

新科技、新消费、新趋势

——Z世代、05后新消费群体对商业地产开发经营的影响及改变

课程背景：

近年来各地商业地产开发如火如荼，常常出现一个100万人口城市开发有10多个大型商业地产项目的情况，大部分项目因无法成功招商变成烂尾，个别项目侥幸开业后但运营举步维艰。本课程由中国首个社交型购物中心~深圳皇庭广场操盘总经理开发，深度洞悉年轻型消费群体带来的消费思维的改变，展望未来商业发展趋势，对于各地开发企业招商运营实操能力的提升具有切实的帮助。

课程收益：

两天12小时『专业课程』加上一晚额外一对一『项目指导』

『专业课程』

- 国内现状——了解国内各大公司商业地产开发路径；
- 消费变革——00后消费群体推动的商业场景变革；
- 跨界转型——厘清新零售、新餐饮、新体验背景下的商业跨界思维；
- 招商策略——掌握商业项目突破招商4大核心策略；
- 运营策略——掌握商业项目突破运营4大核心策略；
- 变革方向——了解全球商业未来5-10年变革方向。

『项目指导』>

- 针对开发商现有商业项目问题即时一对一解答。（需要提前预约）

讲师介绍：

张昌祥老师：

北大、清华等高校地产总裁班客座讲师，中国产融城发展联盟执行副理事长，上海城市更新专家委员会专家；

历任：原万达商管集团总部南方区域副总，原中梁商业地产总裁、原律腾商旅文集团总裁、原深国商商业总经理

专业特长：中国商业地产实战型专家，“4+2商业地产开发模式”创立者，社

交型购物中心创领者；

20年70多个商业地产项目深度涉猎，项目涵盖1-4线城市不同地段，业态包括大型综合体、购物中心、主题市场、文旅景区等不同类型，行业内罕见的商业地产产业链各岗位操盘经验，并作为万达集团商管总部营运中心核心人员，从无到有组建并开发了全球最大的连锁购物中心经营管理系统，曾用两年时间以一己之力盘活深圳市中心十年烂尾商业-皇庭广场，并带其完成中国首个社交型购物中心的转型；业内首次提出用文旅手法操盘商业项目，使长沙烂尾的社区商业街--梅澜坊成为城市网红街区和3A景区。

课程对象：

- 1、商业地产开发公司董事长、总经理及高管；
- 2、商业管理公司高管及中层干部。

课程大纲：

一、国内商业项目的经营现状(2小时)

- 1、中国后城市化发展特点及商业发展简史
- 2、万达、新城及类万达系商业地产的路径与现状
- 3、华润万象、中粮大悦等国资系企业的商业地产路径
- 4、恒隆、太古、瑞安等港派高端商业地产的典型特点
- 5、新世界K11、芳草地等艺术购物中心的商业地产逻辑
- 6、凯德、印力体系商业地产的管理模型及特点
- 7、轻资产商业管理行业现状及代表型企业
- 8、2021-2022年购物中心产业变革特点
- 9、商业项目经营成功9大法则

二、Z世代、05后不同代际消费者特点(2小时)

- 1、近10年社交媒体的发展历程
- 2、近10年科技手段的发展历程
- 3、不同代际消费者的消费特点
- 4、主题街区崛起的背后

- 5、主题街区发展的 3 个阶段
- 6、实体商业虚拟化趋势
- 7、2022 年主题商场案例及逻辑

三、Z 世代推动社交型购物中心思维革新 (2 小时)

- 1、深圳皇庭广场案例复盘
- 2、深圳皇庭广场的业态分类及组合规则
- 3、深圳皇庭广场企划活动案例
- 4、社交型购物中心的建筑形态与动线特点

四、跨界型商业经营项目的典型特点 (2 小时)

- 1、新零售代表--盒马家族 2021-2022 年的变迁
- 2、新零售、新餐饮、新体验项目的经营核心内涵
- 3、购物中心客群定位、主题与跨界思路
- 4、跨界之新零售的方式与落位技巧
- 5、跨界之新餐饮的方式与落位技巧
- 6、跨界之新体验的方式与落位技巧

五、商业项目突破招商的 4 大核心战略 (2 小时)

- 1、以鲜明定位推动业态再生
- 2、以龙头品牌驱动业态革命
- 3、以穿插混搭搅乱楼层布局
- 4、以场景营造铸就颜值经济
- 5、以演艺小品培育粉丝种草

六、围绕 Z 世代消费者的商业经营核心策略 (2 小时)

- 1、新形势下商业管理团队职能转型
- 2、活动策划的 12 字真经与 10 条绝密经验
- 3、困境项目调整的 5 个核心步骤
- 4、会员体系之 OTOTO 升级