

新消费时代下商业地产创新发展思路

郑飞飞

上海飞洲企业发展(集团)有限公司, 中国·上海 201499

【摘要】新消费时代的到来给传统行业发展带来新的挑战,加上疫情的影响,让原本就充满挑战的商业地产发展压力加剧,迫切需要挖掘新的潜在发展机遇,推陈出新,满足消费者多元化的需求,积极拥抱行业新发展。本文针对商业地产在新消费时代下的发展做了探究,结合已有工作经验和研究提出一些建议,以供参考。

【关键词】新消费时代; 商业地产; 创新发展

Innovative Development Ideas of Commercial Real Estate in the New Consumption Era

Zheng Feifei

Shanghai Feizhou Enterprise Development (Group) Co. LTD Shanghai 201499 china

[Abstract]The arrival of the new consumption era brings new challenges to the development of traditional industries. Coupled with the impact of the epidemic, the pressure on the development of commercial real estate, which is already full of challenges, is intensified. There is an urgent need to explore new potential development opportunities, bring forth the new, meet the diversified needs of consumers, and actively embrace the new development of the industry. This paper explores the development of commercial real estate in the new consumption era, and puts forward some suggestions based on existing work experience and research.

[Key words] new consumption era; commercial real estate; innovative development

引言

信息时代,智能化、数据化、信息化、模式化等词汇的出现,让代表信息时代的云计算技术、互联网技术、大数据技术、人工智能技术得到应用,对消费也带来影响,进一步改变了传统消费模式,消费者的需求更加多元化和个性化,80后、90后成为主要消费群体,整个发展大环境下,推动了中国消费变化升级,引来了新消费时代。商业地产在新时代面临新挑战,必须要结合现状加强改革创新,满足新消费时代人们的消费需求变化,重新定义、优化和完善功能来实现商业地产产业升级。目前城市发展、商业地产企业已经在不断研究,寻求新的发展思路,并且有了一定理论成果,商业地产在新的规划发展中也在不断优化和完善。

1 商业地产发展现状

从全球发展来看,我国商业地产发展比较晚,发展处于粗放状态,导致没有形成比较完整的体系,那么在把握市场上也就存在一定问题。在面对新消费时代的大环境下,其发展也就凸显出了一些问题。

1.1 建设缺乏创新

就目前已有的商业地产来看,发现建设重复,招商困难。在建设前期没有对区域环境、消费目标群体进行准确的分析定位,导致建设盲目跟风,商业地产缺乏创新。举个简单例子,一些商业地产有着自己独特的风格和特点,因此在建设中不论在哪个区域环境,就没有对自己风格和规划进行改变,这样导致一线、二线城市和三、四线城市,城市中心和城市郊区都按照同样设计规划建设,在建设成功之后销售上面就可能无法满足不同消费者的需求的情况,也无法吸引更多的合作企业入驻。

1.2 电商给商业地产带来影响

信息时代下电商崛起,商业地产压力加剧。本身随着城市发

展建设,对于商业地产来讲,是机遇,促进其发展,各种资金、资源的注入,使得地产规模不断扩大,但是因为规划布局不合理、创新不够等多方面的原因,导致招商工作停滞不前,开展困难。电子商务的发展带给了人们更多便利,商业地产受到地理、支付方式等条件限制,一些实体店铺的交易被电商取代,降低了商业地产的实际需求,阻碍了其持续发展^[1]。

2 新消费时代下的商业地产

2.1 商业地产发展意见

商业地产属于传统行业,面对新消费时代,也迫切的需要创新升级,不断探索新消费时代下商业地产的创新发展。

2019年7月,“2019年第二届中国商业地产发展高峰论坛”在北京举行,邀请了行业内专家以及优秀企业家参与到商业地产行业发展趋势探讨中。针对新消费时代下商业地产发展也发表了诸多言论和看法,其中某地产行业大佬提出“用大数据与创新科技赋予中国商业地产市场”,其认为对于商业地产未来发展,要致力于大数据和科技创新,而且未来市场面临巨大压力,企业应该做好应对准备,利用数据工具辅助地产企业做好分析,提升企业发展策略的精准度。中国商业联合会副会长表示要适应新消费时代,需要促进商贸流通业高质量发展。商业地产也需要跟上当前时代创新步伐,明确消费变化。中指研究院研发中心发布了2019年商业地产指数报告及白皮书,提出要从消费群体去研究,充分挖掘其需求变化,比如服务、体验等,地产企业明确创新目标,把握新模式和技术,围绕客户需求和城市发展需求,来探索新发展。中关村协同发展投资有限公司董事长提出统筹开发运营模式,把产业放在第一位,以产业为核心。还有诸多业内代表发表言论,无一不强调了在新消费时代下,商业地产创新发展的必要性^[3]。

近几年新冠肺炎疫情的影响,线下实体商业客流被掐断,对

于商业地产来讲,销售下降,商业地产在这一背景下又如何发展。各个区域行业精英都在积极探索新的发展道路和方向,寻求解决当前挑战与困境的方法,如2020年9月,“2020年中国城市开发投资、商业百强、产业百强、房地产金融稳定研究发布高峰论坛”在上海举行,其中从系统、创新等关键词中,对当前商业地产现状做了解读,强调了创新、大数据的重要性。2021年中国商业地产创新发展论坛在上海举办,围绕数据、商业、产业、智能,探索新格局下商业地产的转型,提出加强提升智能化发展。致力于智能化发展,商业地产也需要顺应时代,步入多元高质量发展,实现智能化,利用数字化优势,来推动商业地产数智结合。2022年1月,在《中国商业地产行业2021/2022年度发展报告》发布会上,提出商业地产要培育国际消费中心城市,发展首店经济,提升消费新能级;同时注重文化自信,新国潮促进商业地产创新;住宅+商业协同模式成为必然,利用虚拟科技创造商业新机遇^[2]。

2.2 商业地产规划设计

商业的核心,永远都是消费者,这是不可改变的,所以有效达到一定效果,就必须要在消费者身上投入更多精力。首先就需要了解消费者,只有在充分了解消费者的基础上,才能有效定位,对于商业地产定位需要满足几点要求:符合市场需求,并体现出差异性,也就可以说是特色;定位与运营能力和资源实力是相互的,实现相互促进;最后对于定位工作包括了主题、设计、品牌、建设、财务等等,是一项系统化的工作^[3]。在新消费时代,对于商业地产运用,也需要重视消费导向,重新规划和设计商业地产。

此外商业地产规划设计不光受到新消费时代的影响,还必须重视当前新冠肺炎疫情抗击工作的持续化,商业地产项目的规划设计,就不能只考虑建筑空间与技术的问题,更要体现出商业与市场逻辑。商业地产的发展,就必须更加全面和优化,在考虑购物中心的产品化、运营精细化、业态创新化的同时,还需要注意消费的场景化、内容主题化、传播形式的多样化等各个层面。就如购物中心本身应该改变以往以品牌为主的导流模式,成为引流的端口。比如在满足一站式购物需求的同时实现升级,增加体验式消费,创造一种全新的生活方式,满足当前消费者创新、个性化需求。对于商业模式,除了满足购物需求的同时,还应该满足消费、休闲、文化、体验、参与、共赢等功能。因此在规划设计中,就需要注重环境设计,让消费者能够体验生活、享受生活。比如开放式建筑实现健康购物,提高购物的舒适度;领先时尚,满足消费者个性化的需求;电影、咖啡实现休闲购物,让消费者更加轻松自在,为购物增加趣味;提高购物内涵,增加书店、文艺店等艺术类产品,实现文化购物;最后规划布局需要给消费者带来快乐体验,让消费者保持愉悦的心情。对于新消费时代下商业地产规划设计,总结为两个方位:一是细化商业业态与形态,满足多元化和多样化的需求;二是注重不同模式的差异化引导,形成不同模式类别,满足更多个性化需求。

2.3 商业地产深度运营思维

在十四五规划中,扩内需、促消费成为国家战略,国家针对消费市场也给予一定政策措施,以此来促进消费市场恢复,提升商业市场活力。面对新消费模式带来的冲击和挑战,商业地产需要不断提升运营能力和经营能力。为此可以转向深度运营思维,打造IP提升消费者黏性,充分利用科学技术促进其智能化发展,

建设数字化平台,实现消费者、租户到运营商的数据打通,以此来提升运营能力^[4]。

顺应时代发展,重视数字化的重要性。商业地产加大数字化投入,推进数字化进程,比如构建线上线下消费双渠道,搭建会员系统,利用先进技术实现精细化管理,利用大数据实现智能化管理。比如华润万象生活有限公司就推进“运营信息化、经营数字化、空间智慧化、数据资产化”的数字化措举,提升经营效率和用户体验,构建数字化服务平台,为消费者提供智能化服务。同时加强与信息行业合作,实现共同发展,打造智能化场景,创造新的价值空间^[5]。

打造专属IP,加强与消费者之间的情感体验,以此来提升商业地产效益。在消费过程中,消费者对于情感体验比较注重。那么商业地产在经营过程中,就可以抓住这一点。重视与消费者之间情感连接,通过场景与IP打造,创新营销等多种方式,满足消费者需求,实现情感共鸣。针对这一点,可以借鉴大悦城控股集团股份有限公司,推进多线联动的全国性IP活动,并且实现了销售额和客流量的突破。而且华润万家生活也顺应时代转型升级,不断完善跨业态、跨平台的一体化大会员体系,增强会员体系的功能提升会员的满意度,整合环境内小区、购物中心、写字楼等不同物业类型互动,提升客户跨平台体验。

2.4 商业地产完善租赁服务

租赁是商业地产经营的一个重要方式,在新冠肺炎疫情影响下,商业地产在租赁方面出现了供大于求的状态,租金水平下跌,其中写字楼最为明显,在这一环境下,就必须要根据现状,完善租赁服务,通过丰富内容,提供更为精细化的服务,激活其需求潜力,针对不同类型和不同发展阶段的租户企业提供包含基础服务、增值服务、资产管理服务等多元化服务,丰富商务空间业态,提升办公人群的舒适感、满足感,这样不仅可以促进老客户持续发展,还能吸引更多新租户,促进其稳定运营。比如通过满足租户企业的需求和客户群体生活服务需求,通过智慧赋能,提升客户满意度和黏性。

3 结束语

在新消费时代下,商业地产必须要顺应时代发展,寻求创新发展,才能在市场中占据一席之地。本文对于商业地产在新消费时代下的创新发展,结合目前行业内优秀企业和代表人物对商业地产的发展思路,从商业地产规划设计、经营、租赁服务三个方面做了简单分析,以此来促进商业地产的可持续化发展。对于商业地产转型发展,接下来还需要从具体的营销模式、营销策略、客户体验等方面深入研究探索。

参考文献:

- [1]中指研究院. 2022中国商业地产百强企业研究成果分析[N]. 每日经济新闻, 2022-03-31 (006).
- [2]商业地产: Z世代经济, 焕新加速[J]. 中国房地产, 2022 (02): 22-25.
- [3]杨洋. 新消费时代下商业地产创新发展思路[J]. 现代商业, 2021 (36): 6-9.
- [4]段黎. 智能时代商业地产数字化变革研究[J]. 商业经济研究, 2021 (10): 178-181.
- [5]赵亮. 商业地产大消费时代下的求艺之路[J]. 安家, 2015 (05): 61.