

全球70个 购物中心成败解码

宣一氢 著

曾荣获

腾讯、搜房“商业地产策划大师”奖
新浪“中国商业地产杰出贡献”奖



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

全球70个 购物中心成败解码

宣一氢 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

全球70个购物中心成败解码 / 宣一氢著. - 武汉: 华中科技大学出版社, 2016.5
ISBN 978-7-5680-1767-1

I. ①全… II. ①宣… III. ①商业中心-商业经营IV. ①F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第086711号

全球70个购物中心成败解码

宣一氢 著

QUANQIU 70 GE GOUWU ZHONGXIN CHENGBAI JIEMA

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)
地 址: 武汉市武昌珞喻路1037号(邮编:430074)
出 版 人: 阮海洪

责任编辑: 刘锐桢
责任校对: 杨 睿

责任监印: 秦 英
装帧设计: 章 骞

印 刷: 上海文浩印务有限公司
开 本: 889 mm × 1194 mm 1/16
印 张: 29
字 数: 232千字
版 次: 2016年5月第1版第1次印刷
定 价: 488.00元



投稿热线: (010)64155588-8000
本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

contents/目录

日本 12

NO.01 Grand Front——一座探索未来的购物中心 016

NO.02 Grand Tree——还原购物中心的本质 028

NO.03 Hikarie——抗电商的业态布局启示 040

NO.04 Q's MALL——吸引人的业态参考 048

NO.05 表参道之丘——以设计为特色的购物中心 058

NO.06 博多运河城——水流人流相得益彰 064

NO.07 摩天轮——一个以年轻人定位的购物中心 070

NO.08 难波公园——享受自然生态的购物体验 076

NO.09 东京中城——高端购物中心也可以品牌差异化 086

NO.10 六本木新城——一个垂直的立体化城市 092

NO.11 大阪站购物中心——交通枢纽里的购物中心 100

NO.12 阳光城——成为家庭休闲购物的首选之地 106

新加坡 7

NO.13 313@索美塞——成就年轻潮人的聚集地 112

NO.14 ION Orchard 118
——地上、地下两种不同定位的购物中心

NO.15 滨海金沙购物中心——业态布局的教科书 126

contents/目录

NO.16 淡滨尼——家庭氛围的购物中心 132

NO.17 怡丰城——依托旅游景点的思考 138

NO.18 来福士城——四方布局 通透灵动 146

NO.19 新达城——风水手掌 城城相连的动线 152

中国香港 16

NO.20 希慎广场——垂直动线 引流典范 156

NO.21 i SQUARE国际广场——空中的购物中心 164

NO.22 ifc mall——将商业区域变成公共通道 170

NO.23 K11购物艺术中心
——时尚购物中心的业态及专卖店的选择 176

NO.24 Popcorn&将军澳中心——差异化定位的良性竞争 182

NO.25 The One——把平面的购物中心竖起来 186

NO.26 屯门市中心购物中心群——利用政策优势形成特殊的辐射力 190

NO.27 东荟城名店仓——将奥特莱斯主题进行到底 194

NO.28 海港城——水平布局的经典 198

NO.29 朗豪坊——前卫个性主题 独树一帜 204

NO.30 青衣城——利用机场快线和地铁把人流引进来 210

NO.31 荃湾广场——打造居民的生活休闲地标 214

contents/目录

NO.32 荃新天地——商业空间与社会公共空间的取舍之道 218

NO.33 太古广场——经典动线 高手布局 222

NO.34 又一城——以大而全的布局吸客的魅力 228

NO.35 圆方广场——扁平布局 五行兼具 234

中国内地 15

NO.36 K11——购物中心里的艺术之旅 240

NO.37 iapm——夜行消费的购物新理念 246

NO.38 大宁国际商业广场——现代都市的多元生活中心 252

NO.39 月星环球港——商业是由强势向弱势地区辐射 258

NO.40 上海国际时尚中心——形神不合 定位难成 266

NO.41 喜盈门国际建材品牌中心 272
——艺术和商业两种商业模式的融合

NO.42 虹桥南丰城——新型业态组合 有声有色有情调 278

NO.43 新世界大丸百货——最像购物中心的百货商店 284

NO.44 蓝色港湾——成功吸引家庭的购物中心 290

NO.45 侨福芳草地——艺术陪伴您一起购物 296

NO.46 三里屯太古里购物中心 304
——北京城最时尚和繁华的“四合院”

contents/目录

NO.47 颐堤港——北方的大气与港派的精致 310

NO.48 喜盈门·范城——两种商业模式的完美结合 314

NO.49 成都环球购物中心——全国之最带来的辐射力 318

NO.50 万象城——新的大型购物中心必须有吸引眼球的新业态 324

美国 5

NO.51 比华利中心——专为富人而定制 330

NO.52 南海岸购物中心——体验世界一流服务 336

NO.53 圣莫尼卡广场——享受立体式步行街的阳光与休闲 342

NO.54 好莱坞高地中心——借力好莱坞 占据制高点 348

NO.55 大运河购物中心——把旅游景点搬进购物中心 356

加拿大 1

NO.56 温哥华大都会商城——华人的购物天堂 362

英国 2

NO.57 Westfield——中岛业态的教材 370

contents/目录

NO.58 Westfield Stratford City 378
——市政规划与人气业态有机组合的吸客秘诀

德国 3

NO.59 Main-Taunus-Zentrum——让步行街成为商业空间 384

NO.60 MY ZEIL——建筑大师的室内交响乐 392

NO.61 SKYLINE PLAZA——色彩的变化、味道与记忆 398

迪拜 5

NO.62 巴基曼购物中心——让吃饭成为享受 406

NO.63 迪拜购物中心——人气业态组团 让大变得不大 414

NO.64 马卡图购物中心 ——外街内做 外景内造 422

NO.65 阿联酋购物中心——业态圈的有机组合 428

NO.66 龙城——让中国城走向世界 434

contents/目录

土耳其 4

NO.67 Aqua Florya——海洋气息中的悠闲时光 438

NO.68 Istinye Park——中高定位 完美交织 444

NO.69 Kanyon——建筑设计改变商业命运 450

NO.70 Özdilek Park——没有特色和亮点就会面临危险 456

全球70个 购物中心成败解码

宣一氢 著

曾荣获

腾讯、搜房“商业地产策划大师”奖
新浪“中国商业地产杰出贡献”奖



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

全球70个 购物中心成败解码

宣一氢 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

全球70个购物中心成败解码 / 宣一氢著. - 武汉: 华中科技大学出版社, 2016.5

ISBN 978-7-5680-1767-1

I. ①全… II. ①宣… III. ①商业中心-商业经营 IV. ①F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第086711号

全球70个购物中心成败解码

宣一氢 著

QUANQIU 70 GE GOUWU ZHONGXIN CHENGBAI JIEMA

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

地 址: 武汉市武昌珞喻路1037号(邮编:430074)

出 版 人: 阮海洪

责任编辑: 刘锐桢

责任监印: 秦 英

责任校对: 杨 睿

装帧设计: 章 骞

印 刷: 上海文浩印务有限公司

开 本: 889 mm × 1194 mm 1/16

印 张: 29

字 数: 232千字

版 次: 2016年5月第1版第1次印刷

定 价: 488.00元



投稿热线: (010)64155588-8000

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究

前言

近年来，我国的购物中心如雨后春笋般涌现，截止到2015年底，已经超过5000个。纵观这些购物中心，存在着大量的问题：很多土地没有得到最好的利用，经营者一拿到土地就一窝蜂地去建造购物中心；在业态选择上，电影院、溜冰场、儿童城变成了购物中心的标配，完全没有考虑周边居住人群的状况、竞争状况、交通状况等因素，只是盲目跟风、照搬照抄，以至于购物中心建成后，不符合周边人群的需求，千篇一律，同质化现象极其严重；出现招商困难、生意不好、租金回报率低的现象，生存能力极其脆弱。

中国商业地产的这种发展现状着实令人担忧。殊不知，没有一块土地是一模一样的，不同的地方、不同的购买力、不同的环境和居住人口，会组合出不同的业态和不同的商业模式。中国购物中心同质化导致商业价值的下降，只有差异化的竞争，增加特色的定位和业态，充分考虑当地消费者的需求，才能健康地发展，才能将商业地产的价值最大化。

在这种情况下，借鉴世界各地有特色的商业地产项目，学习它们的经营格局、业态定位、业态组合、品类选择、动线设计及差异化策略等，极具指导价值和意义。

本书收集了全球70个购物中心的经典案例，涵盖北美、欧洲、东亚、中东等主要国家和地区，每一个购物中心笔者都身临其境，亲身体验，结合十几年来专业从事商业地产策划的经验和心得，深入思考，进行全面剖析和解读。在案例的选择上，不是一味地去选择那些规模大、知名度高、效益好的购物中心，而是深入挖掘案例的特色，选择那些可圈可点、具有特色和亮点的购物中心作为案例，尽可能地展现商业地产不同的物业条件、不同的经营定位、不同的业态选择、不同的动线规划特色等。

本书并非机械地罗列70个购物中心的所有信息，而是向读者呈现经过消化的精华部分，提供解决问题的观点及对这些购物中心成功或失败、优点和缺点的特色解析，并与读者作深入地探讨，而这才是本书真正的价值所在。从这个意义上来说，本书不失为一本实战教案、匠心之作。

他山之石，可以攻玉。希望通过这本商业地产的“吸星大法”，能让商业地产的从业者获得更多的参考和启示，让未来的商业地产项目具有更强的生命力，发挥更大的商业价值！

为一氢先生的专业成果喝彩

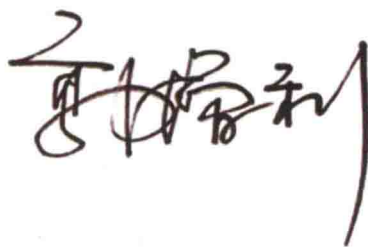
从2001年进入购物中心行业到现在，我一直都坚定地认为：只有真正做到专业化，才能实现购物中心的产业化，即所谓“以专业化推动产业化”。可喜的是，购物中心业界的专业探索，正在以超出我想象的速度，实践着越来越多的发展成果！

历时两年，遍访全球。一氢先生终于完成了他的又一部力作——《全球70个购物中心成败解码》，实在令人钦佩。横跨多个市场的案例解读，拉近了我们与国际商业的时空距离；400余页的超大容量，拓宽了我们与项目之间的融通思维。这当然是一件值得称道与祝贺的大事。

在过往时期，中国的购物中心一直处于增量主导阶段，依靠规模和速度取胜。而今天，市场的转型、消费的变化、行业的进步，正在推动着购物中心加速进入存量市场状态。购物中心也自然而然地从过往更加强调投资型机会，转变为满足消费型市场的各种需求，在这个时期，购物中心要走向成功，必定需要足够高的质量和效率，拥有足够完善的专业系统和管理技术。

一氢先生倾注数年心血完成的《全球70个购物中心成败解码》，有着非常独特的创作视角。从经验和教训两个层面均可对中国购物中心的发展建设做出必要的提示和引导。本书既有对成功细节的深度点评，也有对失败原因的详尽剖析，这无疑是帮助中国购物中心在发展中少走弯路的有效路径之一。从这个意义上说，一氢先生对中国商业地产和购物中心行业做出的贡献是巨大的。

我由衷地祝贺一氢先生在购物中心专业探索方面再一次取得新的学术成果。我期待业内朋友能从阅读本书中品味出更多、更深的专业思想和操盘精髓！

A large, stylized handwritten signature in dark ink, likely belonging to Liang Heng, the Chairman of the China Association of Shopping Center Development Committee.

中购联购物中心发展委员会 主任

亚洲购物中心协会 副主席

中国城市商业网点建设管理联合会 副会长兼秘书长

2016年4月8日



作者简介：

宣一氢

中购联购物中心发展委员会专家委员

复旦大学房地产研究中心企业家理事会副理事长

喜盈门国际商业连锁企业监事长、总策划

上海异度整合营销传播机构董事长

18年专注商业地产策划

获腾讯、搜房“最佳商业地产策划大师”奖

新浪“中国商业地产杰出贡献”奖

搜房网“最佳商业地产策划人”奖

曾任红星美凯龙 副总裁

曾多次获得全国性策划大奖

曾任教于上海师范大学

著有《新商业地产实战金典》