价格优势,而“名品+折扣”运营模式的奥莱受到消费者的关注,所以在传统百货商场业绩下滑的同时,奥莱的销售业绩实现了增长。

然而,快速发展的奥莱业态在发展中的难题逐渐显现。赖阳表示,奥莱引进的品牌与消费者所认同的品牌存在一定差异。此外,一些商业项目以“奥莱”为名,却不具备品牌资源,导致经营效果欠佳。不同层级城市的消费习惯、消费能力不尽相同,三四线城市消费者认可的高端品牌与一线城市的认知不同,多数的品牌折扣对三四线城市消费者来说价格依然偏高,相对低端的品牌销售渠道很多,对实体进行分流,使得奥莱在三四线城市发展受阻。从这个角度来看,按照中央部署,雄安新区承接北京疏解出的与全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心无关的城市功能,包括行政事业单位、总部企业、金融机构、高等院校、科研院所等。赖阳认为,雄安新区即将迎来的消费群体与保定的消费者存在一定消费差异。

北京商报记者 吴文治 王维祯

## 王府中 联手伦敦蛇形美术馆推北京展亭

北京商报讯(记者 郭白玉)王府中 在引入不少独家国际品牌的同时,也为京城市场带来了更多的文化选择。近日,王府中 和伦敦蛇形美术馆宣布达成合作,后者将在王府中 打造一座全新的蛇形美术馆展亭,蛇形美术馆北京展亭将于2018年5月开幕,在王府中 展出半年。

根据目前公布的效果图,蛇形美术馆北京展亭位于王府中 草堂绿地,是690平方米草堂绿地的核心建筑。蛇形美术馆展亭的核心是将其作为场所的文化活动,它将作为一个供参观者以各种方式与空间进行交互的“社交建筑”,届时蛇形美术馆北京展亭会开展多种文化及社交活动。

蛇形美术馆位于伦敦肯辛顿公园,每年都会建造一座备受瞩目的临时展亭。蛇形美术馆展亭项目始于2000年,已故知名建筑师扎哈·哈迪德 Zaha

Hadid) 和 雷姆·库哈斯(Rem Koolhaas) 都曾有过相关的展亭作品。此次王府中 蛇形美术馆展亭的委托建造是与家琨建筑设计事务所合作。

对于此次联合伦敦蛇形美术馆推出蛇形美术馆北京展亭,香港置地执行董事周明祖表示,是希望借由一系列艺术文化创意活动和实验性生活体验来连接受众、构筑社群。

在去年11月开始试营业时,王府中 就曾表示,多元化的文化艺术活动会是王府中 为消费提供特色体验的一个维度。从实际成绩来看,这一方面也确实成绩不多。仅在试营业的两个月,就已经落地一场展出、确认了蛇形美术馆北京展亭的合作。1月15日“Digital Revolution”数码巴比肯艺术展在王府中 揭幕,自2014年在伦敦亮相以来,数码巴比肯艺术展已吸引欧洲各地超过30万人前来参观体验。

## 加码绿色 菜鸟再投入1000万个环保箱

北京商报讯(记者 吴文治 赵述评)一直强调降本增效的电商物流企业,正围绕绿色化不断加码。2月5日,菜鸟网络宣布,历经两个月测试,菜鸟网络将在杭州投入数千个环保循环箱,从菜鸟仓到全国零售小店配送时所用的传统纸箱,将逐渐由环保循环箱替代,提升菜鸟网络的绿色指数。

据了解,在北京、上海、广州、成都等数百个城市中,菜鸟网络计划在100万家零售小店全部投入使用环保循环箱,使用量将超过1000万个。这些环保循环箱投入使用后,预计每年节省超过2400万个纸箱。

同时,菜鸟网络对环保循环箱的材质进行了升级,与同等规格的快递箱相比,菜鸟网络环保循环箱所用塑料的重量仅为普通材料的1/4,将方便工作人员的打包、装卸和运输,提

升配送效率,环保循环箱也直接省掉了包装胶带。每个箱子可循环使用两个月以上,破损之后还能回收再造。环保循环箱投入使用后,将在一定程度上解决长期以来传统包装高损耗和低回收率的问题。

菜鸟网络的项目负责人万宏表示,纸箱及胶带等耗材的一次性使用在物流成本中占比较高,此前门店配送主要依靠快递员的经验来判断包装型号,替换为标准的循环箱后,能最大程度利用空间和节省物流成本。以应用最广的6号箱为例,采用循环箱后成本下降超过三成。

在此之前,菜鸟网络在全国范围内投入了约500万个可以生物降解的快递袋子,目标到2020年,行业总体碳排放量减少362万吨,50%的淘系电商快递包装替换为全生物降解绿色包材。