

2022年8月10日

星期三

第1700期/共1700期

ECS DAILY INFORMATION

# 企 竞 中 心 每 日 资 讯

## 【参考信息】

上海久光中心:3层变动较大,MUJI、周大福等6个品牌待开业……………p2

“最江南 享生活 欢乐购”2022青浦区“五五购物节”启动……………p3

升级餐厅,焕新体验 必胜客四大餐厅设计模型赋能餐饮新活力……………p4

企业文化不是一层不变的,而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比,都发生了明显而深刻的变化,企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务,这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革,保持企业文化先进性和引领性。

## 客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址: 上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话: 021-51313680 4000092877

传 真: 021-51313688 邮编: 200122

E-mail: [info@shecs.org](mailto:info@shecs.org)

## 【参考信息】

### 上海久光中心：3层变动较大，MUJI、周大福等6个品牌待开业



对于去年底开业的上海购物中心而言，今年突如其来的疫情，无疑是“致命一击”。即便是开业当年便为集团贡献 5350 万元销售额的上海久光中心，也陷入了亏损严重的境地。

今年上半年，上海久光中心的销售所得款约为人民币 1.09 亿元，租金收入约为人民币 5820 万元，录得亏损 1.16 亿元。主要原因便是防疫措施令收入减少，加上于其开始经营后相对收入较高的运营开支（尤其是折旧及摊销费用）以及不能再资本化的融资成本。

上海久光中心是利福中国首座集购物、休闲、娱乐、商务于一体的旗舰综合体，总建筑面积为 34.8 万平方米，除去写字楼部分，总商业面积达 26.7 万平方米，设有 400 余个铺位，于 2021 年 11 月 27 日正式开业。

上海久光中心紧邻上海马戏城与大宁灵石公园，距离轨交 1 号线上海马戏城站步行仅 3 分钟，整体分为地下 4 层，地上 6 层（B3、B4 为停车场），引进了 niko and...、lululemon、Adidas MEGA、鱼羊野史、醉东 Oriental House、天比高、添好运、小古董、顺电等众多不同等级的首店，是 2021 年上海开业购物中心中关注度较高的商业项目之一。

由于疫情影响，上海久光中心于 3 月中至月底期间缩短营业时间，四月、五月关闭营业，导致这一期间客流量骤减，直至 6 月 1 日起重新开业，且 6 月大部分时间不能堂食，限制了商场的整体客流量。上海久光中心自今年 3 月日均客流骤降，6 月的日均客流与三月份差不多持平，还未恢复至今年 2 月份的日均客流水平，距离去年开业后的客流高峰更是有着不小的距离。商场的一处主入口并未开放，需要从旁边一侧进入。整个上午，商场内较为冷清，每层的顾客极少，直到中午时分商场才逐渐热闹起来，且多集中于餐饮区域。

品牌方面，相较于运营已久的购物中心而言，新开商业的出租率、开业率及空置率相对可观，并未见大范围掉铺、门店关闭或撤离现象。上海久光中心的门店基本恢复营业，仅有位于1层的乐之、位于3层的汤姆熊欢乐世界处于暂停营业状态。6个店铺处于商场围挡状态（B2层、2层、6层各一个，3层三个），未标明入驻品牌。

当然，也有一些店铺迎来了新品牌。赢商网发布的《2022年1季度50家商场新开品牌清单》显示，一季度，上海久光中心迎来了儿童亲子品牌twinkle耀童亲子餐厅、ASICS kids、play-Doh，及零售品牌法国娇兰、餐饮品牌taning的开业。结合3层的围挡数量可以看出，儿童亲子业态变动较大。根据围挡信息，商场还将迎来白斩鸡专门店笃悠悠（B2层）、MUJI（2层）、周大福（2层）、上海寰映影城、（5层）、INLOVE KTV（6层）、荣越（6层）的开业。

综上可见，即便是开业不久的购物中心，也会因为疫情有一定的品牌更迭比例。对于设有400余个铺位的上海久光中心而言，这样的开关店现象十分正常。比较有挑战性的是，疫情之后如何实现客流快速复苏，这也将是上海购物中心共同面临及探索的问题。

## 【参考信息】

### “最江南 享生活 欢乐购” 2022 青浦区“五五购物节”启动



夜场、露营、亲子游等十大活动来袭！8月8日下午，“最江南享生活欢乐购”-2022青浦区“五五购物节”正式拉开序幕。据介绍，活动期间，上海青浦区将凸显青浦新城会商旅文农联动和长三角数字干线元素，着力将购物节打造成促消费、稳增长、提信心的重要引擎。

同时，2022 青浦区五五购物节 10 大主题购物计划正式发布。本次购物节期间，青浦区将结合大商贸、大数字、大健康产业优势，加强会商旅文联动，大力促进首发经济、品牌经济发展，积极培育新业态、新模式，深入实践绿色消费理念，推出品牌消费集成、社区生活提升、绿色消费播种、居家出行品质、夜间经济拓展、数字消费体验、商旅互动融合、亲子畅游互动、博物之旅提升、一镇一主题全域行动十大购物计划，一大波优惠、促销活动正蓄势待发。

近年来，青浦区在商业引进上不断提档升级，相继引入山姆会员店、万达茂等陆续开业，上海天空万科广场、蟠龙天地项目正加快推进。今年 9 月，备受瞩目的上海天空万科广场就将揭开神秘面纱。活动现场，上海天空万科广场作项目介绍，上海万科天空之城总建筑面积约 80 万 m<sup>2</sup>，集合商业、办公、住宅、长租公寓、教育及河滨公园等复合业态的 TOD“城市共同体”。其中，商业体量约 10 万 m<sup>2</sup> 的复合型购物中心-上海天空万科广场作为其中 C 位，自开建以来一直备受广大市民关注，项目将于金秋盛大开业，精彩亮相。

青浦区始终致力于打造绿色消费环境，让践行新发展理念成为更多商业主体的共识，绿色商场联盟也由此应运而生。活动现场还为青浦区绿色商场联盟授牌，并举行了绿色商场承诺书签订仪式。

据介绍，本次青浦区五五购物节期间，青浦区各大商圈、特色商街、古镇、商业企业、制造业品牌企业、电商直播基地、农业合作社、各大旅游景（区）点及体育场馆等将共同举办线上线下深度融合、数字商业要素凸显、商旅文游购娱一体的 10 大主题促消费活动，形成全城动员、全域参与、惠企惠民的消费活动。

## 【参考信息】

### 升级餐厅，焕新体验 必胜客四大餐厅设计模型赋能餐饮新活力



随着消费代际的转换、颜值经济的蓬勃增长，以及夜经济趋势的不断升温，消费者对于餐厅的选择，已经不限于只是关注产品本身，餐厅环境和用餐时的情感体验变得越来越重要。

凭借着对餐厅环境的不断尝试与探索，必胜客深刻洞察消费者需求，在去年餐厅设计模型的基础上，结合品牌餐饮时段的需求，为吸引商区和社区的不同类型消费者，全新推出“城市话廊”、“活力聚场”、“暖暖心窝”以及“街角拾光”四大餐厅设计模型。今年是必胜客第二年发起“春日打卡必胜客”探店活动，打通线上线下，牢牢抓住了新一代年轻消费者的心。

### 持续翻新门店，必胜客创新升级四大餐厅设计模型

作为西式休闲餐饮，每一家餐厅都是为消费者提供优质服务与情感价值的落脚处。自2018年以来，必胜客不断加快开店步伐，优化多种店型设计，持续翻新门店，给消费者带来新鲜的用餐体验。迄今为止，必胜客已翻新多家门店。去年推出的“花漾逃离”、“都会邂逅”和“星厨之约”三大餐厅设计模型，成为了大批都市年轻人的网红打卡圣地。

今年，必胜客持续发力，打造了面向商业区人群的餐厅设计模型“城市话廊”与“活力聚场”，以及面向社区人群的餐厅模式“暖暖心窝”与“街角拾光”，根据消费人群的不同融入了新的设计理念和设计风格，在优化店型设计的同时不断强化品牌定位，不仅为都市年轻人的用餐提供了便利，也为家庭人群创造了良好的用餐体验。

“城市话廊”设计模型是面向自信独立，追求生活品质的生活艺术家，以“高级感”定调，兼顾实用与精致的商业型餐厅设计模型。餐厅整体采用“高级灰”为主色调，配合高低排列的氛围吊灯，演绎都市经典风格。

不同于“城市话廊”对仪式感的追求，“活力聚场”更像是一个年轻人的殿堂。面向随性、不拘束的年轻群体，“活力聚场”热衷“颜值至上”的设计理念，将时髦的橱窗感与叛逆的金属感融合，加以珊瑚红色作为点缀，让来这里的消费者随时随地感受到拍大片的乐趣。

另外，为满足当代年轻群体丰富多彩的生活方式，“活力聚场”进行24小时全时段营业，并通过空间的场景设计，为消费者营造了“日咖夜酒”的氛围。白天咖啡，夜晚品酒，必胜客为都市年轻人提供了一个新的社交场景，吸引了更多年轻消费者来餐厅用餐。

打开大门，融入街区，在温暖的阳光下开启轻松惬意的暖心食肆。“暖暖心窝”是面向全龄段消费人群，在全时段都可以享受，富有人情味的社区型设计模型。为了给有事业亦有甜蜜的负担，懂拼搏更懂生活的年轻妈妈以及幸福的家庭人群提供一个自在舒适的老地方，点点滴滴都充满小确幸和小惊喜。

走进餐厅，仿佛走进了一家充满生活烟火气的家庭小餐馆。餐厅将温馨的生活气息与墙上的艺术插画结合，融入匠心巧思，例如“就是这么着迷”女生自画像，“躺在地毯上的猫”和拎着必胜客外送袋回家的“HOT到家-送上最热的给你”。同时，考虑到与产品的呼应，餐厅将比萨和配料相关的美食元素也融入艺术，让消费者在用餐之余可以静静欣赏。

除了餐厅各处都装饰的艺术作品，繁忙的发餐区、随意的大组团座位，浓烈色彩的花朵布置，都活络着充满能量的生活气息。从晨间的早餐，午饭时光的片刻休憩，晚饭时的家庭时光，到夜幕降临的享受独处或二人世界，必胜客不仅为消费者营造了一个舒适优雅的就餐环境，也提供了一个传递情感价值的场所。

“街角拾光”设计模型是必胜客面向女性和家庭消费者打造的全新模型。餐厅各个角落摆放着精心搭配的绿植与花卉，在暖暖的灯光下营造出一种自然、清新和明亮的氛围。餐厅内，花园藤椅搭配一个个小圆桌，墙面以简约的线条艺术画作装饰，沿街露天位的设计显得格外宽敞，让消费者从都市

中暂时抽离，用心感受生活中的小惬意。除了小清新的藤椅之外，餐厅内还配备舒适的小沙发，更适合家庭聚餐和姐妹聚会。白天，“街角拾光”为消费者提供了一个简约浪漫的街区客厅；晚上，这里又化身深夜食堂，为人们提供一个用餐的好去处。

据了解，随着夏天的到来，上海的“城市烟火气”也开始逐渐回归。地处上海市静安区协信星光广场的必胜客(新协信精选店)新装亮相后，一直深受周边消费者的热烈欢迎，其属于“城市话廊”设计模型的装修风格令人耳目一新，甚至引来了多位时尚博主到店“打卡”。

### “餐饮+生活+社交”三位一体，必胜客持续探索餐饮经济新生态

近年来，随着新消费群体的崛起以及市场竞争的逐渐加剧，新的赛道也在被不断挖掘，“社区餐饮”“全时段运营”都成为了餐饮行业的新趋势之一。为抓住中国新一代年轻人和年轻家庭群体，必胜客不断升级与优化餐厅设计，将多场景模式体验作为战略重点之一，为消费者打造一个集“餐饮+生活+社交”三位一体的餐饮空间。此次必胜客推出的四大全新设计模型，旨在通过餐厅环境的全方位提升，结合餐饮时段需求，为不同地域、不同类型的消费者带来焕然一新的感受。

此外，必胜客也在不断创新与丰富新的餐厅体验。去年11月，全国第一家必胜客校园餐厅在武汉华中科技大学路落地，为同学们在校园里营造出温暖的就餐环境和亲和的社交氛围，吸引了诸多师生拍照打卡。

今年元旦，位于长沙5A景区橘子洲头的一栋民国建筑风格的必胜客新店盛大开业，富有时代感的建筑风格充满张力，吸引众多游客打卡。未来，必胜客也将在创新产品开发的同时，在餐厅设计和餐饮体验上不断升级，全力赋能餐饮经济新活力。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

