



●致辞

增强静安商圈核心竞争力 助推上海打造“四大品牌”国际消费城市

——福布斯环球媒体控股有限公司执行董事、福布斯中国首席执行官李思卫

在资源约束的背景下,城市更新是未来城市可持续发展的关键点。商业空间是城市最核心的区域,以商圈为核心的城市更新,应充分考虑现实瓶颈。因此,在制定城市更新的策略时,应进行区域整体化思考,注重空间的功能转化。而城市更新,不只局限于空间的重塑,也应同时注重业态的更新。在提升商圈品质的同时,提供多元化场景体现核心人文价值,将空间重塑和业态创新的重点放在我们人的身上。

因此,赋予商圈发展新动能,我们将城市空间重塑加业态创新,称之为“城市有机更新”。今年论坛的主题为:城市有机更新赋予商圈新动能。围绕城市更新,促进商圈发展,激发商圈活力的新方式,我们能够进行深入的探讨。

2019年,是上海和米兰建立友好城市40周年。长期以来,米兰一直与上海保持友好合作关系。2015年,静安区与米兰,在米兰签订了友好城区合作交流备忘录。2016年,上海市静安南京路商

业企业联合会与米兰蒙特拿破仑大街协会在2016福布斯静安南京路论坛上正式签署了发布合作备忘录。

静安南京路商圈的文明,不仅因为它的高端繁华的消费能力,更因为在商圈发展中快速适应消费升级的商业创新和管理模式。随着“上海购物”这个品牌的工作在全面推进,静安抓住进博会的机会,品牌集聚度继续提升,营商环境持续优化,首店经营蓬勃发展,国际交流合作进一步加强。而城市有机

更新,站在完善消费功能的基础上,提供更多元化的场景体现,打造以人为核心的商业空间,做活商圈生态,不断提升商圈创造力、吸引力和竞争力,让商圈成为有温度、有内涵的城市空间,重构商圈活力源泉。

希望通过本届论坛能进一步增强静安南京路商圈的核心竞争力,推进商圈适应新的经济环境和消费升级的商业模式,助推上海打造“四大品牌”国际消费城市。



紧抓转型契机 用创新思路为静安商圈赋能

——上海市商务委员会副主任刘敏

福布斯·静安南京路论坛至今已成功举办12届,经过多年的发展,福布斯·静安南京路论坛已经成为上海商界人士聚焦国际发展前沿,共同进行智慧交流和探讨的平台。

应该说,在推动上海国际消费城市建设中,有关“后街经济如何推动实体商业的转型”话题,就是福布斯论坛最核心、最关键的讨论点。2018年,我们探讨了静安商圈未来国际化的发展之路。本次论坛,我们又把上海的商业发展理念与城市建设理念进行更新,让商业与城市创新转型发展更加紧密地联系在一起,也为上海商业未来的发展提供广阔的平台。

应该说,本次论坛也将为未来上海的商业发展进行赋能。为商业国际化、高质量发展、高品质发展提供有力支撑。

前不久,中国第二届进口博览会在上海刚刚结束,习近平总书记表示,中国国际进口博览会交易的是商品和服务,交流的是文化和理念,迎来的是五洲客,我们汇集的是天下一家。这样大规模的展会,也为这个城市商业发展、城市更新带来了基础和条件。应该说,上海是一座因商而兴的城市,商业的国际化、商业化,始终是我们研究这个行业发展的关键词。

2019年,有一个数字值得我们关注,从国家统计局发布的国内社会消费

品零售总额来看,通过网络实现的商品零售总额的占比已经达到19.5%。应该说,电商市场在国内越来越发达。2019年1—10月,网络交易的比例提高了3个百分点。与此相对应的是,我们的实体商业,应该思考一下如何进一步发展?上海是一座创新之城、人文之城、生态之城,伴随着上海要建设全球卓越城市这一目标,应该说上海的实体商业还有很大的发展空间。而如何发展,则需要我们通过福布斯·静安南京路论坛来拓展思路,来加强与国内外的专家、企业家进行交流。

因此,希望通过本次论坛,不仅为上海的商业发展转型、商业街区的改造

和商圈经营能力的提升进行赋能,更多的是要为上海——这座国际化大城市的商业拓展思路,要为上海商业的“十四五”发展做铺垫、谋划与支撑。

最后,我认为,上海的城市是支撑起上海商业这篇大文章的一个重要载体。城市的空间,塑造着城市优化的功能结构,不仅是满足人民日益增长的物质文化的需要,更是我们向往美好生活的重要载体和新的生活场景。因此,我们也希望通过本次论坛,通过国内外企业家、专家和学者共同的交流,能够进一步分享城市商业发展实践中的好经验和好做法,为上海商业的发展贡献更大的智慧。

国际商圈评价指标体系 未来商圈发展的有力抓手

——复旦大学管理学院院长陆雄文

●主旨演讲

复旦大学管理学院在静安区人民政府指导下,静安区九百集团的支持和资助下,近期就国际顶级商圈评价体系基本结构和逻辑进行了初步研究。在与中国银联合作进行一项大数据研究中,我们发现在上海,根据银联的刷卡数据可以看到,除了传统的南京东路、淮海路、南京西路等商圈以外,陆家嘴、徐家汇、五角场商圈也在崛起,但是南京西路集聚了全球最高端的品牌。

在全球范围内,耳熟能详的知名商圈包括英国伦敦、米兰蒙特拿破仑大街、纽约第五大道、香港铜锣湾,都是时尚顶级商圈。经过多年的发展,上海南京西路正在重新焕发活力。

据了解,南京西路目前入驻品牌大多数还是国际知名品牌,占到60%,国内知名品牌占30%。在南京西路入驻的目的国内品牌其是作为展示厅来建设品牌形象,慢慢同国际品牌交相辉映,得到更多中外客人的认知。

目前,从进驻南京西路的品牌来源分布来看,日本品牌占了很大比例,因为它距离上海较近,进入中国市场的时间也较早。但真正的顶尖品牌,是由法国、意大利等传统欧洲品牌主导的。

国际团队合作 商圈评价体系研究实力雄厚

如何进一步发展商圈?目前,大家公认的国际顶级商圈数量是有限的,所以很少有学者或者咨询公司

对此进行全面深入的研究。那么,如何帮助中国建立国际顶级的商圈,不仅对上海,可能未来对北京、深圳这些国际性大都市来说都具有很重要的意义。在这方面,静安区人民政府做了很多的实践和探索,同时也取得了令人瞩目的成就。所以我们学院也和静安区政府进行合作,研究如何对国际商圈做出准确量化的评价,从入驻商户、客户和消费者的角度收集反馈意见,从这个角度来说,商圈评价体系的研究很有价值,更有利于国际范围的促进交流与合作。

现在,我们在学院里建立了跨学科的团队,成员来自经济学、运筹学、营销学,还有我们学院所属的咨询公司的专业团队,同时也邀请了来自伦敦、米兰、纽约、中国香港、东京等很多长期合作的学者加入,数据共享,共同进行分析比较,以此来努力打造一个全球都能公认的国际商圈指标体系。

基于这些,我们把国际商圈的评价指标分为两个层面,一个层面是相对宏观的,也就是从超越区域规划的角度来进行表述。对于城市的更新迭代,很多城市管理者往往从两个方面考虑,一是从城市经济发展总量、消费、税收以及历史文化保护的角度去考虑,二是从建筑的角度去考虑。我们更多的是从商业角度去考虑,比如城市的基础设施、城市的历史、经济发展现状、人口存量与人口迁移等等。

另一层面是微观的,从发展的角度看,政府和商圈也需要去做更多的规划和设计,引导城市良性发展。

“高、广、深、厚、温、汇”全方位评价城市商圈

根据这两个层面的考虑,我们建立了评价指标体系,分为发展性、通达性和引领性。通过这个评价指标体系,我们还总结出了六个方面:高、广、深、厚、温、汇。每一个二级指标下面,都以更详细的指标来做评价。

所谓“高”,就是品牌的水平,旗舰店的数量、品牌新品的发布频率。“广”,就是业态多样性、品类的多样性、店铺的多样性以及营业时间的长短。“深”,是业态的融合度与环境的协力度,商业活动能不能有更广泛的跨界营销,以及更好的、对不同层次、不同年龄人的影响。“厚”,更多的是从文化的角度,从地方特色,从底蕴以及从城市的机理上,怎样让更多的人愿意去旅行、生活和购物。“温”,就是方便性、便利性、舒适性,包括停车是否方便。以纽约来说,由于历史的原因当地停车库不多,但是街道上可以根据不同的时段灵活地安排停车,这就是真正的温和发达。目前,上海几乎所有的马路全划上黄线,感觉冷冰冰的,静安区能不能也在马路边上让大家方便的停



车?“汇”,就是到了今天这个时代,技术的发展,尤其是互联网把所有的区域、店铺都连接在一起。比如像银联,如果所有人都通过银联来刷卡,这样我们就能有更好的数据去检测、去引导、去推广线上线下的消费。

融合消费与生活 指引商圈未来发展方向

最近,我们通过研究发现,虽然当下互联网购物的便捷性无与伦比,但网上购物中绝大部分都是日用消费品、廉价消费品。而在耐用消费品、时尚消费品和奢侈消费品方面,消费者还是要在下去选择,去店里观察、去体验,去试穿、去琢磨比较,再购买。因此,对于奢侈品、耐用品,线下消费更占优势。

正所谓顶尖的商圈,汇聚的是高收入的人群,他们应有良好的文化修养,对价格不那么敏感,当商圈的决策者把购物、餐饮、休闲、娱乐、艺术欣赏等生活体验结合在一起时,人还是喜欢去实体店消费与享受的。

另外,智能化也是城市发展和城市升级改造很重要的一个方面。下一步我们团队要去收集更多的数据,并对数据逐一计算和分析。

总体来说,我们的目标是要做一个具有全球视野的、在学术界和业界公认的、能够为政府采纳的、城市发展提供指引和借鉴的评价体系。同时,这个体系也凝聚了许多国内外专家的共同智慧。希望未来我们的研究能够去引领城市的发展,让人们的生活变得丰富多彩,更加时尚化,不一定奢侈化,但应更加的令人愉悦,更加具有品质。

