

SHOPPING MALL的经营理念、管理方式亟待更新 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022_SHOPPING_M_c123_289430.htm MALL全称Shopping Mall，音译“摩尔”或“销品茂”，意为大型购物中心，指在一个毗邻的建筑群中或一个大型建筑物中，由一个管理机构组织、协调和规划，把一系列的零售商店、服务机构组织在一起，提供购物、休闲、娱乐、饮食等各种服务的一站式消费中心。国内通常所说的购物中心实为百货店的另一种称呼。MALL不仅规模巨大，集合了百货店、超市、大卖场、专卖店、大型专业店等各种零售业态，而且有各式快餐店、小吃店和特色餐馆，电影院、儿童乐园、健身中心等各种休闲娱乐设施。另外，MALL还提供了百货店、大卖场无法提供的如漫步在长廊、广场、庭院般悠闲的购物享受。MALL发端于20世纪50年代的美国，现已成为欧美国家的主流零售业态，销售额已占据其社会消费品总额的一半左右。最近我国商界也兴起一股“造MALL运动”的热潮，北京、上海、广州、深圳、武汉、大连、成都、青岛、西安等地纷纷上马了一批MALL项目，继连锁超市、大卖场之后，MALL正在掀起我国商业新一轮的业态革命。零售业态大升级 6月25日，在上海，总投资额15亿元，规模达33万平方米的虹桥购物乐园一期工程正式开工，预计将于今冬明春局部开业。而上海第一家真正意义上的Shopping Mall正大广场也于7月份开业迎客。正大广场位于上海新兴商业中心被视为“中国的华尔街”的浦东陆家嘴金融贸易区内，投资4亿美元，建筑面积241万平方米，周围辐射半径5公里的区域内集结了300万商住人口，是正大集团

在中国投资最大、堪称“旗舰”的地产商业项目。此外，好又多集团已经获准在浦东建设一个占地1000亩的MALL项目，而香港新鸿基集团在正大广场旁建设的45万平方米的国际金融中心项目中，也包括了一个20万平方米的Shopping Mall。北京将在五环路的东西南北建造4个20万至60万平方米的MALL，分别为：大地集团的大地MALL(亦庄经济技术开发区内)：春天商业公司的春天MALL(京顺路孙河一带)、西单商场和法国尚欧合作的MALL项目(中关村万柳地区)、王府井集团的MALL项目(中关村科技园内)。其中大地MALL和春天MALL的总规划建筑面积都达到60万平方米，春天MALL的投资额更是高达10亿美元。广东也掀起一股建造MALL的热潮。在广州，英资太古集团与广州日报报业集团签约，双方合资40亿元建设太古汇广州报业文化广场，而与之同在一个规划区域，规划面积达2万平方米的天河正佳商业广场也因正大集团的重新注资而复工。天河区也正与美居中心、高盛集团合作，规划投资6亿元在奥林匹克运动中心旁建一个占地26万平方米，建筑面积35万平方米的Shopping Mall；在深圳，由华侨城集团与深圳铜锣湾百货有限公司合资7亿~8亿元精心打造的华侨城铜锣湾广场6月底浮现深南大道北，这是国内第一家以“生态景观和海洋文化”为规划主题的景观式购物中心，南北绵延13公里。另一个MALL项目深圳新城市购物中心，也将由深圳市商贸投资控股公司、深圳香江家私、深圳市国际企业股份公司合力打造；在东莞，投资30亿号称“国内首个超大型主题式购物公园”华南MALL 4月底已在万江开工，这个宣称要建成总商业面积50多万平方米的亚洲最大的购物公园，预计到2004年完工。在武汉，5月底万达

集团与江汉区政府签定正式协议，在今后两年内投资10亿元人民币，在武汉建设Shopping Mall式的万达商业广场。此前，已有本土的中商集团和团结村合资在徐东路建设自己的巨型商业中心“中商团结销品茂”，一期工程20万平方米将于2003年春节完工；武商集团则在航空路将自己的三家商场打通形成“中国第一座摩尔商城”；不久前，香港新世界集团也在武商MALL的旁边开始建设武汉新世界中心，新世界称其将成为武汉名副其实的“销品茂”。全世界最大的摩尔开发集团加拿大555集团已决定花巨资在青岛和温州两地打造两个占地约100万平方米左右的MALL。此外，全国各地在建和待建的MALL项目还有：成都熊猫万国商城、西安城市广场、大连华南国际商城、郑州汇龙城、厦门SM城市广场、福州元洪城……这些项目动辄在20万平方米以上，投资数亿甚至数10亿。而在目前的摩尔开发商中，既有国内各大传统零售商业集团(上海友谊、上海华联、北京华联、北京王府井、武商集团、深圳铜锣湾百货、大连商场集团等)、房地产巨头(大连万达、中信集团、香港新世界、香港九龙仓、和记黄埔、香港新鸿基等)、海外专业的摩尔开发商(加拿大555集团、菲律宾SM集团、泰国正大集团、印尼三林集团等)乃至外资传统零售集团(马来西亚百盛、香港新世界百货、法国欧尚、台湾好又多等)，还有一些原来并不知名的商贸及投资公司。而在各大房地产公司、商业集团、国外摩尔集团“大干快上”的同时，各地政府也意识到了建设MALL的意义，纷纷开始规划并推动本地区购物中心的发展，短短数月之间，中国掀起了一股建设摩尔的热潮。馅饼还是陷阱 大多数投资商对MALL的投资热情主要基于MALL在欧美的成功。在MALL

的诞生地美国，其在全国消费品零售总额中所占比重达五成左右，2000年达16亿美元。有关资料显示，在日本，MALL的店铺数仅占1%，但却创造了全国零售总额的近40%。还有一些投资商钟情于MALL是因为对MALL中主力商店的浓厚兴趣，他们通常有着零售业背景，而象王府井百货这样的上市公司还希望通过MALL概念来增发股票融资。另外，地方政府的官员一般为这类项目的联带效应怦然心动，这也往往暗示着他们在土地的转让价格方面有一定的灵活性，无疑这会大大降低投资商的开发成本。与投资商高涨的投资热情不同，商业专家对现阶段MALL在中国的前景普遍持谨慎的态度。他们强调指出，MALL的兴建要符合一定条件，它是建立在雄厚的经济基础和强大的购买力之上的。有资料表明，美国是在人均GDP达到1万美元以上，家庭汽车化和住宅郊区化基本形成，社会进入休闲时代，人们对购物和吃喝玩乐有了新的追求之后，MALL才真正开始得到良性和快速发展。MALL的主要服务对象是中产阶级。而我国现阶段人均GDP还不到1千美元，2000年人均消费品支出只有300美元，还不到美国的1/40，就是最为发达的上海、北京、广州人均GDP也就3千美元左右，私家车的比例更是无法与美国相提并论。因此，专家首先担心的是没有足够的客流和购买力支撑MALL的日常运转。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com