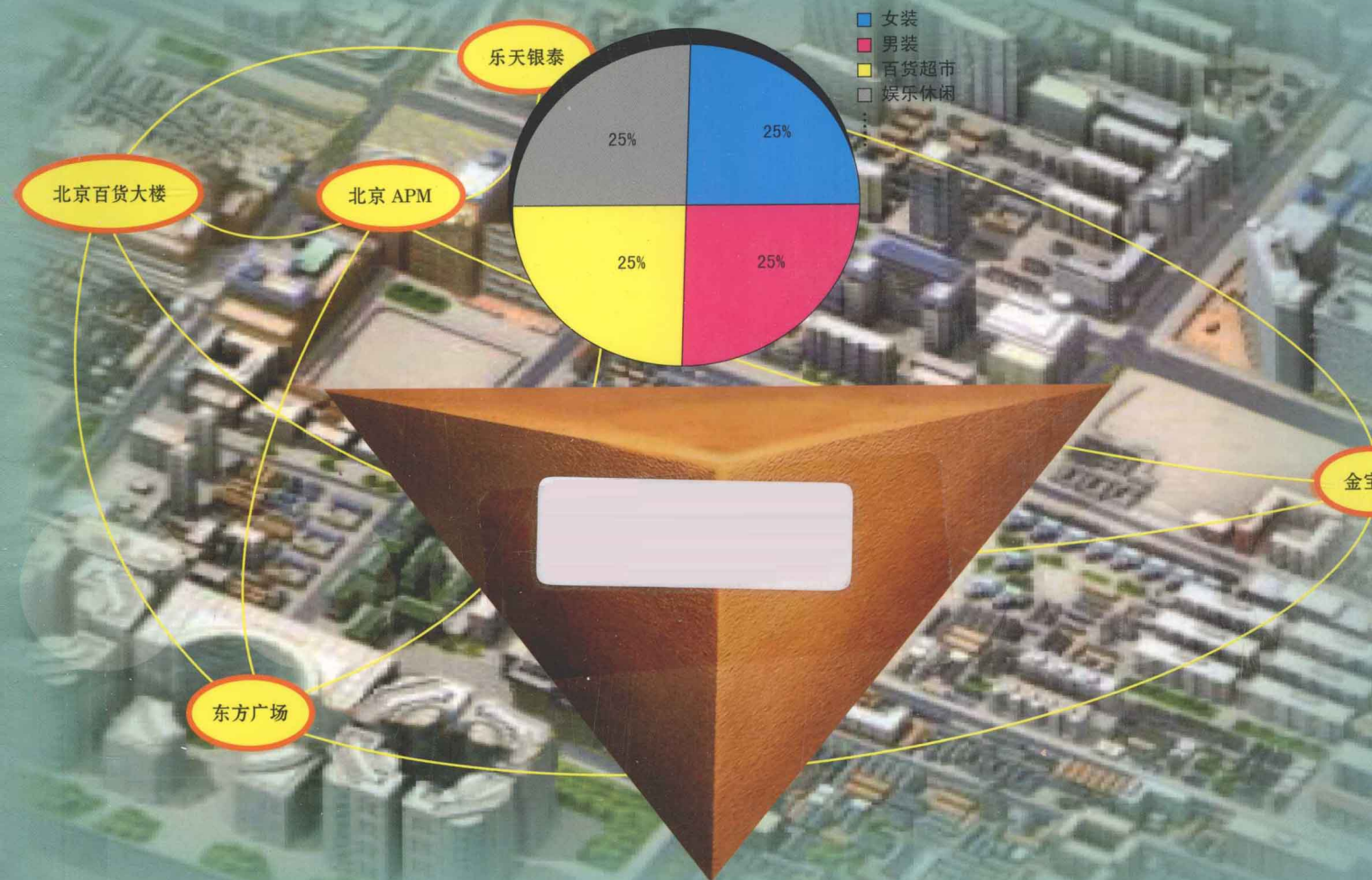


城市商圈

与购物中心业态定位

李其涛 程艳 编著



商业地产操盘战略工具书
中国商业地产联盟重点推荐专业读物

城市商圈 与购物中心业态定位

李其涛 程艳 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

城市商圈与购物中心业态定位 / 李其涛, 程艳编. — 南京: 江苏科学技术出版社, 2013. 10
ISBN 978-7-5537-1335-9

I. ①城… II. ①李… ②程… III. ①城市商业—研究—中国 ②购物中心—研究—中国 IV. ①F72

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第130633号

城市商圈与购物中心业态定位

编 著 李其涛 程 艳
项 目 策 划 凤凰空间/顾芳恒
责 任 编 辑 刘屹立
特 约 编 辑 徐丽贤
责 任 监 制 刘 钧

出 版 发 行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏科学技术出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009
出版社网址 <http://www.pspress.cn>
总 经 销 天津凤凰空间文化传媒有限公司
总经销网址 <http://www.ifengspace.cn>
经 销 全国新华书店
印 刷 广州汉鼎印务有限公司

开 本 889 mm × 1 194 mm 1 / 16
印 张 52.75
字 数 675 200
版 次 2013年10月第1版
印 次 2013年10月第1次印刷

标 准 书 号 ISBN 978-7-5537-1335-9
定 价 480.00元

图书如有印装质量问题, 可随时向销售部调换 (电话: 022-87893668)。

还在为购物中心定位与业态组合而纠结吗？读完本书你将会有种豁然开朗的感觉。

“城市—商圈—购物中心”是一个有复杂关联关系的网络，是本书的第一条主线也是空间线索。本书以城市为切入点，以商圈为中心，将城市的商圈进行切割，分析商圈的特性，在商圈范围内研究购物中心的定位与业态组合。比对同一商圈不同购物中心的定位与业态组合；比对不同商圈的购物中心的定位与业态组合；比对不同层级城市同级商圈的购物中心定位与业态组合；解剖各城市特色购物中心的定位与业态组合。在此基础上找出适合不同城市、地域购物中心定位与业态组合的共同规律。

本书的第二条主线是“城市发展动力—人口与消费—品牌的演进路径—购物中心业态”，按时间上的先后次序，构成逻辑上的递进关系，是本书的时间线索。这条线索将让我们了解定位与业态组合的依据；品牌商家是如何选择城市与购物中心；购物中心业态组合如何与时俱进等。

本书所选的 18 个城市，是中国城市化进程演化到现阶段各层级城市的典型代表，中国其他城市都能从中找到自己的影子，这 18 座城市具有广泛的代表性。

序言

城市、商圈、购物中心的定位与业态组合

零售市场是商业地产领域最难以解析的市场之一，因为每个省、每个城市都拥有不同的特质；每个商圈都有不同的特征；每个零售商都采取不同的销售战略；每个消费者都有不同的偏好。

购物中心和其他的商业业态以不同的形态、大小、装饰展现在消费者面前，每个项目因其区位、交通、业态组合的不同而聚合了不同的价值。

不同的城市其社会经济发展水平不同（这一点在中国尤为突出），这就决定了对零售市场影响最大的两大直接因素——人口和消费的基因也不相同。在进入一个城市前，要充分研究一个城市的特质，包括城市和区域市场，城市化发展进程，经济和人口状况，城市和区域地理环境，城市的历史、文化、民俗、民情等。

而同一个城市的不同商圈又有不同的特征。在现实中都是从商圈出发来研究一个购物中心的定位与业态组合。

商圈又称“商业圈”或“商势圈”，它是指商业企业吸引顾客的区域范围。商圈对企业而言则是其业务活动的空间，在这个空间范围内向消费者提供商品和服务；对消费者而言则是方便他们购买行为的空间。

一个设定的商圈，从市场势力范围这一角度考察，其构成包括点、线、面、流四个方面。点是指商圈的中心点，又指市场区域据点的中心点。线是指区域间相互依存关系，以线相联结，使商圈具有一定的吸引力。面是指中心点的吸引力的范围，是市场区域广度，表明市场区域的广泛性及其程度。流是指市场的动态，或指区域职能的变化和发展的动向。上述四个方面的侧重点不同：点反映集中化的问题和集聚的程度；线则反映吸引性和相互依存性；面则反映区域性或地区性和市场同质性；流反映的是活动的态势和职能性。从实际工作而言，商圈由店铺、消费者购买行为空间和销售活动空间三

者构成。

影响商圈设定的因素主要有：人口数量、特征以及其发展趋势；购买潜力与已有企业的设置、经营状况；区域内经济发展前景与产业多元化的程度；区域内交通、运输、服务、金融、信用、保险、物业等状况；劳动力市场条件；法律、工商行政管理因素；民情风俗以及吸引顾客所特有的公共和文化教育设施，如公园、剧院、博物馆、纪念场所、学校、科研机构等。

商圈又分批发商圈与零售商圈。其中零售商圈的主要内容有：

1. 构成。零售商圈以商店为中心，向四周扩展与辐射，形成一定范围。零售商圈分为四个层次：核心商圈、次级商圈、边缘商圈、异地商圈。一般而言，核心商圈能辐射 55% ~ 70% 的顾客；次级商圈为 15% ~ 25%；边缘商圈最小，人流量比较稀疏。但商店的规模不同、类型不同，对顾客的吸引也不同。一般而言，中心商业区和大型商店对次级商圈和边缘商圈的顾客的吸引力相对要大。因此商圈通常不是圆的，更多是椭圆形或多边近圆形。

2. 限度。美国人威廉·雷提出了“零售引力法则”，又称“雷利法则”。他认为，“具有零售中心的两个城市，从位于它们中间的城市所吸引的交易量与各自城市的人口成正比，而与从中间城市到市场的距离成反比。”该法则提出了一个城市的人口越多，规模越大，商业越发达，对顾客的吸引力就越大的观点。雷利法则有两项假定：一是两城市同样接近公路（距离的衡量限于主要大道，不包括交叉的小路）。二是两城市的零售能力相同。顾客之所以被吸引到人口较多的城市，是由于该城市商业设施好，商品品种多等因素的影响。

3. 饱和度。商圈的饱和度决定是否要开办新的商业网点。通过商圈饱和度和度可以确定某一地区的商店是不足还是饱和。饱和指数计算公式如下：
$$IRS = C \times RE / RF$$

其中：C 为某地区购买某类商品的潜在顾客人数；RE 为某地区每一顾客平均购买额；RF 为某地区经营同类商品的商店营业面积；IRS 为某地区某类商品零售饱和指数。

4. 制约性。制约零售商圈的主要因素有：①商店经营类型；②同类型竞争商店的位置；③商品种类和商店规模；④店址周围的条件；⑤促销活动的开展情况。

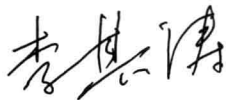
对一个购物中心或店铺而言，在城市和商圈的限定范围之内，每一个项目都有独特的机会和挑战，在同一个城市的同一个商圈，差异化的经营策略、适合时代潮流变化的独特定位模式是项目生存的关键。“千店一面”是竞争激烈商圈的普遍现象，但实质都是有差别的。

购物中心的规模与效益不是正比的关系。一定规模产生一定效益，适度规模产生适度效益，最佳规模产生最佳效益，过度规模就会产生零效益或负效益。体现零售商业企业的规模的主要指标之一是商店的营业面积，而影响商店营业面积的因素很多，其中顾客的生理和心理承受能力是最为直接的因素。

人保持某种状态的时间是有限的，时间过长必然产生疲劳，从而就会放弃某种活动。顾客在商店游览购物时，同样存在着疲劳度，超过这个度，不仅会使一部分设施空置，导致部分购物区无人光顾，还会直接影响购物情绪，甚至产生“恐惧感”。根据测算，一般情况下儿童疲劳时间的极限为40~60分钟，成人为90~150分钟。

按此推算：顾客在商场（店）的时间一般不会超过两个半小时，超过这个时间就处于疲劳状态，会终止购物；普通人休闲步速为30~40米/分钟，顾客在店内浏览购物步行距离一般不会超出8000米；每平方米营业面积的顾客通过距离为0.35~0.4米，因此，顾客对商场营业面积的心理最大承受量为： $150\text{分钟} \times 40\text{米/分钟} \div 0.35\text{米} \approx 17143\text{平方米}$ 。经测算，顾客对商场营业面积的最大生理承受极限一般在2.2万~2.3万平方米，超过这一限度，顾客就会因“累”而不再继续。现时的购物中心都是10万平方米或规模更大，解决这一问题的办法就是通过动线设计和商业规划，使商业项目能更长时间地留住人，让人在购物中心里产生愉悦感和体验乐趣。

有比较才会有鉴别。比较法是我们认识事物最直接有效的方法，不是吗？



2013年6月于广州

目 录

第一城 北京	第一节	北京市城市发展动力与主要产业.....	003
	第二节	北京市人口与消费.....	010
	第三节	北京市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	015
	第四节	北京市特色购物中心商业规划与业态.....	066
第二城 上海	第一节	上海市城市发展动力与主要产业.....	103
	第二节	上海市人口与消费.....	108
	第三节	上海市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	114
	第四节	上海市特色购物中心商业规划与业态.....	148
第三城 广州	第一节	广州市城市发展动力与主要产业.....	175
	第二节	广州市人口与消费.....	181
	第三节	广州市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	186
	第四节	广州市特色购物中心商业规划与业态.....	211
第四城 深圳	第一节	深圳市城市发展动力与主要产业.....	223
	第二节	深圳市人口与消费.....	228
	第三节	深圳市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	233
	第四节	深圳市特色购物中心商业规划与业态.....	256

第五城 成都

第一节	成都市城市发展动力与主要产业	275
第二节	成都市人口与消费	278
第三节	成都市主要商圈与购物中心定位及业态组合	281
第四节	成都市特色购物中心商业规划与业态	296

第六城 重庆

第一节	重庆市城市发展动力与主要产业	311
第二节	重庆市人口与消费	316
第三节	重庆市主要商圈与购物中心定位及业态组合	322
第四节	重庆市特色购物中心商业规划与业态	355

第七城 杭州

第一节	杭州市城市发展动力与主要产业	369
第二节	杭州市人口与消费	372
第三节	杭州市主要商圈与购物中心定位及业态组合	376
第四节	杭州市特色购物中心商业规划与业态	396

第八城 南京

第一节	南京市城市发展动力与主要产业	415
第二节	南京市人口与消费	420
第三节	南京市主要商圈与购物中心定位及业态组合	427
第四节	南京市特色购物中心商业规划与业态	446

第九城 大连

第一节	大连市城市发展动力与主要产业	459
第二节	大连市人口与消费	462
第三节	大连市主要商圈与购物中心定位及业态组合	465
第四节	大连市特色购物中心商业规划与业态	477

第十城 青岛	第一节	青岛市城市发展动力与主要产业.....	485
	第二节	青岛市人口与消费.....	489
	第三节	青岛市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	493
	第四节	青岛市特色购物中心商业规划与业态.....	507
第十一城 沈阳	第一节	沈阳市城市发展动力与主要产业.....	519
	第二节	沈阳市人口与消费.....	524
	第三节	沈阳市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	529
	第四节	沈阳市特色购物中心商业规划与业态.....	554
第十二城 苏州	第一节	苏州市城市发展动力与主要产业.....	565
	第二节	苏州市人口与消费.....	569
	第三节	苏州市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	573
	第四节	苏州市特色购物中心商业规划与业态.....	592
第十三城 天津	第一节	天津市城市发展动力与主要产业.....	609
	第二节	天津市人口与消费.....	613
	第三节	天津市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	616
	第四节	天津市特色购物中心商业规划与业态.....	625
第十四城 武汉	第一节	武汉市城市发展动力与主要产业.....	637
	第二节	武汉市人口与消费.....	643
	第三节	武汉市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	647
	第四节	武汉市特色购物中心商业规划与业态.....	676

第十五城 厦门	第一节	厦门市城市发展动力与主要产业.....	687
	第二节	厦门市人口与消费.....	692
	第三节	厦门市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	696
	第四节	厦门市特色购物中心商业规划与业态.....	722
第十六城 西安	第一节	西安市城市发展动力与主要产业.....	731
	第二节	西安市人口与消费.....	736
	第三节	西安市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	740
	第四节	西安市特色购物中心商业规划与业态.....	754
第十七城 宁波	第一节	宁波市城市发展动力与主要产业.....	765
	第二节	宁波市人口与消费.....	770
	第三节	宁波市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	774
	第四节	宁波市特色购物中心商业规划与业态.....	785
第十八城 无锡	第一节	无锡市城市发展动力与主要产业.....	797
	第二节	无锡市人口与消费.....	801
	第三节	无锡市主要商圈与购物中心定位及业态组合.....	804
	第四节	无锡市特色购物中心商业规划与业态.....	825

ARTICLE 1

第一城

北京

北京市城市发展动力与主要产业

北京市人口与消费

北京市主要商圈与购物中心定位及业态组合

北京市特色购物中心商业规划与业态



北京市零售业关系原理图

人口与经济

(2011年数据)	单位	数值	增长值
常住人口	万	2 020	2.9%
土地面积	平方千米	16 411	/
GDP	亿元(人民币)	16 000.4	8.1%
人均 GDP	元(人民币)	80 394	/
外商直接投资	亿元(美元)	75	8.7%
人均可支配收入	元(人民币)	32 903	13.2%
人均消费	元(人民币)	21 984	10.3%

增长动力与产业

动力

- 政治中心
- 国有企业总部
- 政策支持
- 高素质、高学历人才充沛
- 高净值财富人群数量庞大

主要产业

- 电子产业
- 通讯行业
- 批发和零售行业
- 金融行业
- IT 行业

商圈与购物中心

主要购物中心

- 西单大悦城
- 东方新天地
- 新光天地
- 三里屯 VILLAGE
- CBD 万达广场

主要商圈

- 西单商圈
- 王府井商圈
- CBD 商圈
- 前门商圈



SECTION

第一节

北京市城市发展动力与主要产业

一、北京市概况

北京（图 1-1），中华人民共和国首都、中央直辖市，不仅是中国国家中心城市之一，还是中国政治、文化、教育和国际交流中心，以及中国经济金融的决策中心和管理中心。北京位于华北平原北端，东南与天津相连，其余为河北省所包围。北京，最早见于文献的名称为蓟，有着 3 000 余年的建城史和 850 余年的建都史，是中国四大古都之一。它荟萃了自元明清以来的中华文化，拥有众多名胜古迹和人文景观，拥有蜚声国际的世界文化遗产，具有一定的国际影响力。



图 1-1 北京市鸟瞰图

二、北京市地区生产总值

2011年北京市全年地区生产总值(图1-2,表1-1)为16 000.4亿元,比2010年增长8.1%。其中,第一产业增加值为136.2亿元,比2010年增长0.9%;第二产业增加值为3 744.4亿元,比2010年增长6.6%;第三产业增加值为12 119.8亿元,比2010年增长8.6%。按常住人口计算,全市人均地区生产总值达到80 394元(按年平均汇率折合12 447美元)。2011年三种产业结构的比例由2010年的0.9 : 24 : 75.1变化为0.9 : 23.4 : 75.7。

表 1-1 2011 年北京市地区生产总值

指标	绝对量(亿元)	比2010年增长(%)
生产总值	16 000.4	8.1
第一产业	136.2	0.9
第二产业	3 744.4	6.6
工业	3 039.0	7.4
建筑业	705.4	3.0
第三产业	12 119.8	8.6
交通运输、仓储和邮政业	845.3	8.0
信息传输、计算机服务和软件业	1 492.6	22.9
批发和零售业	2 122.8	8.9
住宿和餐饮业	348.3	2.3
金融业	2 055.0	4.4
房地产业	1 080.6	-3.2
租赁和商务服务业	1 135.2	18.2
科学研究、技术服务和地质勘查业	1 130.0	10.4
水利、环境和公共设施管理业	86.3	5.5
居民服务和其他服务业	112.3	12.3
教育	581.1	3.5
卫生、社会保障和社会福利业	298.5	7.8
文化、体育和娱乐业	332.4	6.0
公共管理和社会组织	499.4	1.8

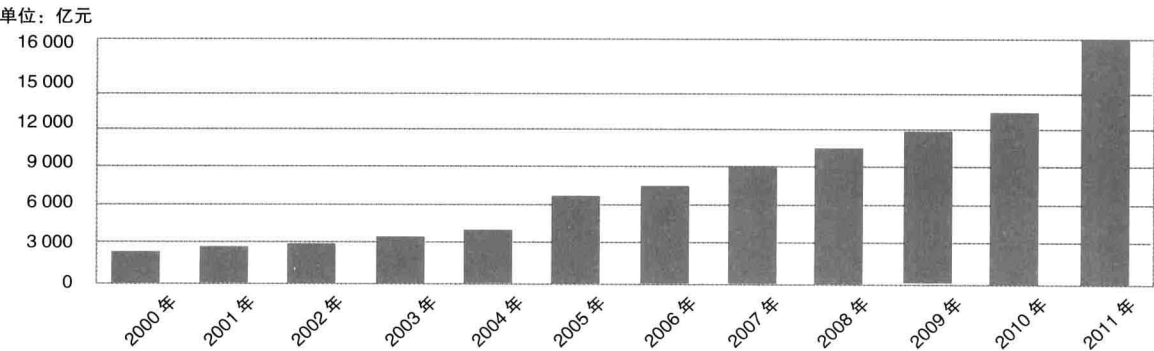


图 1-2 2000—2011 年北京市国民生产总值走势

三、北京市固定资产投资额

2011 年全社会固定资产投资额（图 1-3，表 1-2）为 5 910.6 亿元，比 2010 年增长 13.3%。2011 年第一产业投资额为 47.2 亿元，比 2010 年增长 13.8%；第二产业投资额为 762.2 亿元，比 2010 年增长 47.2%，其中工业投资额为 751.9 亿元，比 2010 年增长 46.7%；第三产业投资额为 5 101.3 亿元，比 2010 年增长 9.5%。

表 1-2 2011 年北京市分行业固定资产投资

行业名称	投资额（亿元）	比 2010 年增长（%）
农、林、牧、渔业	47.2	13.8
采矿业	8.7	-4.5
制造业	572.0	64.3
电力、燃气及水的生产和供应业	171.2	10.3
建筑业	10.3	86.6
交通运输、仓储和邮政业	699.7	-4.8
信息传输、计算机服务和软件业	112.9	-21.0
批发和零售业	28.7	-5.1
住宿和餐饮业	38.1	7.2
金融业	86.7	471.8
房地产业	3 284.7	9.7
租赁和商务服务业	46.2	67.8
科学研究、技术服务和地质勘查业	92.0	31.4
水利、环境和公共设施管理业	415.8	10.8
居民服务和其他服务业	11.5	78.9
教育	133.0	71.1
卫生、社会保障和社会福利业	48.1	29.2
文化、体育和娱乐业	55.0	-14.4
公共管理和社会组织	48.8	4.8
总计	5 910.6	13.3

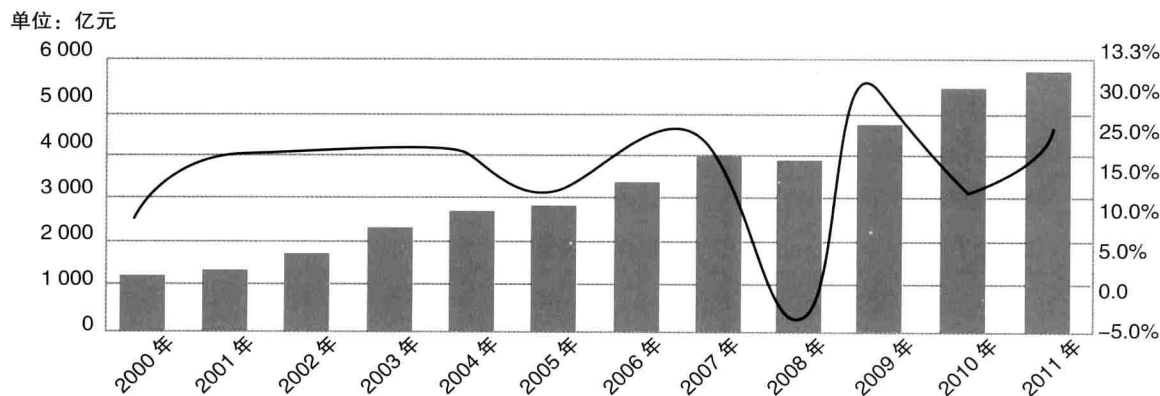


图 1-3 2000—2011 年北京市全社会固定资产投资额走势



四、北京市旅游业发展

2011 年全年北京市接待入境旅游者 520.4 万人次,比 2010 年增长 6.2%。其中,国外游客 447.4 万人次,比 2010 年增长 6.1%;港、澳、台游客 73 万人次,比 2010 年增长 6.6%。旅游外汇收入 54.2 亿美元,比 2010 年增长 7.4%。全年接待国内游客共 2.1 亿人次,比 2010 年增长 16.7%。国内旅游收入为 2 864.3 亿元,比 2010 年增长 18.1%。国内外旅游收入总计达到 3 216.2 亿元,比 2010 年增长 16.2%。全年出境游达到 184.3 万人次,比 2010 年增长 23.2%。

五、北京市进出口总额

2011 年全年北京地区进出口总额为 3 894.9 亿美元,比 2010 年增长 29.1%。其中出口额为 590.3 亿美元,比 2010 年增长 6.5%;进口额为 3 304.7 亿美元,比 2010 年增长 34.2%。

六、北京市房地产行业发展

2011 年北京市房地产开发投资额为 3 036.3 亿元,比 2010 年增长 10.1%。其中住宅用地的投资额为 1 778.3 亿元,比 2010 年增长 21.7%;办公楼用地的投资额为 363.8 亿元,比 2010 年增长 40.4%;商业营业用房投资额为 296.7 亿元,比 2010 年下降 11.8% (表 1-3)。

表 1-3 2011 年北京市房地产开发和销售主要指标

指标	绝对数	比 2010 年增长 (%)
房地产开发投资	3 036.3 亿元	10.1
住宅开发投资	1 778.3 亿元	21.7
商品房施工面积	12 065.4 万平方米	17.1
住宅施工面积	7 168.1 万平方米	16.1
新开工面积	4 246.1 万平方米	42.8
住宅新开工面积	2 596.4 万平方米	25.8
商品房竣工面积	2 245.2 万平方米	-5.9
住宅竣工面积	1 316.1 万平方米	-12.2

