

宝龙希望针对不同成长阶段城市生活的需要,有效汇集各方力量,追求产品和服务的至上完美,为当地消费者奉献精彩的生活,与合作伙伴分享事业的成长。

——宝龙地产执行总裁 许华芳



2013
行业启示

中国发展机遇很好,这要求大家一定要摆正心态。世上没有免费的午餐,一定是一份耕耘,一份收获。

宝龙创新 主打“社区电商”

宝龙集团作为中国首家商业地产上市企业,专注于开发及经营高质量、大规模、多业态的综合性商业地产项目,连续多年获评为中国商旅房地产领先品牌和中国房地产百强企业。

宝龙十年获评百强

今年恰逢宝龙进军商业地产十周年,布局全国24个城市、拥有29座城市综合体、总开发面积超过1200万平方米,取得如此佳绩着实令人鼓舞,但宝龙集团并未就此满足,而是谋求企业更长远的发展。

许华芳一直看好上海的发展,他表示,上海是一个世界级城市,未来公司的一半资本将集中于此。地产总部移师上海,就是为了谋求更大更好的发展。进军上海三年多,目前宝龙在沪已拥有4个项目,分别为浦东曹路宝龙城市广场、虹桥宝龙城以及嘉定和奉贤两个项目。

12月15日,曹路宝龙城市广场开业当天便引发了当地消费者的轰动与追捧。在宝龙地产于上海布局的四个项目中,曹路宝龙城市广场作为首个城市综合体项目,以高品质、全业态的首秀,企稳了宝龙以上海为中心深耕长三角战略的第一步,对宝龙后继在上海多个项目的开发和运营奠定了坚实的基础。

“宝龙选址是经过‘深究’的,在项目获取及项目规划阶段,就深入理解当地城市的实际需求和城市特色,根据不同城市的差异化,满足需求。”许华芳直言,“就目前市场而言,这些项目填补了区域商业的空白。以曹路宝龙城市广场为例,周边3至5公里范围内几乎没有同类竞争产品,相信日后定将会取得上佳的业绩。”

下一个十年,宝龙的发展值得期待。许华芳表示,在继续将商业地产做“专”做“精”的基础上,公司正考虑研发新的产品线,包括开放式商业街区和超高端城市综合体等,为合作商户和广大消费者带来更多全新的体验。

宝龙电商“上线”

宝龙以自有商场为中心,划出了一个半径约6公里,方圆百余平方公里的区域,将其作为线下商场和线上电商平台的目标服务范围。基于这样的思路,宝龙所注重的将不再是和全国化的商业平台去硬拼规模和价格,而是完全聚焦在有限范围的目标客群上。在这样一个限制范围内,宝龙拥有实体商业建筑优势,大数据分析更为可行,体验和特色商家更有机会,提供超越主流电商的线下服务也成为可能,宝龙广场在线的目标,是不断研究这数十万消费者的偏好,迎

合需求,成为他们生活不可或缺的一部分。

商场体验新技术

商场仍将是宝龙广场在线的重要组成部分,宝龙引入了全新的商场硬件技术以加强用户的消费体验。全场高速免费WIFI,定位地图,都以进驻消费者的手机终端为目标。场内的大量优惠和折扣信息都将通过便利的手机终端或APP操作,电子会员体系也简化为锁定手机身份,利用精准的室内定位技术,场内商家还能随时推送信息给走到附近的消费者,消费者也能随时获取周边商家的动态信息。与此同时,宝龙还将整合线上和线下的消费数据,专注挖掘有限数量的用户信息,建立更合理的大数据分析模型,为消费者和商家提供最优价值的建议。

除了上述特征,宝龙广场在线建立了完整的购物和交易平台,但就如前所述,线上平台并不是宝龙的唯一目标,这个平台未来将不断向注重体验、娱乐、非标准的商品倾斜,成为周边消费者与宝龙购物中心的即时联络纽带。无论消费者是到商场还是登陆在线平台,他们面对都是有血有肉的商家、充满个性化的服务、可靠的线下支持与配送、随时能前往了解的定制类商品,而最重要的是,宝龙将根据他们的喜好而变,大商场将成为名符其实的社区中心。

数读宝龙地产

10年

作为中国领先的城市综合体运营商,宝龙地产自2003年进军商业地产以来,已经十周年。目前宝龙已在全国拥有45个物业项目,其中30座城市综合体。

年度热词

【商业旗舰】

2013年12月17日,宝龙地产控股有限公司旗下全资子公司上海皓商投资管理有限公司以17.9亿元,竞得上海七宝生态商务区20-02、21-02的两宗优质地块。这将成为宝龙地产在上海地区打造的首个全新模式商业产品的旗舰项目。