

The background of the entire image is an abstract, flowing pattern of translucent blue smoke or liquid. The patterns are organic and swirling, with varying opacities from light blue to deep navy blue. The overall effect is dynamic and ethereal.

商业+

拿什么拯救你，我的百货



体验 三个关键词

这几年有一个概念叫用度假地产的方式做商业，度假地产和商业地产越来越模糊了

他们之间的交融点在哪儿呢，就是“**体验**”

以前大家是为了逛街而逛街，现在是人们一定要到这个地方好玩，然后顺便买了东西，顺便吃了其他的东西

所以现在提出一个概念叫“**商业+**”，就是要给商业加点“料”，使其变成可玩、可感、顺购、顺食的地方

“商业+”，实际上是有三个关键词

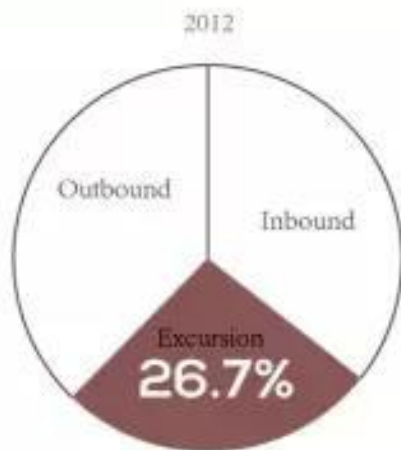
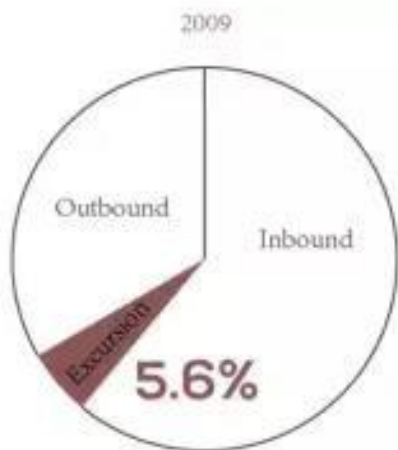


第一关键词


用度假地产的思维做商业地产



微度假 度假



- 截止到2015年，**周边游在线旅游占比超过国内游，占比35.2%**。微度假在国内这几年呈现出大发展的状态，下一个潮流就是度假；
- 目前，80后陆续成为带娃一族，加上2016年全面放开二胎，**家庭游、亲子游成为核心消费需求**。这种家庭游、亲子游已经成为了大趋势。并且随着生活水平和人均收入的提高，人们**越来越注重体验**，关注环境品质。消费者需要的不仅仅是消费本身，而是一种**全新的消费体验**。



第二关键词

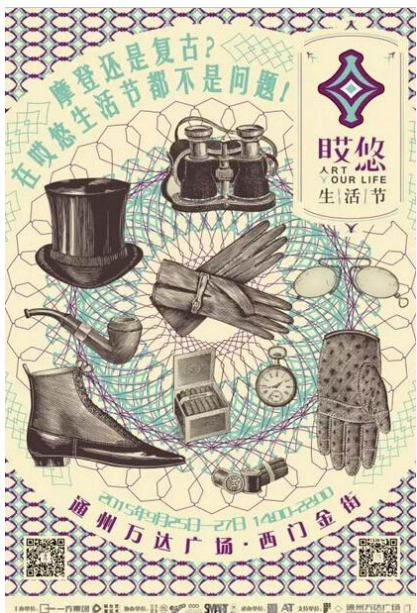
用媒体的方式来做商业地产



媒体 眼球经济 线上线下流量 讲故事



媒体实际上是眼球经济，我们要做线上流量入口，也要抓线下流量入口，同时就是讲故事人格化，发掘项目里面好玩的故事。老故事要挖，但没有故事怎么办呢？讲新故事。甚至可以不断的创造这些故事，大家是为了这些故事而来的。



以前我们想到的集市，要么就是卖有机食品的，要么就是农村赶集式的。去年在通州万达举办的一场哎悠生活节，这个集市更强调的是艺术和气息，用媒体方式把眼球迅速吸引过来。哎悠生活节为期三天，通过自媒体和新媒体，大概有一百多万的转发量。如果你真的能创造一些事件，让重量级自媒体关注到你的项目，实际上它的传播力量是非常强大的。



第三关键词

用社群的方式来做商业地产



大众 小众 圈子

社群方式做商业地产，以前叫大众消费，我们现在认为大众是由无数的小众构成的大众，每一个圈子有自己固定的人群。



事例1：

- APA的一位成员刘军先生，他在北京做了一个方家胡同46号院，一个猜火车的餐厅，变成了全北京先锋电影艺术家的聚集地，也可以理解为线下俱乐部。
- 他跟我们讲，其实我这个餐厅，你要现在去看它零部件其实都一般，但是**第一波核心人群，有几百个忠粉这个餐厅就倒不了。其次，有了这波忠粉会衍生出很多好玩的地方。**比如，外面的平台，做了人工假草皮，弄了一个大屏幕，变成了90后求婚圣地。



大众 小众 圈子

社群方式做商业地产，以前叫大众消费，我们现在认为大众是由无数的小众构成的大众，每一个圈子有自己固定的人群。



许愿、邂逅、定情、求婚、婚礼

事例2：西塘，通过文化艺术带动，打造青春浪漫主题，变成了求婚爱情浪漫的地方。



大众 小众 圈子

社群方式做商业地产，以前叫大众消费，我们现在认为大众是由无数的小众构成的大众，每一个圈子有自己固定的人群。



事例3：

- 秦皇岛边上的阿那亚开发商项目，**首先建了一座图书馆，通过媒体的方式传播，引起了大家的关注。很多人通过图书馆知道阿那亚，也有很多人到现在还不知道阿那亚是什么。阿那亚简单的说体现了中国古代人居的重要精髓——择邻而居。阿那亚现在所有的业主变成了强烈的忠粉，做了很多小社群活动，最著名的是他们拍的一个话剧，演员全是业主，前一阵上了北京电视台。**
- 他的**核心就是用社群方式来取得商业价值**。通过故事挖掘吸引一批社群，再把相应的业态或者商户放进去，通过互联网放大，逐步形成完整的旅游目的地。

“商业+”，加什么



文化艺术

运动



商业+艺术



第一是商业+艺术客厅

人们除了第一空间居住，第二空间娱乐，第三空间社交，**第四空间，其实它有一个核心的功能——有艺术的客厅。**这个客厅可能是一个剧场，就像方家胡同，也可能是一个书店，或者做一个画廊等等，它是复合式具有多功能的。



第二是工坊店

把现在的手作引入进来，手作天然就是小社群。大悦城在这种商业里做得算比较超前的，现在大悦城里的工坊店已经变成标配了。

第三个是把联合办公和商业密切结合

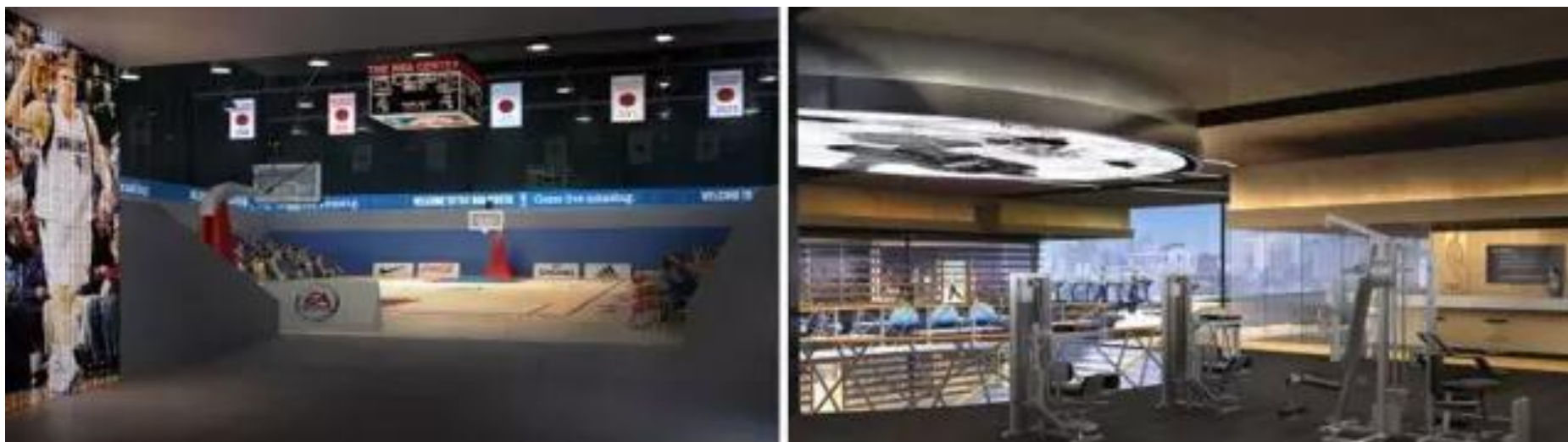
在咖啡店里办公、饮品店里的办公，并且有吃喝玩乐的餐厅和酒吧。

最后也会有一些民宿和商业结合。所以它核心的思想是希望通过加上艺术的元素，把整个商业氛围和商业活动做起来。首先是一个秀，第二是交流，第三就是体验。你可以在线上下单，但是你到这个地方来是必须要到现场来的。比如请青年艺术家做各展，引入手作工坊等等，继而衍生出更多有创意好玩的东西。



商业+运动

原来大量的场馆是竞技类的，投资很高，现在我们商业和运动结合大量是健身类的，特别强调时尚感，本身也是一个小众小粉丝群体。商业作为一个核心，从经营模式上加上一些运动，再加上其他的办公，做成运动综合体概念。



比如天津武清和NBA合作的国内第一个NBA中心。

这个篮球馆、健身房、嘉年华，就是用的NBA的这一套元素注入进去的，**以运动社交为核心，把体验、教育、休闲这些东西放进去，并且还有一些户外的场地，可观可感可玩。**现在还没有开业，开业了会吸引一大批篮球忠粉。



商业+运动

泥浆足球也是一个体验感特别强的项目，玩儿的人很high，可以衍生出很多健康的东西，包括泥浆音乐会，泥浆乡亲会等等。街头篮球也是参与感非常多的。

这些项目通过体育为核心，用社群方式，把感兴趣的一波人抓住，以他们为核心，通过大数据分析，从你进商场那一刻起，大概就会对你进行一个初步测评，当你运动完以后对你再进行测评，针对不同人个性化的推荐餐饮等等一些东西。





商业+运动



教育和亲子的结合会比较多，还有一些体验馆，在外围它本质上是以运动为核心导向，把办公商业穿插起来，把这些都是软性的东西通过活动围绕统一的品牌来打造。

美国新百伦运动综合馆，是把运动和商业结合得非常好的一个案例。融**运动、商业、办公、酒店、住宅、交通枢纽**为一体的运动综合体开发。屋顶有冰场，室外有田径、还有自行车跑道和交通系统串联起来，形成运动感十足的商业氛围。

“商业+”，到底是什么？

“商业+”，就是要打造一个地方，人到这个地方的目的并非去买东西的
也许就是到那儿去玩儿，顺便买了东西，就是这个概念