

飘亮购物中心开业3个月再被转手

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)刚刚重装开业3个月的太阳飘亮购物中心再次被出售。华讯股份近日宣布,出售目标公司Bonroy Limited全部已发行股本,该目标公司主要资产为太阳飘亮购物中心,作价为1亿元。此次买卖已是飘亮购物中心多次被转手,盈泰控股有限公司将成为该项目的下一个东家。

飘亮购物中心作为老城区旧物改造刚刚在今年9月完成全面的升级改造,同时也意味着华讯自接手该项目后,将其停业改造再出售。

此次接手的盈泰控股有限公司主要经营范围为工程咨询,并未有商业运营的经验。重装开业的飘亮购物中心定位为社区型购物中心,虽然亚奥商圈的社区较多,但从实际运作而言,该项目经营管理可发挥空间相对有限。据悉,飘亮购物中心总体建筑面积仅4万平方米,地下一层至地上两层,对应着十分有限的经营面积,新调整的发挥空间相对狭窄。

一位了解社区商业的业内人士表示,社区服务型商场相比其他项目更需要多方位分析商场定位。除了引入符合相应商圈消费客群的业态之外,更要避免同质化经营。若一个项目没有经过深刻的市场研究和专业的团队运营,则转型很难成功。

太平洋咖啡试水 自烘焙

北京商报讯(记者 王晓然 郭缤璐)12月24日,太平洋咖啡在北京国贸推出首家自烘焙旗舰店LUXE,产品包括精品咖啡、普通咖啡、茶饮、餐食、蛋糕等。

中国精品咖啡市场目前不够广阔,在流量客群上还需要长时间的磨合。11月,太平洋咖啡推出首家精品咖啡店Brew Bar,LUXE品牌可能在客群上存在一定的重合。在北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,太平洋咖啡实际上在往新型咖啡综合体店的方向探索,对于同一品牌下的不同子品牌,客群之间会存在一定的重合从而会受到影响。不过,对于大部分不交叉的部分即是扩展出来的新客群。

随着消费等级逐渐分层,消费者对咖啡原材料、烘焙程度、烘焙手法等有了新的需求。赖阳认为,目前高端的商务需求和普通需求逐渐拉开层级,不同的客群做不同的品牌特质,同时,目前消费者实际上是有了一定的复合性需求,太平洋咖啡此举正是细分客流的需求。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,精品咖啡店的推出更贴合了新一代追求个性化、高品质的咖啡消费群体,如今现有的咖啡厅已经比较普及,像商务环境比较浓厚的区域咖啡厅属于饱和状态,而真正需要中高品质空间的消费群体却不能被满足。

北京将打造10条特色商业街

2019年,北京前门大栅栏、王府井步行街等核心商圈以及回龙观天通苑等距市中心较远的商圈将获得政策扶持加速提升改造。北京市商务局局长闫立刚在2018年度(第十二届)北京商业高峰论坛上透露,2019年北京将启动实施“十百千”生活服务业提升工程,包括重点打造10条特色示范商业街区,率先启动公主坟、回龙观天通苑两个商圈改造提升,全面启动王府井、前门大栅栏两条高品位步行街建设。

据了解,当前已经有不少企业通过品牌调整、项目引进提前进入调整期。

闫立刚在论坛上表示,北京市明年将启动实施“十百千”生活服务业提升工程。北京还将出台《北京市便民店建设提升三年行动计划》,重点打造10条特色示范商业街区,培育100家连锁品牌企业,建设1000个生活性服务业网点。基本便民商业服务功能在城市社区覆盖率达到95%左右。北京将加大对全市商圈改造升级力度,率先启动公主坟、回龙观天通苑两个商圈改造提升,全面启动王府井、前门大栅栏

两条高品位步行街建设。

随着新型购物中心不断入局北京市场,逐渐分流了传统商圈的部分消费者。此外,一些远离市中心的商圈功能构成相对单一,缺失大型商业综合体。此类区域存在大量的人口导入,并且以年轻人居多,消费潜力需要通过增加商业配套进行释放。2019年,这些问题都将得到进一步的改善提升。

“传统商业想要转型升级,首先需要转变观念”,闫立刚表示,在商业设施布局上,商务部提出在全市构建广域级、区域级、地区级、社区级四级商业中心体系,在传统商业上企业需要加快创新步伐,由销售商品向创新生活方式转变,做精做深体验消费。其中实体店、百货店、大型超市等实体店需从传统单一零售向多元化、跨界经营转型。

部分商圈已提前进入调整期。传统商业不断转变经营观念,谋求转型升级,越来越多现代商圈相继出现也使得传统商圈面临更多的竞争。据北京商报记者了解,前门大栅栏等商圈

纷纷根据自身情况制定转型计划,强化文化气息。

前不久,前门地区引入论坛和展览,启动老城空间更新计划。同时,东城区还与故宫签署全面战略合作协议。双方未来将在前门等地区开办故宫博物院近现代文物博物馆、故宫大讲堂,开设冰窖餐厅、故宫文创馆、故宫文化数字多媒体展览、非遗项目展示、紫禁书院、故宫书店等。

作为北京商业名片的王府井将“打造国际化的商业街”作为近年来调整的主要方向。近一年来,王府井步行街开展绿化景观提升、橱窗升级改造、管控叫卖揽客、整治机动车乱停乱放等措施,清退低端业态,加速环境升级。此外,商圈引入港资企业王府井、举办王府井国际品牌节,以及引入多家国内首店和旗舰店等行为,强化高端定位。

北京市王府井地区建设管理办公室相关人士告诉北京商报记者,未来的王府井商圈,应重点将商业与时尚、文化、生态、科技等要素相结合,力争

打造出动感、韵味、品质与智慧的商业街区,使王府井真正成为引领现代时尚生活的商业地标”。

如今消费者更加关注功能更新快、体验感更丰富的商品。闫立刚表示,在商业消费领域,我国商业流通领域经历了翻天覆地的变化,商品严重短缺到极大丰富,实现了单一商品消费到商品和服务消费并重、简单流通方式到多种业态线上线下融合发展、全民所有制到多元市场主体共同促进。今后,传统的消费模式和消费习惯将被重新塑造。

消费升级带动商业格局变化。北京商研院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,王府井商圈的复兴离不开王府井、等新项目的开业和新品牌的人驻,而之前一直被本地人疏远的前门商圈因为北京坊异军突起。在商圈改造提升的实操过程中,赖阳认为,商业项目应注重结合品质消费和服务消费,而非单一的物品消费,如此才能提升商圈档次。

北京商报记者 王晓然 刘卓澜

两部委:2020年建设30个国家物流枢纽

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)为推动物流等基础设施网络建设,12月24日,国家发改委与交通部共同发布《国家物流枢纽布局和建设规划》。《规划》指出,当前,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,加快国家物流枢纽网络布局和建设,有利于整合存量物流基础设施资源。

根据《规划》,到2020年,通过优化整合、功能提升,布局建设30个左右辐射带动能力较强、现代化运作水平较高、互联互通紧密的国家物流枢纽,培育形成一批资源整合能力强、运营模式先进的枢纽运营企业,初步建立符合我国国情的枢纽建设运行模式,形成国家物流枢纽网络基本框架。

到2025年,布局建设150个左右国家物流枢纽,枢纽间的分工协作和对接机制更加完善,社会物流运行效率大幅提高,基本形成以国家物流枢纽

为核心的现代化物流运行体系,同时随着国家产业结构和空间布局的进一步优化,以及物流降本增效综合措施的持续发力,推动全社会物流总费用与GDP的比率下降至12%左右。

实际上,国内物流企业也已开始针对物流枢纽作出布局。2018年5月,阿里巴巴和菜鸟宣布要投上万亿元,全力以赴建设国家智能物流骨干网。而顺丰、圆通、百世等企业也在今年推

出物流园区,推动物流枢纽的建设。

中国物流与采购联合会专家委员杨达卿表示,现阶段,传统物流效率已达到极限,未来一定要靠物流网络效应。他认为,无论是与各国海关系统的对接打通,还是调度全球资源解决物流高峰的天量包裹,都不是单一物流公司能做到的,这是物流网络的独特效应,未来需要国家支持和企业合作才能完成。

北京
商报
BEIJING
BUSINESS
TODAY
bbsnews.com.cn
新闻 财经 地产

立潮头 信理智 怀专注 探真容

—— 人生是一段旅程, 商报始终在这儿 ——

订阅价360元/年

特别优惠订阅价180元/年

(截止日期2019年2月28日)

2种订阅方式

1. 电话订阅

400-630-1663

2. 当地邮局 窗口订阅



六大平台为用户提供全方位服务

内容平台 | 互联网营销平台 | 活动营销平台 | 研究平台 | 评价平台 | 促销平台

国内刊号: CN11-0104

国内发行代号: 1-110

国外发行代号: D4003

地址: 北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦

电话: 400-630-1663 010-84277808

网址: www.bbtnews.com.cn