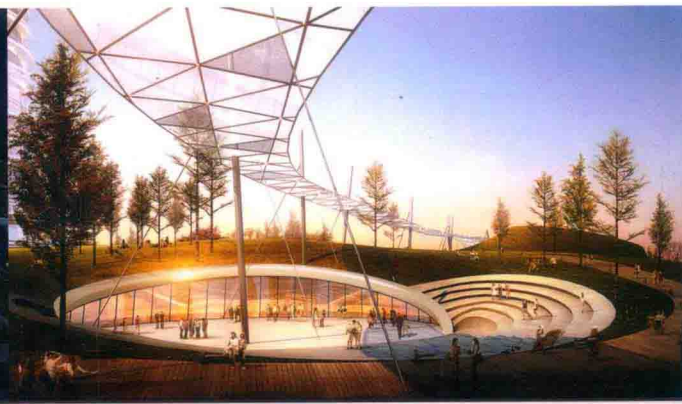


离埠商圈 城市营地 (图册版)

鲁开宏 著

离埠商圈
离埠商圈出现的必然性
离埠商圈的案例分析
离埠商圈的定义



城市营地
城市营地概念的缘起
城市营地的功能
城市营地的盈利来源
城市营地的建设融资

离埠商圈与城市营地

(图册版)

鲁开宏 著

 深圳报业集团出版社

责任编辑：谭祎波

校 对：周 琼 林洁楠

装帧设计：李海山 马希涛 任 敏

图书在版编目 (CIP) 数据

离埠商圈和城市营地：图册版 / 鲁开宏著. — 深圳：深圳报业集团出版社，
2017.3

ISBN 978-7-80709-788-4

I. ①离… II. ①鲁… III. ①农村商业—商业模式—研究 IV. ①F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 037204 号

离埠商圈和城市营地

Libu Shangquan He Chengshi Yingdi

鲁开宏 / 著

深圳报业集团出版社出版发行

(518034 深圳市商报路 2 号)

深圳市贤俊龙彩印有限公司印制 新华书店经销

2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月第 1 次印刷

开本：787mm×1092mm 1/16

字数：100 千字 印张：5.25

ISBN 978-7-80709-788-4 定价：50.00 元

深报版图书版权所有，侵权必究。

深报版图书凡是有印装质量问题，请随时向承印厂调换。

序

一

离埠商圈与城市营地思想，于2008至2013年间形成。我在2013年至2015年已进行了一些实践，所以想，还是出本书更便于大家使用。

2014年开始感受到，原来红火的商业地产遇冷，到2015年已十分明显。许多业内人士问到，离埠商圈还能像期望的那样发展吗？城市营地还能做吗？

2016年1月，结合讨论火热的中国新供给主义经济学，我提出如下六点：

- 一、随着外部条件的变化，消费者自身的需求也必然发生变化；
 - 二、消费者虽然感觉自己消费欲望有变化，派生有新的需求，却说不清楚这些新的需求到底是什么，也说不清楚需要什么样的新产品或服务从而得到满足；
 - 三、供给侧的企业家、学者、政府计划者应该不断研究和预判消费需求变化大趋势；
 - 四、企业家根据这种预判的大趋势开发出创新产品和服务，供给消费者；
 - 五、创新产品和服务结合消费示范和推广，快速地受到消费者追捧；
 - 六、消费者追捧快速拉动创新产品和服务供给——既是有效增量消费，又是有效增量供给。
- 这也可说是“鲁开宏的供给与需求逻辑”吧！

读过本书的内容后，你会发现，离埠商圈和城市营地正是在消费发生新变化的情况下通过创新造就的能够创造有效增量消费的有效增量供给。这正是中国商业地产走出目前困境的途径。

当然，除了这个显得有点功利的意义之外，对于未来城市发展和国家经济（商业）繁荣来说，它还有更大和可持续发展的意义。

二

一直以来，我都认为书的序是一个表达自己诚挚谢意的机会：

感谢李海山先生为本书的出版所做出的努力。

感谢马希涛先生为本书所做的精彩编辑和图面。

感谢深圳市绿杉树城市发展及工程咨询有限公司在离埠商圈与城市营地思想的形成、规划设计实践及本书的出版中给予的机会、支持与帮助。

鲁开宏
2016年12月16日
于深圳南山

目 录

离埠商圈

- 1. 离埠商圈出现的必然性 02
- 2. 案例分析 08
- 3. 定义 12

城市营地

- 1. 城市营地建筑类型定位 14
- 2. 鲁开宏的城市综合体断代 15
- 3. 结论 18
- 4. 城市营地概念的缘起 19
- 5. 城市营地功能 23
- 6. 城市营地的来源 24
- 7. 我们初步做过的两个城市营地 25
- 8. 城市营地的十大复合商业业态 28
- 9. 城市营地的建筑生态追求 39
- 10. 城市营地所包含的建筑创新 45
- 11. 城市营地与科技创业、创新的结合 54
- 12. 城市营地的建设融资 57

- 附录一 智演·绿杉树 61
- 附录二 全国休闲城市潜力地域筛选图 67

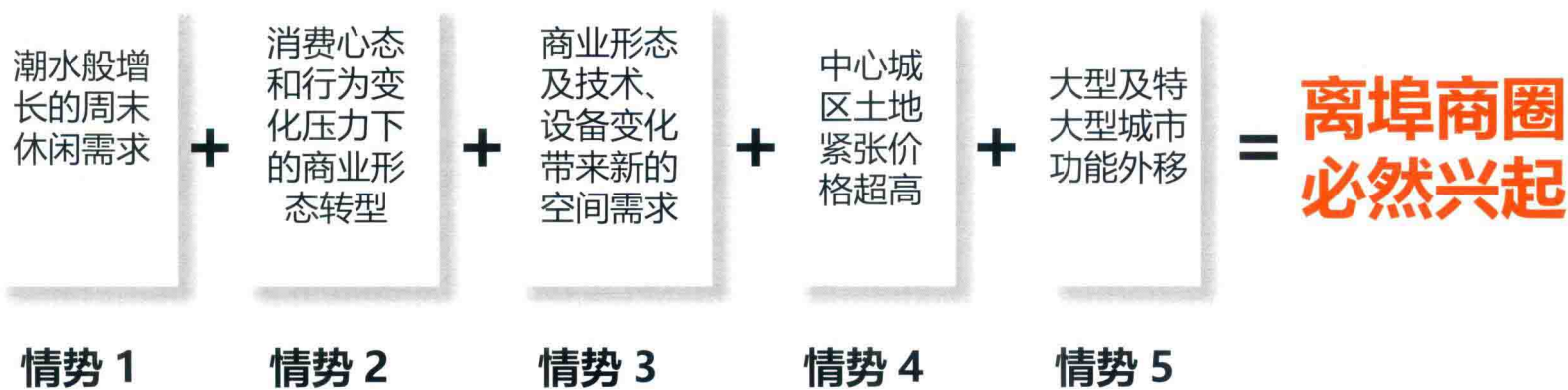
第一部分

第二部分

第三部分

第一部分 离埠商圈

1. 离埠商圈出现的必然性



情势 1 潮水般增长的周末休闲需求

城市中对于休闲生活的需求之所以在现阶段突然大量产生，是由如下几个因素决定的：

1. 世界上任何国家，当城市人均年收入达到一万美元左右时，都会突然产生大量的休闲需求。中国超大城市和许多大城市，目前正经历着这个时期。
2. 城市环境污染和生态要素缺失：雾霾、污水、噪音、拥堵、流行病、对食品安全的担心、人际关系冷漠等等。同时，大自然绿色的背景、清新的空气、洁净的水体、辽阔的天际、泥土的芬芳，所有这些有益我们身心的东西，又都从身边被赶走。由此，让人从生理和心理上都产生了对于休闲的迫切需求。
3. 城市职场紧张，这一方面是工作本身紧张和频繁的延时，更严重的是职场人际关系紧张和竞争越来越激烈。
4. 可支配收入增加。随着人均总收入增加，人均可支配收入也会增加。我国这种联动关系虽然表现不理想，但毕竟也在增加。
5. 闲暇时间增加。我国公假加周末双休制度已使每年休息时间达到了 110 多天，还有带薪假期。随着经济发展速度慢下来，延时工作会减少。更具实质性的，家电和互联网把我们烦琐的家务中解脱了出来，又把我们从耗时的购物中解脱出来——可支配闲暇时间大大增加。
6. 交通条件改善。首先是交通基础设施的改善；其次是交通工具的改善，中国大城市家庭已普及了家用汽车。虽然这些改善被过高的交通成本有所抵消，但毕竟使原来一些不可想象的事情变得可以实现了。

情势 2 消费心态和行为变化压力下的商业形态转型

消费心态和消费行为的明显变化是大家都可以看到的。

消费心态上，越来越从那种被动紧迫的维持生计心态转变为主动、悠闲的休闲，个性、提高生活品位和质量的心态。

从消费需求上看，对于生活必需品的需求越来越让位给对享受品、奢侈品的需求；对于零售商品的购买需求越来越让位给对于休闲服务的需求。

提到消费行为，仅仅提到互联网带来的革命性变化——网购，就已经有足够的说服力了。原来需要花费大量时间上街进店做的事情，现在动动手指头就做到了。而且，不仅是日用消费品，就连大件耐用品、鲜活珍贵食品等等，也都可以网上购买了。一时间让人觉得，购物都想不起出门去商店了。

变化，是必须的！

然而也没那么好变。

商场建筑，尤其是大型商业综合体，零售铺面的租金总是最高的。在其投资建设的时候，经济核算又是按大面积零售铺面计算的。现在零售要不了这么大面积了，其他产业进入替代又付不出原来的租金！所以不但零售面积亏损，整个商业经营也会受到拖累。

还有，为了满足消费者“主动、悠闲的休闲，个性、提高生活品位和质量的心态”转变，就需要投入更大的空间，而这个课题就转化到了情势 4。

情势 3 商业形态及技术、设备变化带来新的空间需求

数字化技术的发展日新月异。在数字化技术发展的推动下，许多传统的商业形式也发生了变化：

传统的零售和服务，正在越来越多地引入情景化销售、辅助订购等商业新形态，从而变得更加贴身和成功；

传统的会场或体育馆演出，正在被 4D 等真实与虚构混合界面及即时空间混沌模式所取代，从而变得更加梦幻和交融；

传统的悬挂式或摆台式会展越来越需要数字化声光电的效果支持，以至最后让位给后者，从而变得更加生动和娱乐；

传统的广告宣传和产品发布，正在逐渐被数字展演以及人机联动的真人秀所取代，从而变得更加演艺和诱人；

传统的投资讲解或融资提案中，人的讲解和煽情技能正越来越多地被数字化编程的集简洁、艺术和专业严谨性于一体的数字化播放所代替；

.....

所有这些，我给它一个总的称谓：数字化平台上的“路演化”。

但数字化平台上的“路演化”，对建筑空间提出了新的要求：特大的、可自由转换而非建设时一次性固定的、内外空间模糊的、可成长和收缩的创新空间概念。同时，巨大规模的数字化平台其需要配置的固定及可转换设备空间也是不可忽视的！

由此，新的空间需求，又指向了情势 4。

参见：**附录一**
智演·绿杉树

情势 4 中心城区土地紧张价格超高

随着经济快速增长和城市快速发展，地价快速飚升是各国普遍存在的现实，何况中国还有经济以外的许多因素。在中国的超大型城市和大型城市，中心城区地价超高已是不争的事实，无需论证。

同时，中国经济靠房地产和基础设施建设先是支撑后是拉动这么多年，城市中心区未建设空间已经几乎没有了。然而，这与情势 2、情势 3 中提出的对于新的大空间的迫切需求，形成了明显的不匹配。

一方面变化着的消费和供给两方面都需要新的大空间；一方面城市中心部位又没有空间可以使用，地价超高也使使用新的城市土地变得在经济上不合理。对于“新空间”的需求，就只能着眼于城市的外缘。

情势 5 大型及特大型城市功能外移

城市中心区的功能外移，是城市发展的规律使然，是不以人的意志为转移的过程。由于多种原因，我国大城市的功能外移已经算发生得比较晚的了。

最早外移的，是工业产业。我国的大型或特大型城市基本上都已经完成了这个转移过程。

像美国那样的国家，居民外移的趋势很容易形成，社区商业跟着移出去。但在中国的大城市或特大城市，人口外移趋势很难形成，主要是受人多地少、公共资源缺乏、隐形补贴机制等的影响，因此社区商业也跟不出来。在这种情况下，大型商业外移就成了我们的特点。

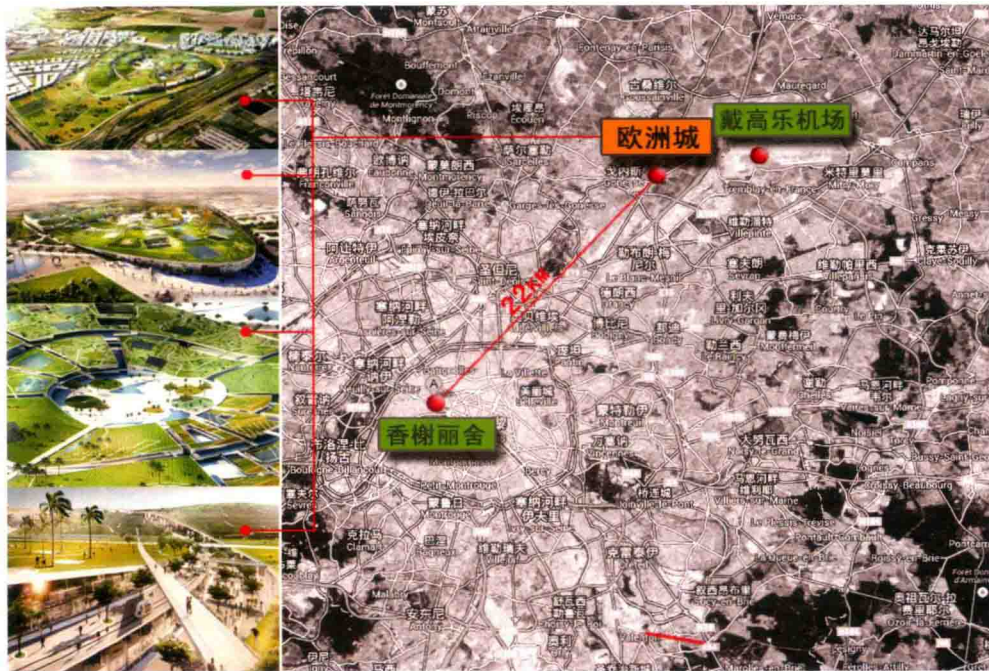
而大型商业毕竟需要巨大的购买者群体，由此派生出如下两个特点：

1. 大型商业外移也不可走得太远，太远就没那么多人去了。
2. 大量的顾客要抵达外移后的大型商业中心，就要借助良好的交通设施，因此，大型商业中心总是会落地和成长在城市外圈的交通枢纽上。

2. 案例分析（一） 法国巴黎欧洲城

欧洲城离埠商圈距离巴黎市中心
22km

法国巴黎——欧洲
城离埠商圈示意图



效果图引自：丹麦 BIG 建筑设计事务所

2. 案例分析(二)

深圳“关内”周边的离埠商圈，分布在以距离深圳市中心 **33km** 为半径的圆弧上

深圳“关内”周边



小贴士：图中的圆弧，正好与鲁开宏提出的休闲城市适宜性动态圈层分析的内圈相重合。

深圳离埠商圈示意图 →

2. 案例分析(三) 长沙市解放垸

解放垸

距离长沙市中心 18km

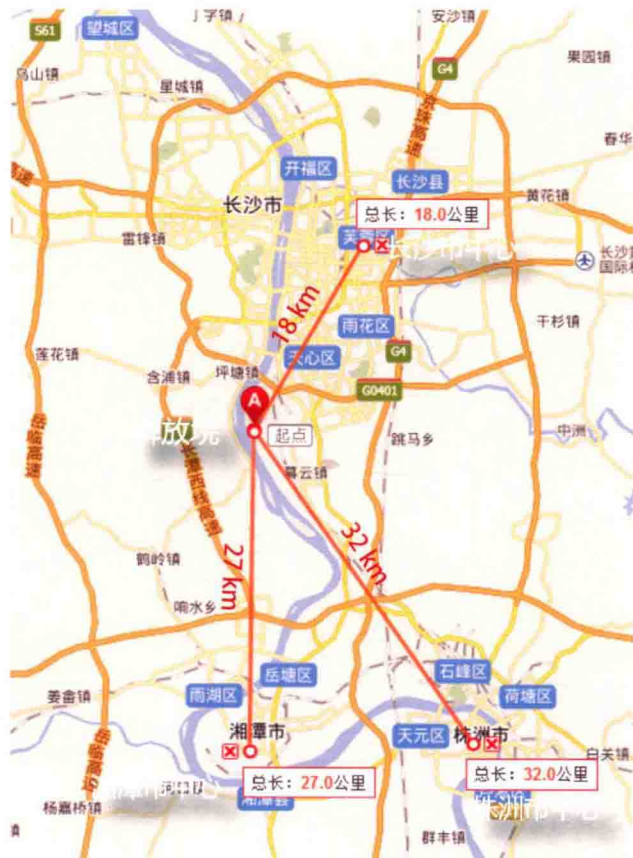
距离湘潭市中心 27km

距离株洲市中心 32km

解放垸的位置正好符合离埠商圈



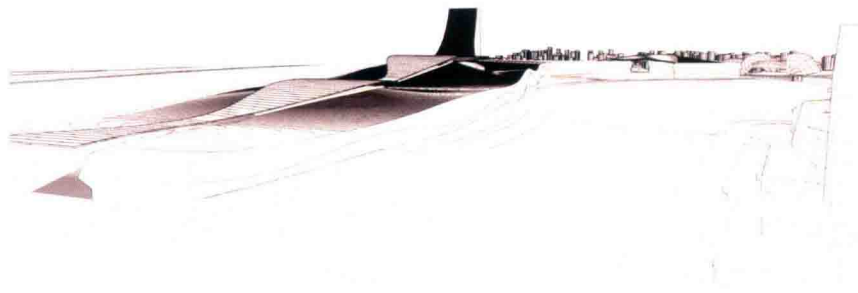
解放垸离埠商圈示意图



2. 案例分析（四）

乐山市沙湾区

距离乐山市中心 25km



沙湾区的位置正好符合离埠商圈



沙湾区离埠商圈示意图

3. 定义

由在城市外缘交通要道上新形成的商业集中区所构成的空间圈层，就是“离埠商圈”。

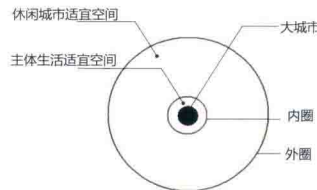
城内的商业密集区，与离埠商圈相对应，称为“本部商圈”。

离埠商圈：

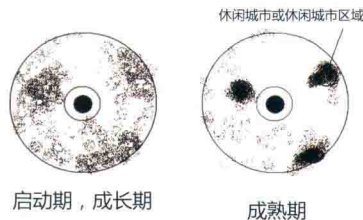
离埠商圈的购买力主要来自于大城市的中心区，所以虽然“离埠”，但也不能离大城市太远。

据笔者的观察，它大约相当于鲁开宏休闲城市适宜发展动态圈层的内圈（详见鲁开宏著《休闲城市研究（第二版）》第二章第九节）。

休闲城市的空间、时间过程



休闲城市是经常去、反复去的地方，是生活的一部分，所以它距城市既不能太近，也不能太远。



休闲城市的五个时期：
抗议期，启动期，成长期，成熟期，转换期