

麦当劳创始人曾说:你们都以为我是卖汉堡的?其实,我是做房地产的。麦当劳的店铺选址堪称精准,据说其不动产的拥有量比教皇还多。这也使得在遇到金融危机的时候,麦当劳能靠价值坚挺的不动产获利。

对于梦想一铺旺三代的升斗小民来说,紧跟“强者”才能省心省力。强者法则就是:买铺不可以错。选铺=选址。在这里,您将真实面对零售业强者、百货业强者、金融业强者、美容业强者的“强者法则”。

快报记者 周映余 刘果 葛九明 实习记者 杜磊 制图 李荣荣

选铺再强,强得过“麦当劳”吗

[选铺·沃尔玛]

选铺就是挑战不可能

●最低租金 ●最大人流 ●最方便交通 ●最大门面

从乡村杂货店一路走来,世界零售巨头沃尔玛历经了无数次商业国际化与本土化的厮杀,店铺选择成为必修课。

只租不买 议价能力非常强

如果说今天的麦当劳除了卖汉堡包、薯条之外,也是个靠持有商铺获得不菲租金的房地产投资客的话,沃尔玛至今没有改变自己租赁为主的开店策略,而且其独到的选铺法则同样为其创造了可观的收益。

据沃尔玛一位发言人透露,沃尔玛店铺只租不买,表面上看是集中资金,加速拓展连锁,但从盈利最大化的角度看,以“低价”赢得市场的沃尔玛,前期店面成本投入自然不能高。“固定资产的增值幅度有限,花费巨大成本购买动辄上万平方米店面的做法,对坚持以直营模式扩张的沃尔玛而言,无疑是不明智的。”

这位发言人解释,零售业资金流动速度越快,周期越短,利润增长速度越快。拿南京新街口万达广场而言(沃尔玛承租部分物业),价值增长已十分有限了,但是沃尔玛的现金流还在滚雪球似地不断增长。由此不难理解为何这位零售业巨头不涉足商业物业投资。

来到中国13年,沃尔玛已成为汇集人气的代名词,沃尔玛的人住能催热一个区域的商业。自然,在降低铺面租金方面,沃尔玛具有非常强的议价能力。

事无巨细 旺铺还要租金低

沃尔玛公司南京媒体发言人陈宏文女士介绍,沃尔玛选址时会考虑城市核心圈,或是新兴的城郊接合部商业副中心,优先选择人流量大的步行街、综合购物广场等十字路口位置。一般来说,超市位于街道的左边要比右边便利,两条街道的交叉口要比位于单侧路边位置好。

沃尔玛对顾客细致人性的服务在选铺上也得到充分体现。其做法是要么位于地下负一层,要么位于二楼,既能降低租金成本,贯彻低价原则,又能方便大量人流便捷通达。铺面还要显著。沃尔玛要求店面临街的竖向面积尽量大,且朝向有利于各个方向人流视线顺利到达,消费者很远就可以看到“沃尔玛”。当然,对沃尔玛专门负责店面选址的团队来说,工作远比这里描述的繁重得多。

[选铺·交通银行]

紧跟规划往前看五年

●先天因素 ●战略前景 ●区域转型

今年5月28日,南京地铁一号线南延线和二号线正式开通。有心的市民都会注意到,在一号线南延线沿途的15个站点,都设有交通银行的自助银行点。事实上,这只是交通银行南京分行借助世博会机遇进行网点布局的一个缩影。

记者从交通银行南京分行办公室了解到,根据他们的经验,交通流量、人口与消费状况、竞争对手等情况都是银行网点选址时要参照的重要要素,其中最为核心的还是依赖对于政府规划及区域前景的前瞻性判断。为此,一个成功的网点布局,至少要看到区域五年内的变化。

一般来讲,网点所在地的方位、走向、区域定位和区域人群是银行选址的首先考虑要素。比如,方位和走向主要依赖于交通带来的人流特征,我国的交通管理制度规定人流、车流均靠右行驶,所以人们普遍养成右行的习惯,这样,银行网点在选择地理位置进口时就应以右为上。假如银行网点所在地的道路如果是东西走向的,而客流又

主要从东边来时,则以东北路口为最佳方位;如果道路是南北走向,客流主要是从南向北流动时,则以东南路口为最佳。另外,通常在主干道交接处,银行网点建筑的“能见度”大,这也是大多数银行主要网点布局在十字路口或者三岔路口的原因。

至于区域定位和人群构成的考虑则更好理解。对于一个区域来说,是商务区,还是大型居民区,或是区域商业中心,直接决定周边的人流量和消费力,进而影响银行网点的定位及未来的销售。比如,是开设分行还是支行,还是零售服务网点,这些都要建立在对网址所在区域的深度调查基础之上。

“银行营业网点的选择和大型百货的选址一样,有严格的参照标准和商业价值前景的预测。有些因素是先天的、可见的,有些则需要战略眼光的判断,其依据就是政府的规划。”交通银行

相关负责人表示,就这点而言,跟着政府规划布局银行网点显得尤其重要。

例如,有的地点从当前分析是最佳位置,但随着区域的改造和转型,可能会出现新的变化而不适合开网点;反之,有些地点从当前来看不理想,但从规划前景看会成为有发展前途的新的商业中心区。因此,银行经营者必须从长远考虑,在了解地区内的交通、街道、市政、绿化、公共设施、住宅及其他建设或改造项目的规划的前提下,做出最佳地点的选择。“有时候这种前景预测需要你往后看,看到该区域五到八年内的变化。”上述负责人表示。



[选铺·王春美容院]

巧妙布局南京七星阵

●有效客流 ●高档社区 ●借力打力

容院不仅依靠的是人流量,更多的是依赖客群”。

所谓“客群”,也就是品牌的目标消费群,王春美容院将白领阶层作为其目标消费群,因此,商业区以及高档住宅区都是其选址考虑的首要因素。

此外,停车场、地铁线等配套也至关重要。朱平董事长认为鼓楼地区就非常不适合选择为铺址,一方面,鼓楼地区虽然环境好,人流大,但作为一个交通枢纽,这里的人群“停不住”,因此有效客群不多。另一方面,鼓楼地区的商圈并没有形成气候,其政治、文化中心的功能定位也限制了商业的发展。尤其是停车场的缺乏,导致消费者不愿也无法做过多的停留。

因此,在王春美容店的其他六

家分店中,新街口旗舰店进驻了金轮国际广场;龙江风尚馆入驻了新城市广场;大行宫摩登馆则是选择了长发地下中心广场,这虽然是一栋写字楼,对面的家乐福超市能够带来稳定的人流以及客源;山西路阳光馆则紧邻闹市区的湖南路;月牙湖浪漫馆和水西门尊贵馆附近都有成熟的高档社区以及完善的交通、超市等配套。

下一步,朱平董事长非常看好地铁沿线商铺。他表示,在香港、东京、莫斯科等地铁发达的城市,由于地铁不存在塞车等问题,非常便捷,大多数市民的出行方式都是以地铁为主。他认为,在未来的十年,南京的地铁系统一定会不断成熟,并且最终必然贯穿全市,届时,地铁沿线必将成为商铺选址的“黄金线路”。

[选铺·大洋百货]

择址江北自有生意经

●交通利好 ●经济实力 ●人口增长 ●消费惯性

就在2003年首次亮相新街口时,大洋百货需要面对的是南京新百、中央商场、金鹰国际、东方商城等一批老牌百货龙头,然而,就在南京百货业竞争最为激烈的新街口,大洋百货却在开业仅7年时间里迅速成熟,并在全国拥有了16家分店。明年5月将正式运营的第16家分店,正是位于华东Mall的大洋百货江北店。

据说,大洋百货曾经派出强大阵容依次考察过河西、江宁,但最终还是将南京二店放在了江北,大洋百货集团有限公司业务部襄理邱海兵向记者介绍了其中的原因。

首先,近年来,伴随着纬七路、纬三路、地铁3号线等交通利好,跨江发展真正开始迈入快车道。

其次,江北经济形成有力支撑。2009年,浦口区地方财政总收入处于全市十三个区县第四位。在全区371家规模企业中,主营业务收入在亿元以上企业有80家。

最重要的考虑则是居民。近三年,江北新增住宅面积1000万平方米,居住人口已达120万人,未来三年,大洋百货江

北店周边五公里核心商圈住宅总量将新增2500万平方米以上,新增居住人口将逾百万。而根据城市规划,到2020年南京市人口将达到1000万,目前南京市人口为700万,而新增的300万人中将有100万流向江北。

邱海兵还介绍,大洋百货旗下百货共分为精品类百货、时尚类百货、生活类百货三种,考虑到当地的消费能力和消费习惯后,大洋百货江北店将被确定为生活类百货。值得一提的是,与大洋百货新街口店相对紧张的数百个停车位相比,江北店的停车位将达到4560个。

邱海兵告诉记者,明年4月,大洋百货江北店将试运营,5月正式对外开放。

“何以在地铁3号线、纬三路尚未建好时就率先开业运营?”记者问道。

邱海兵坦言,地铁对于商业地产其实也是双刃剑,以仙林某大型百货公司为例,周末的人气反而不如平时,很多消费者都会选择乘坐地铁来到新街口等中心商圈来购物消费。大洋百货先行进驻江北,也是为了尽早培养起这一市场空白点上消费者的消费惯性。



截至2009年,王春美容店已扩展到7家美容分店,分布在市区的各个核心位置,并且拥有其中5家店铺的产权。从名不见经传到有口皆碑,王春美容店的成功与其精准而独到的选址眼光不无关系。

对王春美容店来说,在进入市场初期,品牌以及经营理念都还不够成熟,之所以选择夫子庙作为第一家分店店址,朱平董事长表示当时主要考虑的是“人流量”。

随着品牌理念的不断成熟,王春美容店在选址上也更注重商业性与社区性的融合。这是因为“美

»楼市新闻

“迎接新政 布局未来”世联地产论坛圆满落幕

6月4日,南京楼市迎来一场及时而专业的盛会。由世联地产主办的“迎接新政 布局未来”——新政方向下房地产市场的机遇与应对策略论坛在南京绿地洲际酒店成功举办,论坛得到了南京众多知名开发企业的积极响应。

在当前行业调控的新形势下,作为国内起步最早的境内第一家登陆A股的房地产综合服务商、作为第三方专业的房地产服务机构,世联地产董事长陈劲松、经济学家赵晓和住房和城乡建设部政策研究中心副主任秦虹女士与现场观众分享了本轮新政对市场的影响,纷纷提

出了对本轮调控的认识及对房地产市场未来发展的判断。

会上,住房和城乡建设部政策研究中心副主任秦虹就新政对房地产市场的影响做了深入分析。她表示,新政将遏制购房需求、降低房价上涨预期,而随着下半年楼市供应量放大上市,房价下调压力非常大。经济学家赵晓也坦言,此次房地产的调控只是一个开始,中国需要的是根本的改革,通过改革寻找新的增长点,实现经济发展方式的转换。世联地产董事长陈劲松则从房产代理的角度谈到新政后的营销问题,世联地产将在今年下半年销售

代理积极调整,变恐惧卖房为营销卖房。

主办方相关负责人告诉记者,世联地产对“4.15新政”进行了全面而深入的分析。首先,“4.15新政”的政策目标在于从更高层面来解决当前社会、经济难题,但是,本轮针对房地产市场的调控,政府的决心大、措施具体、行动快、力度大,决不能轻视调控对市场产生的影响。其次,本轮调控是配合国家经济结构调整、经济增长方式转变而进行的,同时也是房地产供给结构调控的开始,并且保障住房供应将真正落到实处。快报记者 葛九明