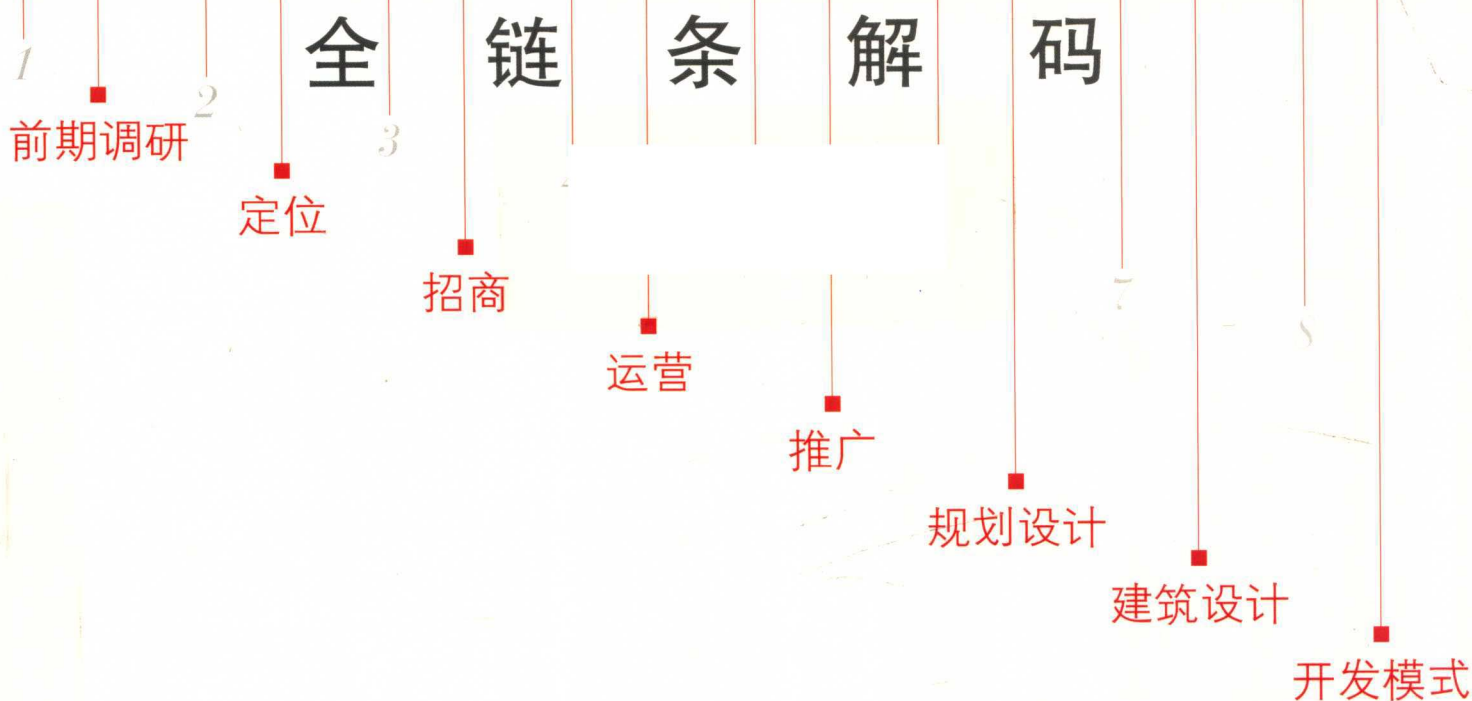


顶级购物中心 可复制的成功密码

(下册)

佳图文化
编

商业不动产 大鳄如何炼成?



顶级购物中心 可复制的成功密码

佳图文化 编

（下册）



天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

顶级购物中心可复制的成功密码: 全 2 册 / 佳图文化编. — 天津:
天津大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5618-4975-0

I . ①顶… II . ①佳… III . ①城市商业—房地产—研究—中国
IV . ① F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 021898 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨 欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)

电 话 发行部: 022-27403647

网 址 publish.tju.edu.cn

印 刷 广州市中天彩色印刷有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 210mm×285mm

印 张 32.5

字 数 1077 千

版 次 2014 年 4 月第 1 版

印 次 2014 年 4 月第 1 次

定 价 498.00 元 (全 2 册)

CONTENTS

CHAPTER 4 第四章

万达系之广州白云万达广场

第一节	广州白云万达广场项目开发背景	013
第二节	广州白云万达广场项目开发前期调研	015
第三节	广州白云万达广场项目定位策略	021
第四节	广州白云万达广场招商与运营推广策略	025
第五节	广州白云万达广场规划设计	033
第六节	广州白云万达广场建筑设计	048
第七节	万达广场内地的其他重点项目	068
第八节	万达广场的启迪	083

CHAPTER 5 第五章

凯德系之成都来福士广场

第一节	成都来福士广场项目开发前期调研	101
第二节	成都来福士广场定位策略	107
第三节	成都来福士广场招商与运营推广策略	110
第四节	成都来福士广场规划设计	114
第五节	成都来福士广场建筑设计	126
第六节	来福士广场内地的其他项目	132
第七节	来福士广场的启迪	142

目录

CHAPTER 6 第六章

鹏欣系之天津鹏欣·水游城

第一节	天津鹏欣·水游城项目开发前期调研	150
第二节	天津鹏欣·水游城项目定位策略	158
第三节	天津鹏欣·水游城招商与运营推广策略	169
第四节	天津鹏欣·水游城规划设计	174
第五节	天津鹏欣·水游城建筑设计	184
第六节	鹏欣·水游城系列项目	194
第七节	鹏欣·水游城的启迪	211

CHAPTER 7 第七章

太原天美新天地

第一节	太原天美新天地项目开发前期调研	223
第二节	太原天美新天地项目定位策略	231
第三节	太原天美新天地招商与运营推广策略	235
第四节	太原天美新天地规划设计	245
第五节	太原天美新天地建筑设计	248

顶级购物中心 可复制的成功密码

佳图文化 编

(下册)



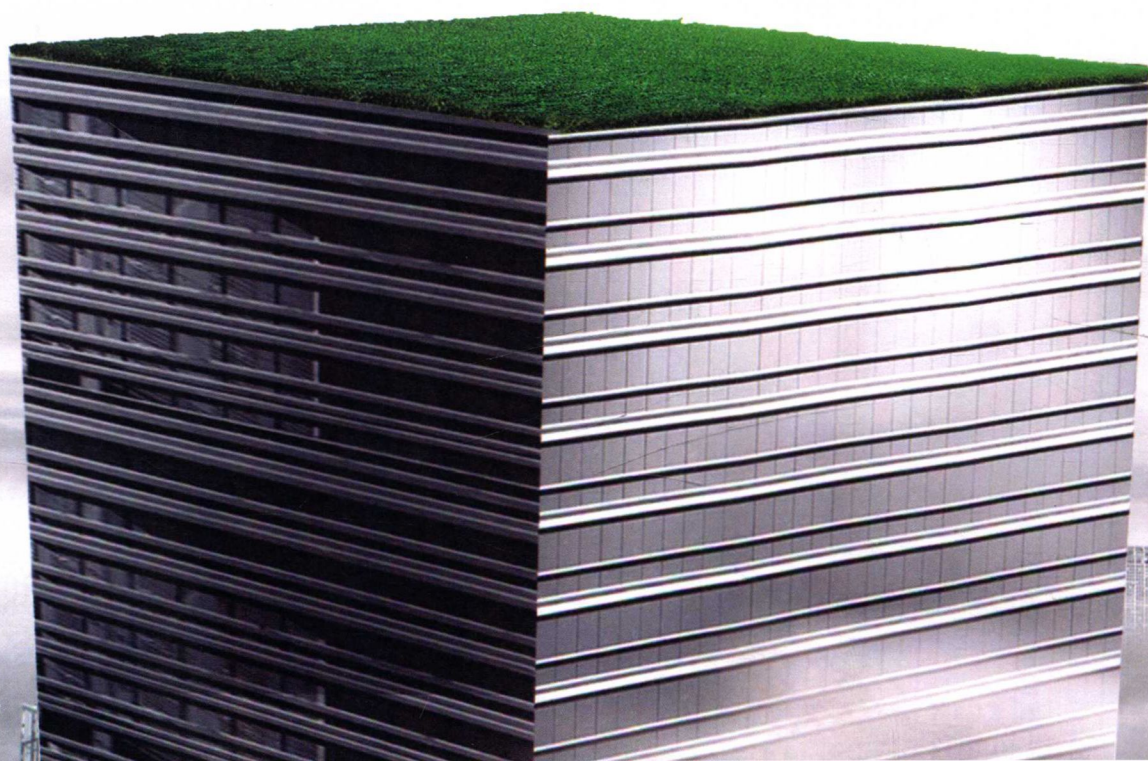
天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

借他山之石

如何站在巨人的肩膀上看得更远？

4 大精华要义

跻身明日零售地产开发第一方阵



精华 1

全程解密七大商业不动产巨头操盘智慧

以 7 个顶级购物中心为标本，全链条解析标杆项目的开发流程。

(1) 广州太古汇：老牌英资企业太古集团磨砺 10 年的第四代作品。

(2) 深圳华润·万象城：央企华润集团开辟零售疆土的拳头产品。

(3) 济南恒隆广场：长线猎手恒隆集团布局环渤海地区力作。

(4) 广州白云万达广场：商业地产“一哥”进军华南首作。

(5) 成都来福士广场：亚洲地产名企凯德集团旗下最具典范性作品。

(6) 天津鹏欣·水游城：民营地产企业的“时间型消费”创意之作。

(7) 太原天美新天地：天美集团深耕本地市场的第二代作品。

精华 2

用图片评析顶级购物中心建筑之美

价值的极致总是在细节中绽放璀璨光芒。本书汇集 1 000 余张高清项目技术图和建筑实景图，完整呈现建筑大师在顶级购物中心建筑细节上精雕细琢的非凡品质。

精华 3

61 个经典案例全方位剖析

囊括太古地产、华润·万象城、恒隆广场、万达广场、来福士广场、鹏欣·水游城、天美新天地在全国化扩张中的 61 个经典项目。

精华 4

破译商业不动产巨头核心竞争力

太古集团对细节的苛求，华润集团以商业运营地产的模式，恒隆集团的“三最”策略，万达集团的“平衡”真功夫，凯德集团的城市地标象征原则，鹏欣集团的“三高”标准和天美集团立足本地市场的深耕细作，为提升企业的核心竞争力夯实了基础。



图书在版编目 (CIP) 数据

顶级购物中心可复制的成功密码: 全 2 册 / 佳图文化编. — 天津:
天津大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5618-4975-0

I . ①顶… II . ①佳… III . ①城市商业—房地产—研究—中国
IV . ① F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 021898 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨 欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)

电 话 发行部: 022-27403647

网 址 publish.tju.edu.cn

印 刷 广州市中天彩色印刷有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 210mm×285mm

印 张 32.5

字 数 1077 千

版 次 2014 年 4 月第 1 版

印 次 2014 年 4 月第 1 次

定 价 498.00 元 (全 2 册)

序言

刚看到这个书名时，我着实兴奋了一把。我做商业地产已超过十年，在操作项目的同时，每年也要到各城市考察学习一些成功项目，期望着有一天能从众多成功项目中找到其成功模式，但结果每每都是令人失望的。由于中国地大物博，各个城市的历史文化、风土人情、消费习惯等都不尽相同，每个项目的位置、体量更是千差万别，往往在这个城市的成功项目经验，若照搬到另一个城市并不一定会适用，这也就导致了在目前众多的商业项目中，失败的居多，而成功的却极少。

回顾中国现代商业地产的发展史，可以说是历史短暂但却一路艰辛。新中国成立后最早的商业地产代表非供销社莫属，在那个计划经济的年代，要买东西都得凭票，而且很多时候还缺货，买台电视机可能还得托关系、找熟人。再后来，到了改革开放后，百货大楼成了所在城市消费的集中地，也成为了那个时代商业地产的代表。

近几年，随着城市发展的加速和消费水平的提高，人们的消费观念也在发生着转变，穿衣不再单是为了保暖，吃饭不再单是为了填饱肚子。而且，人们面对外出购物时的说法也发生了转变，从原来的买东西到现在的逛街，一个“逛”字，把人们带入了购物中心时代。

虽然人们的消费观念已经进入了购物中心时代，但纵观各个城市，称得上成功的购物中心却极少。举个简单的例子，很多购物中心由于动线设计不合理，让不少消费者一进入就像到了迷宫一样，更别说找到自己想要的品牌了。究其原因，主要是因为购物中心打造的难度所致。与百货大楼、商业街、社区商业的打造相比，打造购物中心的难度要大很多，从选址、定位、招商、推广、销售到运营各个环节都要尽可能做到尽善尽美，一个动线的设计不合理也许就会导致项目的完败。这不仅对开发商的资金、资源提出了更高要求，而且专业人才缺乏更是国内商业地产领域的一大通病，而说到专业人才缺乏，

归根到底还是大家都没有经验，都是摸着石头过河。于是很多人就去国外考察学习，把欧美成功的购物中心项目模式照搬到中国来，不过由于东西方文化的差异，大多数照搬过来的项目遭遇“水土不服”，最后以失败告终。

我认为，在国内，所有的项目打造首先要符合“中国特色”，那么何为“中国特色”？简单来说就是因地制宜。从这一点来看，欧美的购物中心再成功，我们能够借鉴的只是皮毛，而非实质。

那么，在这个购物中心的时代里，如何找到符合中国消费者的购物中心，如何让项目操盘手少走弯路或不走弯路，成了当下急需解决的一大课题。

佳图公司作为国内专业的地产资讯、建筑设计、景观设计图书出版商，多年以来一直致力于研究国内大型购物中心的成功模式。在本书中，我们可以看到其整合了华润集团、太古集团、恒隆集团、万达集团、凯德集团、鹏欣集团、天美集团等七大国内顶尖的商业地产开发商为研究对象，分别以广州太古汇、深圳华润·万象城、济南恒隆广场、广州白云万达广场、成都来福士广场、天津鹏欣·水游城、太原天美新天地为研究标本，从项目前期开发调研、定位策略，再到项目招商、运营推广、规划设计、建筑设计等开发环节全程破解其操盘智慧，并集中剖析了七大巨头在全国化布局中开发的旗舰项目，为在市场中突围的企业和个人提供了一本高品质的商业地产教科书。

《顶级购物中心 可复制的成功密码》一书的出版，填补了国内对购物中心成功模式研究类书籍的空白。在这本书里，大家能够发现，作为一个成功的购物中心，虽然各个城市、各个项目不尽相同，整个项目不能完全地复制，但其操作的模式是可以复制的。我相信，本书也将会在中国购物中心发展的道路上起到重要作用。

杭州谢成龙商业地产顾问机构总经理
美国格理集团特聘亚太区房产投资专家

2013年10月8日于杭州

CONTENTS

CHAPTER 4

第四章

万达系之广州白云万达广场

第一节	广州白云万达广场项目开发背景	013
第二节	广州白云万达广场项目开发前期调研	015
第三节	广州白云万达广场项目定位策略	021
第四节	广州白云万达广场招商与运营推广策略	025
第五节	广州白云万达广场规划设计	033
第六节	广州白云万达广场建筑设计	048
第七节	万达广场内地的其他重点项目	068
第八节	万达广场的启迪	083

CHAPTER 5

第五章

凯德系之成都来福士广场

第一节	成都来福士广场项目开发前期调研	101
第二节	成都来福士广场定位策略	107
第三节	成都来福士广场招商与运营推广策略	110
第四节	成都来福士广场规划设计	114
第五节	成都来福士广场建筑设计	126
第六节	来福士广场内地的其他项目	132
第七节	来福士广场的启迪	142

目录

CHAPTER 6 第六章

鹏欣系之天津鹏欣·水游城

第一节	天津鹏欣·水游城项目开发前期调研	150
第二节	天津鹏欣·水游城项目定位策略	158
第三节	天津鹏欣·水游城招商与运营推广策略	169
第四节	天津鹏欣·水游城规划设计	174
第五节	天津鹏欣·水游城建筑设计	184
第六节	鹏欣·水游城系列项目	194
第七节	鹏欣·水游城的启迪	211

CHAPTER 7 第七章

太原天美新天地

第一节	太原天美新天地项目开发前期调研	223
第二节	太原天美新天地项目定位策略	231
第三节	太原天美新天地招商与运营推广策略	235
第四节	太原天美新天地规划设计	245
第五节	太原天美新天地建筑设计	248

4

王健林说：“万达必须再快一点。快是战略问题，必须要快。现在是最后的机会，可以做大市场份额，可以积累经验，可以赢得未来的市场空间和话语权。”但是，速度快也是万达的最大危险，如有闪失，万达这样的巨人也有可能一夜垮掉，所以万达在狂奔之余，一直在小心寻找着自身的平衡。万达真正的功夫是王健林给万达做的资金平衡规划，这是一门艺术。

第四章 CHAPTER 4

万达系之 广州白云万达广场







一、项目简介

广州白云万达广场位于广州市白云区，东至云城东路，西至云城西路，南至横五路，北至白云路。总占地面积约 21.09 万 m^2 ，总建筑面积 56.3 万 m^2 ，其中地上建筑面积 44.4 万 m^2 。广州白云万达广场是万达第三代城市综合体项目，购物、逛街、看电影、打电玩、餐饮、零售、文化、体育、娱乐等多种享受都可“一站式”完成。项目是万达集团目前已开业的万达广场中第一个 A 级旗舰店（目前全国只有四个 A 级店，其他三个项目为大连高新万达广场、泉州浦西万达广场、济南万达广场）。

二、项目档案

项目名称	广州白云万达广场		
项目地址	广州白云区云城东路 505 号		
层数	六层		
占地面积	21.09 万 m^2	总建筑面积	56.3 万 m^2 ，其中购物中心 17.4 万 m^2
停车位	2 000 个		
档次定位	中高档		
投资总额	50 亿人民币		
主力商户	万达百货、万达国际影城、沃尔玛超市、大歌星 KTV、大玩家超乐场、国美电器、奇乐儿儿童游乐场、大椰丰饭大酒楼		
所在商圈	广州白云新城商圈		
交通	临近地铁 2 号线飞翔公园站 C 出口		
消费群特征	追求时尚的年轻消费群体		
开业时间	2010 年 12 月 17 日		
开发商	万达集团		
建筑设计	上海新外建工程设计与顾问有限公司		

三、发展历程

- 2004 年，万达集团董事长王健林在广州参加首届商业地产博览会，在大会发言中，王健林成功“推销”了万达广场的“订单式商业地产”模式。
- 2009 年 9 月 15 日，时任广州市市长的张广宁会见万达集团董事长王健林，并邀请其来广州参与旧城改造项目。
- 2009 年 10 月 26 日，名为“广州白云新城万达广场”的项目开始环评公示，在这则《广州白云新城万达广场项目环境影响评价公告》中，建设单位名称即为广州万达广场投资有限公司。
- 2009 年 10 月 29 日，万达集团以底价 11.22 亿元拿下广州旧白云机场四块商业地块。
- 2010 年 2 月 10 日，广州白云万达广场举行奠基典礼。
- 2010 年 5 月，万达集团在广州白云国际会议中心举办广州白云万达广场项目推介会。
- 2010 年 5 月 25 日，广州白云万达广场 C 区封顶，标志着项目主体工程接近完工。
- 2010 年 6 月 8 日，广州白云万达广场招商大会暨签约仪式在广州市东方宾馆举行。
- 2010 年 12 月 17 日，广州白云万达广场正式运营。

