



# 东方威尼斯的 项目初步发展 沟通简案

汇报人：



OMG!!!



# 报告结构

1

2

3

4

市场  
分析

项目  
分析

发展方  
向研判

案例  
借鉴

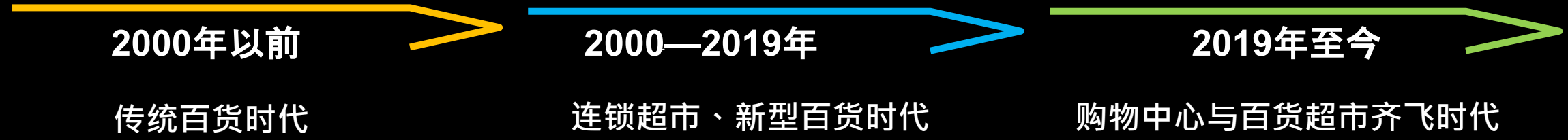
# 惠城区总体概况



项目	指标
区位	惠城区地处东江中下游平原区，作为惠州市的政府所在地和中心区，惠城区是惠州乃至整个东江流域政治、经济、文化和交通的中心。
土地面积	1471平方公里
下辖范围	桥东、桥西、江南、江北、河南岸、龙丰、小金口、水口8个街道办事处和汝湖、三栋、马安、横沥、芦洲等5个镇。
常住人口 (2019年)	107万
地区经济	2019年地区生产总值增长11.5%，人均生产总值增长9%。城镇居民人均可支配收入21278元，同比增长9.2%；农民人均纯收入8541元，同比增长15%。



# 惠州商业发展历程



➤此阶段惠州商业零售业还烙着深深的计划经济印记，英达商场、升平商场和老西湖百货是惠州当时的三大百货商场。

➤商场档次不高，主要经营居民日用品，其他零售业态缺乏，商业气氛淡薄。

➤2000年4月，深圳人人乐商业集团租下当时仍是烂尾楼的惠州国商大厦裙楼1-4层，成为第一家打入惠州市场的深圳商家。

➤随即，深圳的万佳百货、丽日百货、天虹商场、新一佳、海雅百货，香港的百佳超市，世纪联华等外地大型商家纷纷涌入惠州市场，使惠州的商业得到了飞速的发展，商业格局发生了重大颠覆。

➤而惠州本土传统百货相继关门倒闭，曾经的三大商场在惠州市民心目中逐渐淡忘。

➤2019年6月，惠州第一家购物中心港惠新天地开业，标志着惠州商业的进一步提升。世界零售业巨头沃尔玛入驻港惠新天地，打破深圳大型商家几乎垄断惠州市场的格局。

➤2019年11月，位于东平片区的隆生半岛广场的JUSCO开业，将又一大国外商家加入到竞争中来。

➤2019年，华贸与佳兆业进军江北，打造城市综合体，其购物中心将开启惠州商业新的篇章。



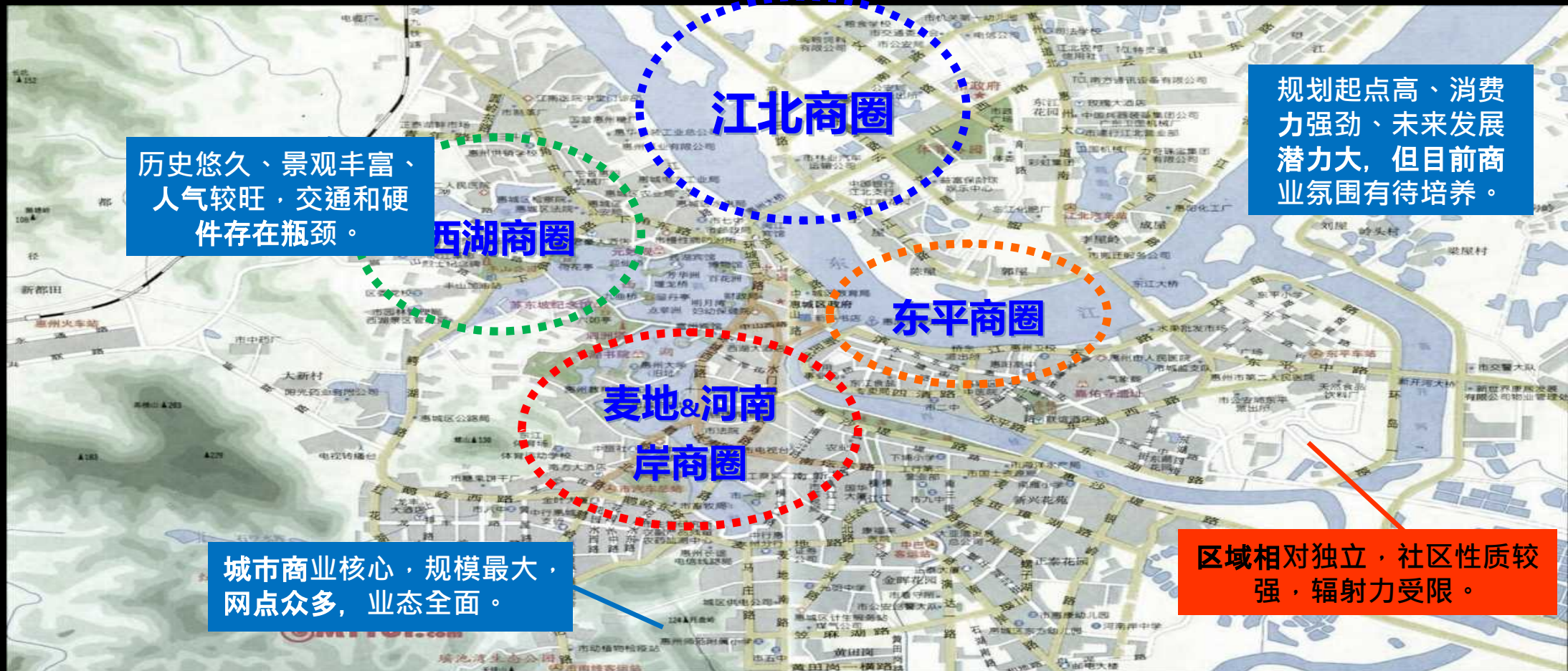
# 商业发展趋势与GDP

惠州市2009年人均GDP突破5000美元，而惠城区则超过了7000美元，惠州商业具备了由百货/超市阶段往购物中心/生活时尚中心等现代零售商业形态发展的经济条件。



# 惠城商业整体格局和商圈划分

惠城区主要可划分为四个商圈：东平商圈、麦地&河南岸商圈、西湖商圈和江北商圈。





# 东平片区概况



## 片区特征:

东平片区地处惠州中心新老城区过渡带,为惠州唯一自然岛屿,三面绕水,由东江、西枝江、新开河交汇形成,也称‘东平半岛’,该片区有着较为完善的配套、交通便利。

## 功能定位:

通过对历史文化遗存的修复,形成较高品位和价值的人文居住区域。



# 惠城各商圈业态发展分析

商圈	百货	超市	零售	餐饮	休闲娱乐	优势与不足	缺乏的业态
麦地&河南岸	发展较好，拥有3家中端百货，天虹档次较高、海雅与广百品牌一般	发展较好，拥有沃尔玛、华润、百佳、人人乐等知名品牌	拥有部分中高端品牌（港惠、天虹、海雅），整体中档	商家数量较多，以客家、海鲜风味为主，品牌商家少，缺乏大型宴会酒楼，休闲餐饮较少	影院、休闲会所、桑拿为主，少量夜总会、KTV、酒吧、健身俱乐部	业态齐全、品牌众多、人流旺盛、但档次难以突破	高端零售品牌、休闲娱乐、大型餐饮、休闲餐饮
西湖商圈	有2家传统百货（丽日、百佳盛），品牌中低端	缺少品牌超市	整体中低端	中小型特色餐饮为主，缺乏品牌商家	休闲会所、桑拿为主	景观丰富、商业氛围浓厚，但硬件不足、品牌低端、商业层次难以提升	品牌超市、休闲娱乐、餐饮
东平商圈	无独立百货	吉之岛，超市+百货形式，整体档次一般，品牌中档	整体中档，与麦地商圈同质化严重	中小型特色餐饮为主，与港惠新天地同质化严重	少量KTV	消费人口众多、竞争者少，品牌档次有限，影响力不足	休闲娱乐、高端零售品牌
江北商圈	已营业的仅有丽日1家，品牌中低端	华润万家、沃尔玛即将进驻	零售较少，档次中低端	数量较少，缺乏品牌商家，商务休闲类商户匮乏	休闲会所、桑拿、水疗为主	交通便捷、规划起点高、高端消费潜力巨大，但目前商业氛围不足	高端零售品牌、特色餐饮、休闲娱乐

**高端品牌零售、大型宴会餐饮、特色餐饮、休闲娱乐，以及影院、SPA、健身、精品家居等时尚生活方式类业态在整个惠州都很匮乏，江北CBD的高起点规划、浓厚的商务氛围、庞大的中高端消费人群以及目前的市场空白，都为这些高品质业态提供了良好的发展空间。**







# 惠城已入市典型商业项目分析

## 港惠新天地1期

发展商	惠州市富盈置业有限公司	商业楼层	五层
开业时间	2019年3月		
经营模式	租售结合，出售20%铺位	建筑面积	110,000平方米
业态组合模式	超市主力店带动		
零售档次	中档		
主要业态布局	负一层 —— 苏宁电器、儿童乐园、儿童用品、休闲运动 一层 —— 连锁餐饮、首饰精品、金饰 二层 —— 连锁超市、连锁餐饮、美容机构、男女服饰、保健用品 三层 —— 连锁超市、连锁餐饮、皮具箱包、休闲服饰 四层 —— 休闲娱乐、万达影院、连锁餐饮 五层 —— 连锁餐饮		
品牌商家	沃尔玛、苏宁电器、世宇乐园、水果捞、棒约翰、肯德基、沃尔玛、味千拉面、巴西烤肉、和绿寿司、芭蕉亚洲、永正购书、飞驰溜冰、万达影院、三十三间堂、真功夫、G2000、KAPPA、ONLY、ESPRIT、万宝龙、千色店等		
整体经营状况	沃尔玛经营情况良好，人流较旺；零售表现一般，已售商铺后期经营出现困难，正在努力调整；餐饮经营情况一般。		



—	万达影院	L4142	永正购书
—	飞驰溜冰	L4101	芭蕉亚洲 L4130 三十三间堂
L4	L3000 沃尔玛	L3103-04	禾绿寿司
L3	L3101 巴西烤肉	L2102	肯德基
L2	L2000 沃尔玛	L2101	味千拉面
L1	L2124 南方诗曼	L1139	真功夫
B1	L1101A 棒约翰	B168	世宇乐园
B1	L1102 肯德基	B139	水果捞
B1	B128B 奇乐儿		
B1	B167 苏宁电器		
B2	停车场		

## 港惠新天地2期

发展商	惠州市富盈置业有限公司	商业楼层	六层
开业时间	2009年6月20日		
经营模式	租售结合	建筑面积	3万平方米
业态组合模式	精品超市+儿童娱乐+精品零售		
零售档次	中高档 (档次比一期有所提高)		
主要业态布局	1层时尚精品馆：化妆品专区、汽车展览馆/个人护理用品、珠宝/名表主题馆； 2层女性品牌专区：国际品牌店、精品店； 3层名品休闲天地：户外运动主题区、特色餐饮、绅士馆； 4层儿童文娱世界：儿童名品店、儿童亲子乐园、儿童早教中心； 5层高级家居饰品馆：家居、健康/床上用品/高档厨具、特色饮品、大型酒楼； 6层会员体验中心：SPA		
品牌商家	周大生、POZO、ESPRIT、城市俚人、爱慕、老人头、花花公子、老爷车、爱婴岛、爱乐游、JOJO、小贵族、儿童会所、全棉时代、红黄蓝亲子乐园、家优时尚生活超市、富安娜、雅芳婷、家优咖啡、国瓷永丰源、埃迪·蒙托		
整体经营状况	整体档次较1期有所提高，品牌和内外装修更加精致，儿童家居类业态较有特色，但总体业态和布局并无太大突破，且地理位置缺乏优势，整体经营情况一般。		



## 华贸天地

发展商	北京国华置业有限公司	商业楼层	地下一层，地面五层
开业时间	2019年4月		
经营模式	只租不售	建筑面积	150,000平方米
业态组合	精品超市+百货+餐饮		
零售档次	中高档		
主要业态布局	负一层——BHG超市、餐饮、个人护理/美容、家居/影音/数码 一层——服饰、珠宝/手表/眼镜/饰品、鞋/箱包 二层——服饰、休闲餐饮、鞋/箱包、珠宝/手表/眼镜/饰品 三层——个人护理/美容、服饰、鞋/箱包、家居/影音/数码 四层——儿童乐园、童装/玩具、餐饮、家居/影音/数码 五层——影院、大型餐饮		
品牌商家	BHG精品超市、橙天嘉禾影院、反斗乐园、稻香、顺电、兰桂坊酒吧街、阿玛尼、CK、CERRUTI1881、GUESS、VJC、哥弟、百丽、琉璃时光SPA、玫瑰人生、GSD、自然堂、干色店、周大生、周生生、时间廊、大家乐、汉拿山、金草帽、		
经营状况	商场餐饮生意火爆，经营情况较好		



**评语：**华贸中心已成为惠州无可争议的商业新地标。无论从地理位置、项目规模、业态组合、品牌档次、经营管理等方面而言，华贸中心都将树立起惠州商业的新标杆。

## 隆生半岛广场

发展商	惠州隆生企业有限公司	商业楼层	五层
开业时间	2019年11月		
经营模式	租售结合	建筑面积	80,000平方米
业态组合	大型超市+零售+餐饮		
零售档次	中档		
主要业态布局	一层——吉之岛超市、美食街、男女服饰、珠宝首饰、皮具箱包 二层——吉之岛超市、美食街、男女服饰 三层——儿童服装、国美电器、美食广场、休闲娱乐 四、五层——停车场		
品牌商家	吉之岛超市、国美电器、海马家私、安奈儿、远见书店、奥佳华、巴布豆、奇乐儿儿童乐园、京都日本料理、肯德基、麦当劳、禾禄回转寿司、雅芳婷、卡地罗、名盾、巴西烤肉、丹诗格尔、非凡419、皮尔丹顿、老人头、洛赛克斯、万菜屋、吉祥斋、维帕诗、六福珠宝、金草帽、渔乡米坊、欧时力、千禧之星、钻石世家、新秀丽、千色店、八马茶业		
经营状况	商场人流量较多，经营情况良好。		



**评语：**隆生半岛广场是惠州第二家大型综合性购物中心，得益于东平半岛众多大型居住社区提供的庞大消费人口，且周边缺乏大型商业设施，其以JUSCO为主力店的业态组合也正好满足了这一区域的消费需求，因此整体经营情况逐步趋好，但项目在零售档次上没有突破，且缺乏娱乐商家，空间布局和人流动线上存在缺陷，因此目前该项目仍停留于区域性商业中心的阶段，影响力未能得到有效辐射。



## 惠城商业格局现状分析

东平商圈在惠城的商业格局中由于其区位的局限性辐射范围不足，但随着惠州经济的不断发展及城市布局的完善，高端生活居住区的形成以及吉之岛的强力入驻，东平片区高品位高定位的商业价值已经体现。

虽然目前惠州大型商业多以百货加超市的传统模式为主，但经过港惠新天地与JUSCO的几年培育，惠州的商业升级步伐日益加快，综合性体验式购物中心成为未来大型商业的首选发展形态。

惠城商业近年来发展迅速，逐渐繁荣，但与相邻的广州深圳相比，还有相当大的成长空间，尤其在本地品牌的培养及外来品牌的引进上还存在较大发展机遇。

# 报告结构

1

2

3

4

市场  
分析

项目  
分析

发展方  
向研判

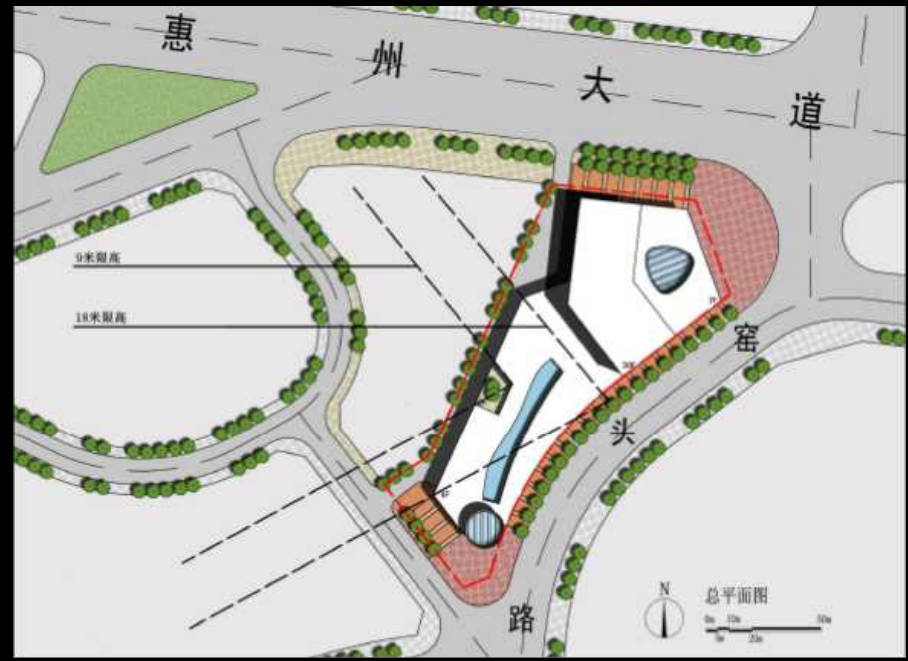
案例  
借鉴



# 项目技术参数



项目		地块
总用地面积 (m <sup>2</sup> )		23494
计容积率建筑面积 (m <sup>2</sup> )		102700
其中	商业面积 (m <sup>2</sup> )	49900
	公寓面积 (m <sup>2</sup> )	52800
容积率		4.37
覆盖率		71%
停车位 (个)		750
车位数面积占比 (m <sup>2</sup> )		137



# 项目周边环境分析

## 项目周边住宅分布







# 项目周边住宅概况

住宅	面积	户数	开盘时间
海燕绿岛 商城	9.2万m <sup>2</sup>	734	2009.09

东方威尼  
斯

光耀·翡丽 港	19万m <sup>2</sup>	1026	2019.08
------------	-------------------	------	---------

龙日花园  
三期

长湖苑	52万m <sup>2</sup>	1079	2019.05
-----	-------------------	------	---------

住宅	面积	户数	开盘时间
新世界曦岸	11万m <sup>2</sup>	936	2019.05

东湖花园0  
号小区

东湖8区	21万m <sup>2</sup>	336	2019.12
------	-------------------	-----	---------

天烽新地

天烽天鹅湖	8.4万m <sup>2</sup>	496	2019.05
-------	--------------------	-----	---------

鑫月汇峰	7.8万m <sup>2</sup>	497	2019.10
荷兰水乡花 语岸三期	9万m <sup>2</sup>	567	2019.07

荷兰水乡巧  
克力

项目周边大型社区林立，在售面积将近200万平方米，如此庞大的社区居民将为本项目商业的发展提供有力支撑及保障



# 项目SWOT分析

□ □

劣 □

- 项目为大型社区，而且周边知名社区林立，为项目提供了有力的客流支撑
- 商圈已经成功引入吉之岛，对片区商业形成了推动

- 项目周边商业氛围不浓厚
- 项目周边主干道人行流线设计不合理

机会

威 □

- 通过整体包装，突出项目整体形象，形成项目特有气质
- 项目本身具有良好的形象，外界较为关注

- 商圈的辐射范围有限，一定程度上对客流有一定的限制
- 吉之岛、华贸中心、意生国际、港惠新天地、佳兆业中心等已经入市或即将入市的知名商业项目将会分流众多客户，抢占商业资源

# 报告结构

1

2

3

4

市场  
分析

项目  
分析

发展方  
向研判

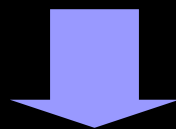
案例  
借鉴



# 项目发展目标

大环境

小环境



- 打造成片区最具特色的商业产品
- 通过项目获得良好的市场口碑
- 优质的产品实现商业高价值



# 项目发展方向

商业发展概念

目标群体

主题概念

“拉阔生活”  
主题社区型购  
物中心

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/656221042135010103>