

# 环宇城落户瀛海 北京城南商圈扩容

越来越多的商业项目即将在北京城市南部落地。4月16日,北京商报记者获悉,环宇城购物中心即将落户瀛海镇,预计2021年底建成开业。据了解,近年来,龙湖北京大兴天街、泰禾里购物中心、凯德MALL·天宫院等一批大型商业项目相继开业,大悦春风里也将于今年底亮相。随着新商业项目增多,北京城南商业开始向多个中心、多元层次的格局发展,而这对于企业来说,既是机遇,也是挑战。

## 2021年底开业

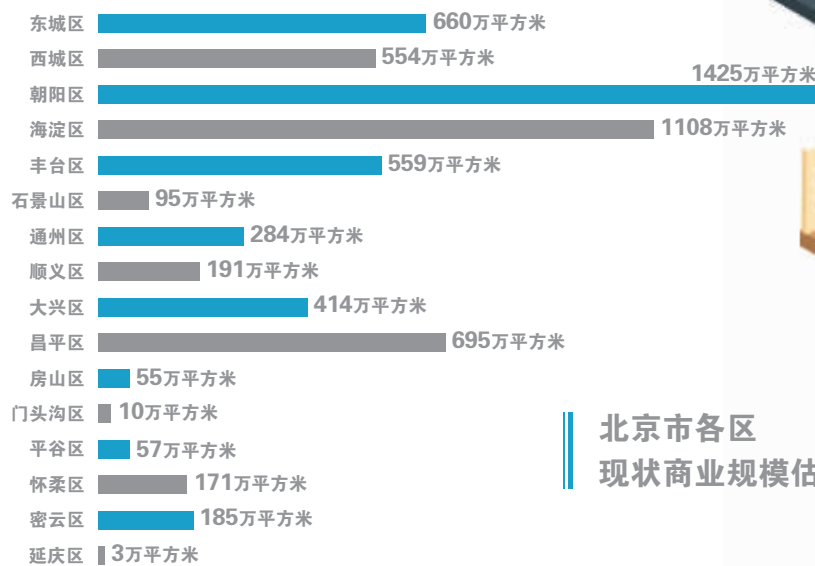
城南将再建一个大型综合商业体。北京商报记者了解到,瀛海镇将规划打造北京南城的世界城市TOD集成乐园,体量约6万平方米,其中商业购物中心已定名为环宇城购物中心。项目预计2021年底建成开业。

北京市规划和自然资源委员会已对《关于大兴区瀛海镇地块功能布局优化方案》做出公示,项目位于大兴区瀛海镇,东至104国道,南至瀛昌街,西至瀛顺路,北至瀛永街,项目规划用地分为YZ00-0803-6024、6025、6032、6035、6038地块F1住宅混合公建用地,A33基础教育用地及S32公交场站设施用地。

该地块在今年2月被北京中海盈达房地产开发有限公司(以下简称“中海盈达”)以44.4亿元的价格拍下,进行后续的整体开发。规划方案中显示,该地块除了规划有住宅,还将新添一座大型购物中心。

据了解,规划中的环宇城购物中心是集购物、餐饮、娱乐、休闲、教育、文化、健身等多种消费功能于一体的综合购物中心,总建筑面积超过6万平方米,地上5层,地下3层,将打造以南海子地域特色“鹿”为主题的大型商业空间。

北京商报记者根据公开信息梳理发现,2016年7月,龙湖北京大兴天街开业。在其开业两年后的2018年5月,大族广场开始试营业。同年的11月30日,泰禾里购物中心落户大兴。2018年12月30日,凯德MALL·天宫院正式开业。此外,位于黄村火神庙商业中心的大悦春风里项目以及位于亦庄的天街购物中心也在建设当中。对此,大悦春风里相关负责人表示,该项目将于今年底正式开业。而亦庄天街预计2022年开业。



## 弥补区域商业空白

据了解,环宇城购物中心位于中轴线附近的瀛海镇,处于南五环外,在大兴东北部,与旧宫、亦庄、西红门及黄村板块相连,具有较好的区位优势。此外,瀛海区域内还有南城最大的湿地公园南海子公园,瀛海也被认为是南城最有发展潜力的地区之一。

从2009年开始,瀛海镇陆续开始城市化建设,兴建了不少回迁房和定向安置房,如今随着地铁8号线的开通,不少开发商也陆续在瀛海拿地,聚集了更高的人气。

2019年,亦庄正式扩区,瀛海全区域都被纳入亦庄新城范围内,并作为综合配套服务区,这为瀛海发展带来了难得的机遇,同时也对瀛海商业配套的建设提出了更高的要求。

而环宇城购物中心的建成,也将弥补区域商业空白。今年准备在该地区置业的刘先生告诉北京商报记者,瀛海地区的商品房,无

论从户型还是交通上,都比较符合心意,但区域内既没有大型的商业配套,也缺乏成熟的商业设施,甚至连健身房、咖啡厅这样的基础消费场所也找不到,难以满足年轻人的需求。

除亦庄区域外,大兴的商业项目面积在北京范围内看数量并不算少,根据《北京市商业服务业设施空间布局规划》数据显示,北京市人均商业营业面积约为2平方米,而截至2018年底,大兴区人均商业营业面积约为1.72平方米,略低于全市平均值;但大兴的商业服务业设施建筑规模则在城市周边多个地区中位居前列,为414万平方米,仅低于昌平区。

事实上,大兴商业项目的区域分布并不均衡,多个项目分布在黄村区域,也就是大兴新城范围内,沿地铁大兴线分布,例如天宫院区域内,凯德MALL·天宫院和龙湖北京大兴天街仅相距一公里。

在西红门区域,北京荟聚购物中心和鸿坤广场购物中心距离也在一公里左右。



示,虽然凯德MALL·天宫院在城南商业项目中起跑较晚,但这也是弯道超车的好机会。“我们比周围的商场迟一点开业,对凯德来说有优势也有劣势。劣势在于入驻商家的重复,优势也很明显,我们能更好地分析当地用户的体验,用新的技术提供更好的服务。”

此外,在不久前,位于亦庄河西区的龙湖亦庄天街正式启动,这是亦庄区域内首座天街购物中心,也是亦庄新城内第四座大型商业项目。该项目土地面积约为4.2万平方米,建筑规模10.5万平方米,该地块将建成集零售、餐饮、休闲娱乐、金融服务于一体的大型综合性商业中心。北京商报记者注意到,龙湖亦庄天街距离瀛海环宇城并不远,两家购物中心未来也有可能形成良好的竞争。

对此,首都经贸大学教授、社区商业研究主任陈立平表示,环宇城购物中心项目落地大兴,对企业来说既是机遇也是挑战。一方面,瀛海附近商业项目有限,所以竞争压力相对较小;从开业时间来看,该项目比亦庄天街开业早,因此具备一定的优势。从项目体量上看,两个商业体量差距不大,又有一段距离,所以只要在项目定位、业态布局和规划上下功夫,还是有发展前景的。”

而另一方面,附近商业项目有限则成为企业发展的一大弊端。商业项目过于分散,导致无法相互引流,其实不利于企业的发展。陈立平认为:荟聚购物中心也是单独存在的商业体,项目却做得很不错,原因就是其项目定位明确,引入的品牌也很好,包括知名的宜家家居。相对于小体量的项目来说,更适合做成社区的邻里商业中心,做小而精的,聚焦周围社区居民的商业项目,增加超市、餐饮、健身等业态。”

北京商报记者 闫岩 王莹莹

## 明确定位与布局

实际上,纵观北京城南过去的商业格局,大多以单一城市中心型物业为主,没有形成商圈效应。随着新商业项目布点的增多,开始向多个中心、多元层次的商业格局发展。凯德商用北部区域总经理袁嘉骅曾表



扫码观看现场视频

## Market focus

### 百威亚太内外交困

近日,由百威亚太员工共同书写的“联名信”在行业内流传,该联名信的内容主要是“弹劾”百威亚太CEO杨克。随后,杨克又发表了内部信件,以加薪来稳定局面。对此,有业内人士指出,事实上,在上市之后,百威亚太无论是业绩方面,还是二级市场方面均不理想,加之今年一季度新冠肺炎疫情暴发,百威亚太今年整体业绩严重受影响。

#### “弹劾”老板

一封疑似由百威亚太公司员工发起的“联名信”在圈内流传。根据该联名信,有部分员工向百威亚太首席执行官薄睿拓以及百威亚太董事会公开表达,反对公司向杨克等人授予4972万的期权和1608万的限制性股票分配方案。

对此,“联名信”发起人共提出三个请求,即解除杨克亚太区总裁及CEO职务;除杨克以外,披露其他收到上述期权和限制性股票的人员以及授予的数量;考虑到公平性以及对于士气和业务的负面影响,董事会应取消上述授予的期权和限制性股票。

对于该联名信是否属实,北京商报记者以邮件方式向百威亚太区媒体关系团队进行了解,但截至发稿,并未收到回复。

事件的原因,在于百威亚太于3月底发布的《授出购股权及受限制股份单位》公告。根据公告,百威亚太根据受限制股份单位计划授出共1608.0138万个受限制股份单位,其中,杨克占714.6728万个受限制股份单位。

与此同时,信中还提及,杨克收到数百

万股,但员工的利益被克扣,也没有加薪。此后,杨克在4月8日所发表的内部信中提到了部分涨薪计划,颇有一丝平息事端的意味。

对此,中国食品产业分析师朱丹蓬向北京商报记者指出,百威亚太出现内部矛盾主要原因在于业绩并没有达到预期,随着各企业及品牌在中高端加码布局后,百威亚太在中高端市场份额受到进一步挤压以及蚕食,这也是导致企业内部管理混乱的主要诱因之一。

#### 业绩下滑

事实上,隐藏在百威亚太内部问题背后的,还有惨淡的全年业绩成绩单。

2月底,百威亚太发布了上市以来首份年报。报告显示,2019年公司实现收入65.46亿美元,同比增长1.8%;股权持有人应占利润9.98亿美元,同比下滑6.2%。

值得注意的是,2019年全年销量下滑3%。百威亚太在公告中表示,导致销量下滑的主要原因为韩国市场竞争严峻,以及去年下半年中国夜生活渠道疲软,也有部分被印度及东南亚市场的增长所抵消。

作为重要的消费市场,针对中国消费市场表现,财报显示,2019财年,在每百升收入增长约为6.4%及销量下降约为3%的推动下,百威亚太在中国的收入增长约为3.2%。并且,在2019年第四季度,收入下降3%,原因主要在于3.9%的每百升收入增幅被6.6%的销量下降所抵消。

然而,尽管2019年下半年百威的销量因夜生活渠道持续表现疲软而下跌,但由

于持续高端化,中国每百升收入持续增长。事实上,随着近年来中国市场消费升级不断,中高端消费市场不断释放红利。年报显示,百威继续在各个市场引领高端化,每百升收入增长4.9%,带动2019财年年度收入增长1.8%。

#### 处境尴尬

在内忧不断的处境之下,百威亚太也面临着外患重重的窘境。

随着啤酒消费旺季的来临,包括国产啤酒在内的多款品牌纷纷发力中高端市场,并通过进一步调整产品结构而获得更多市场份额。在这样的大背景之下,当青岛啤酒、华润雪花以及喜力等品牌陆续加码中高端市场后,百威也面临着前所未有的挑战,未来高端化仍是市场主要的发展趋势,竞争也将逐渐加剧。对此,啤酒营销专家方刚在接受北京商报记者采访时指出,未来啤酒行业将继续呈现高端化以及集中化发展趋势。

此外,今年初受到新冠肺炎疫情疫情影响,大部分终端销售出现停滞状态,这也导致了企业受到较为严重的威胁。其中,百威亚太进一步调整了2020年一季度预期,估计与2019年同期相比,2020年前两个月的中国市场收入将自然减少约2.85亿美元,正常化除息税折旧摊销前盈利将自然减少约1.7亿美元。对此,朱丹蓬指出,虽然中国疫情结束较早,但是市场整体消费力受到限制,加之韩国、日本市场也并不尽如人意,因此今年百威亚太仍然较为艰难。

北京商报记者 刘一博 冯若男

### 面向高管 王府井集团股票期权激励获批

北京商报讯(记者 闫岩 刘卓澜)将企业核心人员与企业利益挂钩,是企业长久发展的有力手段之一。4月16日,王府井集团股份有限公司发布公告称,关于股票期权激励计划获北京市人民政府国有资产监督管理委员会批复,公司2020年股票期权激励计划尚需股东大会审议通过后方可实施。业内人士指出,在疫情背景下,商业企业受创严重却仍实施股权激励计划,一方面凸显企业对未来发展的信心,有助于提振市场;另一方面将集团核心管理层利益与企业长期发展挂钩,有利于企业长远发展。

根据王府井集团在3月9日发布的“2020年股票期权激励计划(草案)”公告显示,该计划首次拟授予激励对象不超过130人,激励对象为公司董事、高级管理人员及公司董事会认为应当激励的管理骨干、其他核心人员。首次授予的股票期权的行权价格为12.74元/股。

同时,公告中指出,王府井集团拟向激励对象授予不超过775.5万份股票期权,约占计划草案公告时公司股本总额的0.999%。其中,首次授予771.5万份股票期权,约占股票期权总量的99.48%,约占计划草案公告时公司股本总额的0.994%;预留4万份股票期权,约占股票期权总量的0.005%。

他方式开展股权激励。通过清理退出一批、重组整合一批、创新发展一批,实现国有资本形态转换,变现后投向更需要国有资本集中的行业和领域。

王府井集团表示,实施激励计划的目的是为了进一步建立健全公司长效激励机制,吸引和留住优秀人才,充分调动公司董事、高级管理人员及其他关键人员的工作积极性,有效地将股东利益、公司利益和管理层利益结合在一起,共同关注公司的长远发展。

王府井集团最近的财报显示,2019年前三季度共实现营收194.01亿元,同比增长1.06%;实现净利润8.47亿元,同比下滑14.33%。报告期内,王府井的百货、购物中心营业收入149.59亿元,同比减少3.04%;奥特莱斯营业收入32.1亿元,同比增长24.03%。从地区来看,华北地区营业收入在所有地区中最高,为59.56亿元,同比下降3.29%;其次为西南地区和西北地区,西南地区实现营收50.84亿元,同比下降3.33%,西北地区实现营收30.46亿元,同比增长4.29%。

显而易见,强化效益、提升利润成为王府井的首要任务。王府井集团在2019年年中工作会议上提出,该集团目前还面临着宏观经济、营商环境、零售市场等多方面的变化和挑,接下来需要加速推进创新转型。其中,百货业态需要强化区域建设和战略资源建设,奥莱业态要解决发展速度与质量问题,购物中心业态需要加快发展有影响力的项目,超市业态要解决好增量与存量的问题。同时,提升自营业务也是该集团重点布局的业务之一,加快新技术运用,从而优化业态融合升级,加快规模化发展。