

# 引“潮”而来 燃动全城

## ——银泰百货火爆出圈的“流量密码”

■记者 李雨婷 纪晓岚 通讯员 钱斌燕

**核心提示：**一座新地标，矗立城区C位，激发万千消费热潮，这便是9月30日隆重开业的银泰百货带给平湖的震撼。

作为平湖重磅“上新”的商业综合体，银泰百货从开业到“十一黄金周”，便以多元化的消费业态、丰富多彩的主题活动，可玩、可看、可逛、可互动元素，带给市民游客满满的获得感。据统计，自开业以来，银泰百货营业额超2000万元，客流量达50万人次，展现出了强劲的商业活力。

银泰百货的开业，是对平湖市民多元化消费需求的热切回应，是拓展平湖商业版图的重要实践，也是建投集团由“建设”向“建设+运营”转型迈出的崭新一步。向新而行，向新而兴，从“金九银十”的黄金季出发，银泰百货的到来必将燃动小城消费“热力值”。

### 采访札记

## 以“新”致“兴” 向远而行

■李雨婷

一座商业综合体能激发怎样的“乘数效应”？这个国庆，新开业的银泰百货用“人从众”的火热景象诠释了这座城市的消费热情与活力。

商业综合体因其吃喝玩乐购的多功能优势，广受欢迎。平湖亦如此，无论是扎根多年的大润发还是势头迅猛的吾悦广场，无不以各具特色的消费业态深受市民喜爱，“盛宠不衰”，每逢节假日更是人气火爆，烟火气十足。回应城市发展所需和群众消费升级所求，平湖精耕细作，在城区东南西北均布局有商业综合体，以四足鼎立之势形成了“各美其美、美美与共”的态势，在丰富群众生活、提档消费升级、提升城市品质等方面起到了极大的推动作用。

既已成势，何以再兴？银泰百货凭什么火爆“出圈”？又如何能点燃一城消费激情？

满足了“新”需求。东西南北皆有，唯有中心城区尚有“空白”，群众生活购物多有不便，消费潜力有待释放。因此，不仅要“填空”，更要填得有“新意”。从银泰百货的落户，我们不难看出建投集团的匠心经营。从商业业态来说，银泰百货区别于平湖现有商业综合体，补足了百货类商业综合体的“空缺”；从商业品牌来说，银泰百货作为国内零售业巨头，无论是知名度和运营能力都是无可厚非，必将在平湖消费市场注入新的活力，掀起新的波澜。

打出了“首”字牌。要锻造新的消费增长点，必须出新出彩，银泰百货打出了“首”字牌的“流量密码”。首进平湖品牌96个、首店占比达60%以上的漂亮比例，为消费者带来了足够的“新鲜感”。无论是餐饮美食还是潮流时尚，都刷新了平湖人的消费体验。其实，这是建投集团“走出去、请进来”的招商策略使然，“走出去”是依托银泰百货优质的品牌资源库，“请进来”则是邀请全国各地300余个品牌商家前来洽谈，我们如今看到的入驻商家正是建投集团与银泰百货在1500余个品牌中，优中选优而来，而如此精挑细选为的便是这份“首店效应”。

打造了“多”功能。商业综合体除了消费还能有什么？银泰百货用实际行动告诉我们，社交、休闲均能有满满的幸福感。作为嘉兴地区首个“森林风”购物中心，颇具绿意的消费环境让人耳目一新。开业期间，银泰百货的中庭可以说是“网红”打卡地，绿意盎然、席地而坐，或休息或闲聊，均是极好的体验。这也是银泰百货为丰富社交属性，特别增设的场景，让大家在消费之余，在这里也能找到一份闲适与惬意。

这个国庆，平湖与银泰百货是“初见之欢”，但我们热切期待细水长流之后，仍有“久处之喜”。将“新地标”变成“常青树”，我们还要紧跟消费者不断升级的消费需求，持续完善多元化消费场景，全面提升消费品质化消费业态，优化提升个性化服务品牌，丰富消费者“常来常新”的体验感，全面激活平湖消费市场内动力，为平湖经济注入新活力。

### 百姓点赞

胡纯  
(百花社区居民)

以前很多网红美食、饮品都要去大城市才能打卡，现在在家门口的银泰百货就能尝到。银泰百货还有潮流服饰、儿童游乐设施和主题乐园等，各个年龄段消费者的需求都能在这里获得满足，特别适合带家人来休闲娱乐。银泰百货的开业，给我们带来了新的去处，作为生活在周边的居民，我心里十分高兴。

童天英

(启元社区居民)

开业当天，我和朋友一起去银泰百货逛了一圈。商场里森林风的景观设计给我留下了特别深的印象，中庭的绿植景观与四周的商铺巧妙融合、相互映衬，在绿色植物和暖色灯光的照耀下，自己仿佛置身于一隅绿洲，让我们在休闲的同时能感受四季的更迭，特别美好。

杨稻林

(南市社区居民)

以前路过这个地块，我的心里总是有一种期待。去年听闻银泰百货要在这里落户，我便一直留心关注着，如今看到银泰百货顺利开业，为市民朋友带来全新的消费体验。看着这一地块终于“活起来”了，作为老平湖人，我感到很开心。



## 精准招商、首店集结，构建品质生活“新名片”

“听说开了很多首店，我们特地来打卡。”“很多在大城市才能吃到的美食，现在家门口也有了！”“银泰多了档次高、显潮流的品牌，以后再也不用跑上海、杭州了。”……随着9月30日盛大开业，银泰百货成为平湖人朋友圈热度高涨的话题之一。同样，商场内，亦是火热。品牌店、餐饮店，尤其是带有“首店”标签的店门口都排起了长龙，好不热闹。

平湖银泰百货何以火爆出圈，饱受市民青睐？持续攀升的营收数据背后，与银泰百货带给平湖人的“新鲜感”分不开。何为“新鲜感”？即首店效应，96家品牌店铺开平湖“首秀”，满足了消费者的多元化消费需求，引了客流，聚了人气。

“秉承‘运营前置’‘策划先行’理念，在银泰项目启动初期，我们便坚持‘首店’理念，在与银泰团队商定业态定位时，就聚焦招引各业态领域垂类品牌，以品牌首店入驻带动消费场景创新，为市民品质生活提质升级。”市建投集团下属商业管理公司副经理沈敏杰说。

平湖银泰首店率超60%，其中垂类头部品牌首店率超40%，餐饮类如湘菜系的吃饭皇帝大、杭帮菜系的老头儿油爆虾、东北菜系的厨创，饮品类的星巴克臻选等品牌首店，吸引了大量慕名而来的顾客。

新业态，新体验，更有新活力。连日来，位于银泰百货一楼的星巴克臻选之选，成为了年轻人休闲社交

的新去处。作为平湖首家星巴克臻选，顾客不仅能够品味全球精选的顶级咖啡豆，享受个性化定制服务，还能沉浸式观看咖啡研磨制作的全过程。“很新奇，体验感特别好，非常喜欢它的‘私人订制’服务，以后会经常来。”市民张先生说。

星巴克臻选受到市民欢迎，得益于招商运营团队对年轻顾客市场的充分考量与研究。“每日一杯咖啡成为了年轻人的新生活方式，为此我们‘投其所好’，将业态招引与年轻人消费需求充分结合。”沈敏杰说，在业态招引过程中，他们做好品牌把控，聚焦时下年轻人喜爱的潮流、文化元素，不断增强业态招引内生力，为消费者带来更加丰富多元的休闲体验。

首店自带潮流、网红、区域唯一等属性，固然能够给予市民充足的新鲜感，但并不意味着盲目招引。品质，才是制胜之道。这一点，建投集团不遗余力。

前往杭州、桐乡、嘉兴等各大商业综合体，考察意向品牌门店实际运营能力和客流情况，以消费者视角出发品鉴各类主力餐饮服务体验、菜品是否符合平湖本地市民口味……在引入“网红店”的同时，建投集团招商运营团队更聚焦“长红店”的目标，以高品质、接地气、性价比作为筛选把关各类品牌入驻的衡量标准，通过严格的考察比选，选定了涵盖餐饮、百货、服饰、水吧等大类业态的155个品牌入驻银泰百货，9月30日当天开业品牌152个，开业率超98%。

## 精工匠筑、完善配套，打造美好生活“新地标”

明亮柔和的空间色调、简约大气的内部装修、时尚精巧的景观配套……走进银泰百货，一眼即惊艳的是给人最直观的感受。

“终于等到银泰百货开业了，没想到不仅建设速度快，效果也很好。”家住附近朝阳嘉苑小区的市民张女士表示，自去年彩虹广场牵手银泰百货的消息发布以来，银泰项目的进展一直备受大家的关注。

去年9月21日，项目签约；去年10月20日，召开项目招商推介会；今年3月9日，举行项目开工仪式；9月30日，隆重开业……进度表拉满的背后，是建投集团深谙百姓期待，全力奔赴匠心筑城的初心和担当。

自项目启动建设以来，从外立面设置施工围挡、打出“银泰百货”LOGO，到各个施工班组开展内部公共区域作业、百余家商铺陆续进场交叉作业，再到眼下“银泰百货”如期开业，说起项目建设的历程，市建投集团党委委员、副董事长、副总经理金平如数家珍。

“面对建设工期短、任务繁重、施工人员复杂的局面，我们采用PDCA质量管理法则，设置进度计划，抓实每日施工、落实进度每日复盘，扎实推进项目建设，同时还积极应对雨季、高温酷暑、台风等特殊考验，及时调整建设进度安排，确保项目质量、安全、进度齐头并进。”记者在金平随身携带的笔记本上看到，每一页都密密麻麻地记录着项目建设装修的节点安排，如“本月项目建设需完成新增墙体砌筑”“本周项目计划推进机电隐蔽工程”等。

从美好蓝图变成生动实景，在抓实抓细项目建设的过程中，离不开精细化、人性化的管理。建设期间，在这个5万多平方米的施工现场，随着各个商户装修劳务人员的陆续进场，项目工地平均每日达300余人同时作业，最高峰时有1000余人。如何高效协调各分包单位，如何做好现场安全生产管理？建投集团在做好总包单位施工人员每日安全生产教育基础上，安排项目推进建设专班成员每日驻场，针对进场的小商户施工

人员逐一进行安全佩戴检查、安全教育，并及时处理协调各个客商在施工中的困难。

一步一景，景景皆美。在每一幕赏心悦目的场景背后，建投集团建设的速度和力度缺一不可。银泰百货开业以来，广受市民青睐的便是位于其中庭的森之境景观建筑。绿色景观与时尚建筑的紧密融合，走进这里仿佛走进了森林，加上周边现代化的购物环境，给人以沉浸式的别样体验。这是建投集团综合考虑消费者消费需求和综合功能定位而“特制”的嘉兴地区首个“森林风”购物中心。

“我们拆除了原先规划的电影院，以四至五楼挑空的形式，打造全新的消费体验场景，以‘日月森境’为设计概念，将户外自然环境引入中庭，打破传统购物中心边界，创建日之庭、月之谷、平湖森境三个主要特色空间。”市建投集团下属商业管理公司副经理封佑林说。创意无限，也带来了更大挑战。为保质保量呈现预期效果，建投集团奔赴杭州万象城等商业综合体，考察学习室内绿化种植养护经验，精心挑选绿化品种，科学设计规划绿化喷淋、灌溉循环系统，以独特的景观场景给予顾客丰富的体验。

室内景致惊艳，室外亦是和谐。就市民关注的停车难问题，建投集团精心做好周边地块交通组织协调，今年4月就会同交警、市政处、设计院等部门对该地块进行交通影响评价，结合商业综合体特点，选取单进单出的流线方式，在城南路设置隔离带，取消银泰百货西侧299弄临时停车位，优化城南东路与朝阳路交叉口机动车车道，实施东进口左转右置等方式，为市民出行带来更多便利。此外，在银泰百货原有400余个地下停车位基础上，建投集团还充分统筹辖区内停车资源，协调平湖大厦北侧停车场、大南门地下停车场、南河头街区停车场等，为市民提供1600余个停车位，缓解商业街区交通及停车压力，满足消费者停车需求。



## 千淘万漉、“引凤来栖”，激活城市消费“新引擎”

发展等因素的综合考虑，我们计划在原彩虹广场区域打造一座偏百货类的高档商业综合体。”市建投集团党委书记、董事长、总经理盛跃说。因此，对于这座综合体的选择，建投集团也是百般思量。

一个成功的商业综合体，既要满足群众生活需求，也要起到激发城市发展活力的作用。“走出去，才能看到更多的可能”，建投集团面向长三角地区、寻找与平湖城市能级相近的地区，并由盛跃亲自带队，实地调研这些地区各商业综合体的品牌竞争力、业态分布、模式运营等情况。杭州、永康、海宁、嘉善……凡是商业气息浓、城市能级相近的地区，都有建投集团招商团队的身影，他们在现场看运营情况、观消费客群、瞧设计风格，访商家、问群众，将调研的情况整理成册，并结合平湖实际研判分析。“吹尽狂沙始到金”，最终历时半年、经过三轮比选、考察了十家公司，各方表现均较为突出的银泰百

货突出重围。企业实力强劲、品牌知名度高、消费者认可度高，这些都是刻在银泰百货身上的标签。然而，银泰百货的优势不止于此。“为全面提升综合体的品质和活力，秉承‘让专业的人做专业的事’的理念，我们与银泰百货开启新的合作模式，由银泰百货提供招商运营服务。”盛跃说，这也是浙江银泰集团与国有企业开展的第一个轻资产项目。

“我们有着丰富的管理经验和战略合作资源，对于提升商场品牌层次及档次，我们都有优势。”平湖银泰百货总经理赵颖琛说，此次招引的项目就来自银泰百货的品牌资源库，如零售行业的MLB、INXX等潮流标杆品牌，餐饮行业的吃饭皇帝大、厨创等行业头部品牌等都带来了不小的流量和知名度。接下来，银泰百货还将根据消费者所需和市场行情变化，做好品牌的更迭，确保消费者有“常来常新”的消费体验。