

B 1 钱 周刊 红豆购物广场 调整后即将重新起航

永辉超市为开业做着最后的准备。

永辉开业之日，也是红豆购物广场重新起航之时。

短短半年左右的时间调整结束，以新的姿态重新站在东吴片区。红豆购物广场的调整，得益于广场管理方对产权的掌握，如果开发商当时将购物广场的产权出售，那这次调整或将面临重重阻力。

红豆购物广场的调整，或许只是东吴片区商业调整的序幕，今后这里或将形成一个商圈。

本报记者 吴辉



正在装修的红豆广场。吴辉 摄

半年时间 红豆购物广场完成调整

红豆购物广场已经进入重新开业前的最后阶段。即将重新迎客的红豆购物广场，里面90%的商家将是新面孔。

今年3月份，世纪联华撤离了，随后红豆购物广场也开始了调整。最初建设红豆购物广场，开发商的目的是为香江花城近5000户1万多人的消费作商业配套。红豆置业镇江分公司在拿到土地后两年的时间内都在思考一个问题：这块地到底用来建什么？

最初的设想只是一个超市，可经过考察和论证后，一个购物广场更适合周边的商业特点。一个缩小的shopping mall在2007年1月份开始营业，这就是红豆购物广场。“红豆购物广

场——新生活，新时尚”是当时的推广语。时尚、新潮是当时管理方对这个广场的定位，镇江第一个五星级影院——东方影城就诞生在这里。

当然，世纪联华的人驻，让大家对这个购物广场更是看好，因为当时镇江主城区只有大润发镇江店、北京华联两家大型超市。然而好景不长，2009年沃尔玛丁卯店开业；2010年大统华、欧尚超市开业；2011年苏果万达店、乐购超市、大润发京口店开业；2012年沃尔玛黄山西路店、麦德龙开业。特别是在大润发京口店开业后，对世纪联华超市的影响很大。从2012年开始，世纪联华就举步维艰。

世纪联华撤离，红豆购物广场也开始了调

整。为了让红豆广场能有更好的形象，广场管理方投资了500多万元对广场的外立面进行了调整。而让广场管理方更看重的是内部业态的调整，只有符合附近居民消费习惯的业态存在，才能让广场保持活力。

从世纪联华撤离到现在只有半年左右的时间，红豆广场的调整已经接近尾声。能有这样的速度，主要是广场管理方对物权的完全掌控，也就是开发商没有卖掉一间铺子。“只租不售、统一管理，这是我们建设之初就定下的规矩。”镇江红豆商业管理公司相关负责人表示，一个购物中心要想正常运行，必须统一管理，而统一管理的前提是对产权的掌握。

引进永辉 红豆开始关注百姓生活

世纪联华撤离之后，广场管理方又在思考：什么样的超市才适合红豆广场？什么样的购物广场才是老百姓需要的？

“红豆购物广场覆盖的主要是滨江新村、桃花坞、米山人家、香江花城、中南世纪城等周边小区居民，他们关注的是生活，是柴米油盐，所以新引进的超市一定要能满足百姓的菜篮子、米袋子。”广场管理方经过考察，最终决定引进以生鲜闻名的永辉超市。

永辉超市，一个来自福建的以生鲜闻名的超市。“家门口、新鲜、放心、绿色、科技”这些永辉生存之道也正符合红豆购物广场的定位。目前的永辉正在为开业做着最后的准备，一楼生

鲜，二楼食品、服装，三楼餐饮。

采购直接到源头，采购人员直接下田地，建立自己的生产基地，这是永辉的新鲜之道。然而这样的经营模式正在威胁着另一个业态，那就是菜场。对此，镇江永辉超市的相关负责人并不否认，他们的进驻对周边的菜场会有影响。

另外，在红豆购物广场的业态上也进行了调整，从原先的时尚、潮流转变成关注民生，关注生活。这一点从调整后的业态格局也看得出来。调整后，红豆购物广场有3家主力店：永辉超市、中影东方国际影城、五星电器。餐饮业态：肯德基、八分饱餐厅、老妈米线、豪客来牛排、如意菜饭、米德宝餐厅、元致亨西点、慧惠小筑、阿

贵嫂茶餐厅、韩国烧烤等等；儿童业态：贝因美、乐悠悠儿童乐园、ABC童装等；休闲娱乐业态：舞缘舞蹈中心、梦缘KTV、陆原台球、宏润网吧、涟涟庄茶楼、金桶足道等；百货业态：屈臣氏、中国黄金、罗莱家纺、红豆男装、红豆居家、婵之云内衣、卡帝乐鳄鱼箱包、卡哇伊饰品等。社区服务方面，广场还引进了中国移动、中国电信、中国农业银行等等。

广场管理方表示，之所以这样定位，主要是考虑到周边的消费群体和消费能力，广场所提供的商品和服务能否吸引消费者，这是广场的生存之道。携手永辉调整的红豆广场，将以什么姿态出现在大家面前，不久就将揭晓。

东吴片区 能否形成一个新商圈？

红豆购物广场总建筑面积45000平方米，商业自持面积37000平方米，8000平方米为酒店式公寓。调整后，超市的面积将达到12000平方米。调整过后的红豆购物广场，将自己定位成社区购物中心，主要服务周边居民。

社区购物中心，是指在城市的区域商业中心建立的、建筑面积在5万平方米以内的购物中心。商圈半径为5-10公里，有数十个租赁店，包括大型综合超市、专业店、专卖店、餐饮服务及其他店，停车位300-500个，各个租赁店独立

开展经营活动。社区购物中心的一个基本条件就是所有权、管理权、经营权三权分离的管理模式。因为，社区购物中心需要专业商业管理公司负责整个商业物业的统一规划、统一招商、统一管理，众多商户在统一管理下从事独立自主的经营。从上述条件来看，红豆购物广场是符合的。

以红豆购物广场为中心，周边3公里内并没有成熟的商业，有的也是单打独斗的中小型超市，这或许也是吸引永辉的原因之一。那调整

后的红豆广场能否在这里形成一个商圈呢？

“其实，我们一直在努力打造一个东吴商圈，而这个商圈是和大市口有所区别的，主要是为了方便周边居民生活。”镇江红豆商业管理公司相关负责人表示，目前红豆购物广场二期正在建设之中，地点与现在红豆购物广场仅一路之隔。而二期将进驻大型餐饮、精品酒店，以及部分精品店。这样红豆购物广场再也不是单打独斗，而是成一体。一个以红豆购物广场为中心的东吴商圈正在形成。