

购物中心



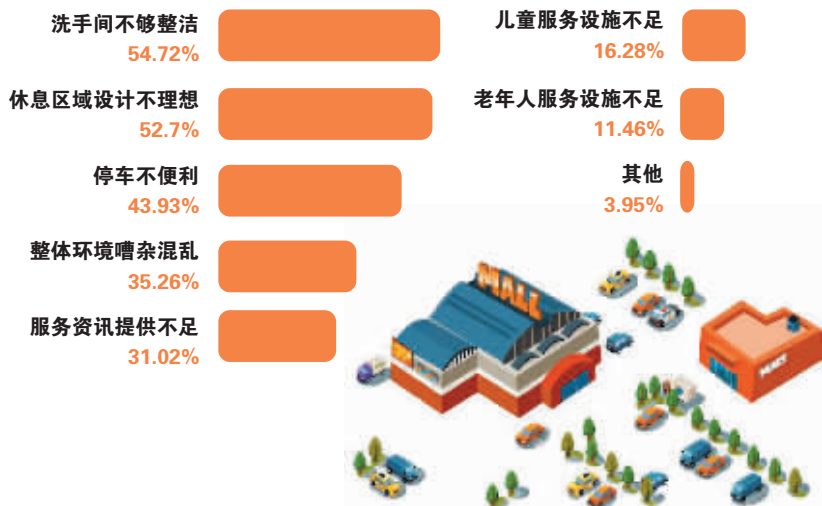
新诉求显现  
软硬件需兼备

如今的商场、购物中心已经不仅仅只是销售商品的实体店,更多的是为消费者提供休闲、娱乐、体验、美食的场所。但事实上,部分商场、购物中心更多地关注硬件设施,从而忽略了软件设施。除了受入驻品牌和交通区位因素的影响,商场、购物中心之间的竞争同样是服务运营能力的较量。根据调查显示,消费者对购物中心服务多样性、配套设施完善度等方面仍有更高的期待。

配套设施尚不完善

配套设施是商场、购物中心运营中最重要的内容之一。完备的配套设施不仅能为运营带来便利,也能给消费者带来更好的购物体验。调查数据显示,在商场、购物中心的配套设施中,消费者最不满足的是洗手间卫生,54.72%的人认为不够整洁。其次,52.7%的消费者认为休息区域设计不理想,43.93%的消费者认为停车不便利。运营商应进一步完善配套设施以优化购物体验。

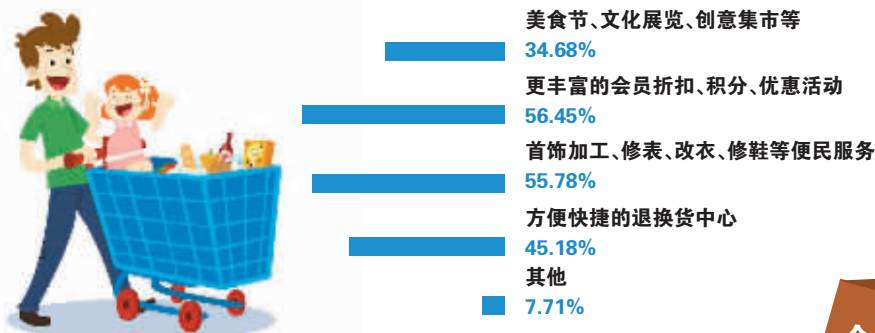
消费者对商场、购物中心配套设施满意情况



服务增值备受期待

尽管现在各大商场、购物中心都在服务上下了不少功夫,但从调查数据上看仍然有很多不足,消费者希望能体验更多延伸服务。其中,56.45%的消费者希望商场、购物中心能够增加更丰富的会员折扣、积分等优惠活动,55.78%的消费者希望增加首饰加工、修表、改衣、修鞋等便民服务,45.18%的消费者希望增加方便快捷的退换货服务。另外,美食节、文化展览、创意集市等活动也备受消费者期待。

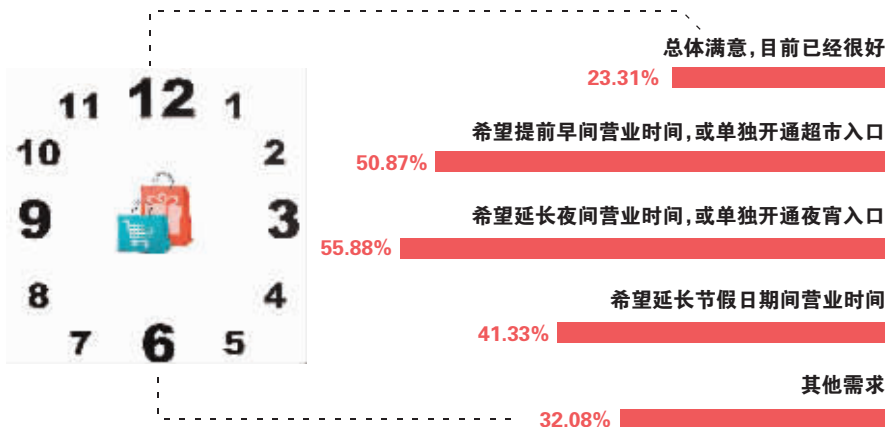
消费者希望商场、购物中心提供的延伸服务



延长营业时间成新诉求

随着购物中心的综合体验属性增强,消费者对其营业时间也有了不同的诉求。调查数据显示,50.87%的消费者希望提前早间营业时间,或单独开通超市入口;高达55.88%的消费者希望延长夜间营业时间,或单独开通夜宵入口;希望延长节假日期间营业时间的消费者占比达41.33%。

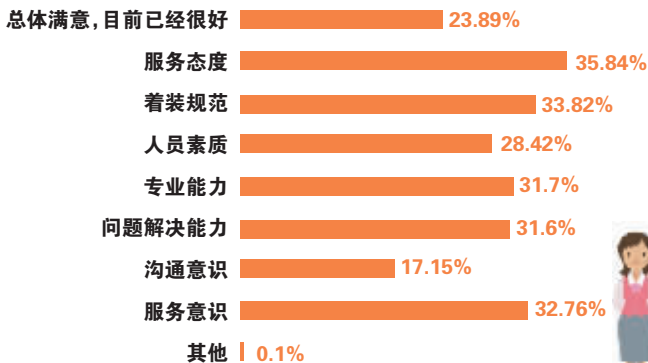
消费者对商场、购物中心的营业时间满意度



服务态度仍待改善

成功的商场、购物中心不仅需要一定的运营能力,对消费者而言,服务人员的素质和内涵也尤为重要。调查数据显示,消费者对商场、购物中心的服务感到总体满意的仅仅只有23.89%。而对服务态度不满意的消费者占比达到了35.84%,对着装规范、服务意识、人员素质等方面不满意的消费者占比也均达到约三成。

商场、购物中心各项服务不满意情况



企业声音

凯德集团商业管理华北区总经理袁嘉骅:

过去,购物中心比拼的是哪家的招商能力更强、租户品牌更有吸引力,但现在品牌招商在中国已经没有绝对的强或弱之分了,关键点在于服务运营能力的较量,优化消费者体验也是购物中心升级改造的核心诉求。

北京华宇时尚购物中心总经理刘文涛:

以前购物中心给人的感觉是更加注重客流,现在是特别重视会员权益。对于传统百货商场来说,服务理念是一大优势,但不足以弥补劣势,百货商场还需要转型发展,如提供更智能、多元、丰富的会员活动等。