

搅局者?城市综合体首次杀入张家港

■投资近40亿的曼巴特购物广场项目昨举行招商会
■业内称将对县城传统商业格局造成巨大冲击

Q 先到地下一层的精品超市购物,顺便上楼到奢侈品长廊逛一逛,饿了就换个楼层尝尝各国风味的美食,最后到IMAX影院去看一部大片……这样的场景可以发生在如今的北上广,也将出现在2014年的张家港。而这个打造中的港城未来新地标,名叫曼巴特购物广场。

投资近40亿的巨无霸长了啥模样?哪些世界一线大品牌将登台亮相?一个县级市能否提供足够的消费力量……在昨日举行的招商会上,有些已有答案,有些仍存悬念,但可以肯定的是,曼巴特在给张家港带来现代和时尚元素的同时,也将对其目前的商业格局造成巨大冲击。

现代快报记者 张洪



曼巴特购物广场效果图

A 曼巴特长什么样? 吃喝玩乐购融为一体的城中之城

曼巴特购物广场位于张家港杨舍镇,步行街东首南侧,其实是一个城市综合体,也是中国时下正方兴未艾的商业新概念。

所谓城市综合体,是指将城市中的商业、办公、居住、旅店、展览、餐饮、会议、文娱和交通等城市生活空间的三项以上进行组合,并在各部分间建立一种相互依存、相互助益的能动关系,从而形成一个多功能、高效率的综合体。典型代表有以艺术闻名天下的巴黎“拉德芳斯”、富含历史底蕴的纽约洛克菲勒中心以及以自然元素深得人心的东京城中花园六本木等。

据介绍,曼巴特的总建筑面积约26万平方米,其中商业面积12万平方米,包含了购物广场、花园、酒店、写字楼和会务五大主要业态。从布局看,商业体挖到了地下三层,最下面两层的停车场将设置3000个停车位;地下一层是现在北上广最流行的精品超市,一楼是销售国际一线大品牌的奢侈品长廊,引进的品牌中有60%是张家港没有的;二至四楼以时尚中心为主题,涵盖了从儿童到中老年的消费需求;五楼则是LOHAS一族的向往之地,可以健身、阅读或淘一淘数码产品。六七层的“幸福蓝

海”则主打娱乐,市民既可以品尝到世界各地的饕餮美食,也可以感受一下张家港首家IMAX影院的视听盛宴。

“为了引进大牌的奢侈品,我们和国外供应商谈了快两年了,他们对环境、面积、空间等硬件要求非常严格,比如说外立广告面要求高9米,但张家港目前的商场根本达不到,为此我们请了美国的专业公司负责设计,都是按最先进的标准来做的,要想把凤凰引来,首先必须先把巢筑好。”项目总经理郑重光这样告诉记者。

据郑重光介绍,与现今城市综合体普遍采用的租赁模式不同,曼巴特将采用百货公司的经营模式,即曼巴特作为业主身份参与并协助对品牌的管理,从而与品牌经营者形成良性互动,为客户建立优质的精准服务项目。“一般的综合体30个人就可以管理,但我们的精细化管理需要一个300人的团队才能完成。为此,我们专门成立了“凤凰商学院”,通过“凤凰计划”从全国各大著名高校引进年轻人才作为中层储备力量,对人才进行系统、高效的知识培训和市场实践,以支撑曼巴特购物广场庞大的人才体系。”郑重光强调说。



曼巴特着力打造“悠闲、舒适、曼妙”的生活商业氛围

B 为什么选择张家港? 人均GDP接近香港,消费潜力巨大

由于具有带动投资、刺激消费、树立地标形象三重利好,因此城市综合体被认为是提升城镇化水平和质量的一把金钥匙。近几年来,城市综合体之所以在二线城市迅速扩张,背后其实是企业在城市深耕布局的能力和地方政府招商引资的动力一拍即合形成了合力。

根据规划,海澜集团未来将在江苏建成五到七个城市综合体,很显然曼巴特具有样板的意义。相信很多人有疑问,这个旗舰店为什么不选择省会南京?不选择苏锡常?而是选择县级市张家港呢?以张家港的人口规模和消费水平能支撑这样一个体量巨大的城中之城吗?

2011年进驻张家港之前,我们专门请了一家顾问公司做市场评估和调查,我们的选择是建立在一系列

严谨的数据之上的。”郑重光告诉记者,曼巴特位于张家港的商业中心步行街,步行街经过几次大的改造和提升,形成了如今全长680米、宽24米、拥有400家店铺、年销售额28.5亿元、客流量540万人次的商业规模,其中的75%为本土消费群,这个数据已经可以媲美某些一线城市的商业板块。此外,张家港2012年的GDP是2050亿元,按户籍人口计算,人均GDP达到3.4万美元,与中国香港、西班牙相当。“现在张家港的百货公司每平方米能产生两到四万元的效益,这和大都市的水平也差不多了。为了验证这个数据,一开始我们派人在各家商场门口整整守了一个星期,最后的判断是,张家港目前仍处在供小于求的阶段,所以曼巴特的进驻应该能有效的填补市场空缺。”

不可否认,曼巴特将把张家港市民的消费环境提升到一线大城市的水平,但这同时也意味着它将对这个城市目前的商业格局带来不小的冲击。据介绍,曼巴特的商业项目占地将达到12万平方米,而张家港商业步行街现有的四家百货公司的占地面积加起来只有8万平方米。更关键的是,曼巴特“一站式”的商业模式和全客层体验式的购物环境,这对一个县级城市甚至其周边县市商业格局的冲击可想而知。

在昨天的媒体见面会上,海澜集团副总裁庄晨透露,由于海澜在商业零售方面还是个新手,还需要积累更多的经验,因此才选择在竞争不太激烈的地方进行布局,像曼巴特这样的连锁购物中心接下来仍然会进驻中小城市。

C 投入与回报如何平衡? 强调精细化管理,追求长远发展

打造这样一个巨无霸城市综合体,海澜集团的投入可谓巨大,整个项目总投资预算将近40亿。值得一提的是,曼巴特土地的支出就达到了惊人的16亿元,这在县城绝对是一个令人乍舌的高价。一个很现实的问题是:城市综合体的前期投入巨大,而相比较而言其盈利周期却比较长。因此,一个城市综合体的健康运营除了需要足够的商业地产运作经验之外,更重要的是要与城市化进程和人口扩容的预期相匹配。这也是为什么一方面城市综合体符

合城镇化发展思路成为共识,而另一方面“神州处处综合体”又令业内忧心忡忡的根本原因。盲目建设、定位不清、同质化竞争是产生城市综合体泡沫的三大推手,在这一点上,号称全球最大购物中心“广东华南MALL”的试验失败可谓前车之鉴。

对此,郑重光有他自己的理解。“首先,曼巴特项目是建立在我们对市场充分评估和调查的基础之上的,前期摸底工作做得非常细;其次,从运营模式到管理方式我们都有自己的特色,处处强调精细化。”

但他也坦言,城市综合体的回报周期相对是要长一些,因为运营成本确实很大,但海澜集团在打造城市综合体方面不是一锤子买卖,而是会追求长远发展。一方面,曼巴特的崛起对传统的商业格局是个不小的冲击,但另一方面,飞速发展的电子商务正在对包括曼巴特在内的所有实体商铺形成威胁。对此,郑重光表示,曼巴特项目掷重金建立了先进的数字化营销系统,主推“曼*微文化”,包括微社区、微刊、微博、微信、微优惠、微定餐等。

D 海澜要转型商业地产? 涉足商业零售,只是从乙方变成了甲方

从江阴财富中心到张家港曼巴特购物广场,近年来海澜在商业地产领域动作频频,以至于有媒体猜测认为这是海澜之家的转型方向。

针对媒体的提问,庄晨昨日表示,海澜从毛纺到精纺到服装再到品牌,无非是上下游关系演进和附加值提升,发展的轨迹始终没离开原来的主线。曼巴特是海澜涉足商

业零售的第一个项目,无非是从原来的乙方变成甲方而已,不存在向商业地产的转型。

海澜集团总裁周建平在接受现代快报记者采访时则说得更为具体:“曼巴特不完全是商业地产,我们无意进入地产领域。为了降低运营成本,这个项目允许有五到六万平方米出售,但70%是自己长期

持有。长期持有的目的主要是发展品牌连锁和商业连锁,以发扬我们多年来在发展海澜之家过程中积累的经验资源,扬长避短,发挥主业。我们从品牌连锁引申到商业连锁,从做一个牌子的连锁到商业体中多个品牌的连锁,内容上异曲同工,并没有走出自己的行业,而只是主营业务战略转型的一部分。”