

商业地产定位依据

产品名称	商业地产定位依据
公司名称	安徽省飙马营销策划有限责任公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	合肥市政务区怀宁路天鹅湖广场2#写字楼1502室
联系电话	055162628190 17718167560

产品详情

商业地产定位依据

商业地产定位成功与否决定了后期招商和经营的成功与否，因此商业定位需要慎重，要遵循以下几点依据。

商业地产必需本土化

从世界范围来看，任何商业地产都不能忽略当地的经济发展水平和地域特色。国内商业地产的发展，不能简单的照搬先进国家的经验，应针对性地研究适合国情的开发经营理念和模式以及发展方向，这也就是商业地产的中国化特色。

在借鉴国外成功模式或者好的思路后，要根据中国社会当前的特色进行适当改造。通过本土化来适应中国国情；在选址、规模和经营方式等方面要充分考虑当地的经济环境、商圈结构、消费水平、生活习性和城市发展规划等现实状况。否则太过超前会水土不服的。

本土化需要注意几个方面，符合中国人的生活居住行为特点，第二要符合中国人购物消费特点，第三，中等规模的购物中心更加符合国内商业地产的开发重点，第三，商业地产建筑风格符合本土特色。

需符合城市发展方向

商业定位需要明确项目

所在区域在城市中的地位，需要明确城市发展规划、商业网点规划，商业地产发展一定要符合城市商业的发展趋势。深入了解一个城市的商业发展规划，应该是城市的总体发展规划的重要组成部分，商业地产的开发应该充分考评城市商业网点规划对项目所处位置的商业定义，在符合城市商业发展方向基础上，深度挖掘项目的发展潜力。

符合商业模式发展态势

随着现代经济迅速发展，人均收入水平不断提高，城市形态日趋扩大，社会结构不断演变，现代商业模式出现了变化加快的趋势，业态种类也越来越多，这种状态给商业地产的运作带来了新的难度。因此，了解商业模式的发展态势，在商业房地产运作中合理进行业态定位就是必须要经过的重要环节。

差异性原则

纵观我国商业地产项目购物中心、专业市场的同质化现象尤为严重，随着大量的商业地产入市，同质化商业地产的竞争进入了一个残酷的“红海时代”，商业地产的开发必须寻找新的“蓝海之路”。差异化经营战略是避免同质化竞争的方式，可以尽量减少因为商品的雷同而形成的不必要的竞争。要做到差异化经营，其前提条件之一是尊重市场，因为商业经营要牵涉到很多行业，所以要对这些行业做到细致的市场调查。

定位的坚持原则

前期的定位只要是经过深入市场调研的，只要确信消费者是存在的，市场是存在的，定位就要坚持。首先，要坚持业态定位，坚持选合适的品牌商户；其次，选择产品有特色、经营能力强的商户。只要对市场充分调研，对项目的定位要自信，相信目标消费群是存在的，只要消费者存在，不要怕商家不会来。消费者不存在，就是商家来了也没有用。

适度前瞻性

商业地产的前瞻性首先要充分考虑何预测城市经济、城市规划、交通发展、人居环境的变换，以夺取市场先机。商业地产的前瞻性要考虑项目建设设计的先进性，业态规划的合理性，功能扩充，管理升级。开发出符合市场发展趋势、符合客户需求的项目。

市场导向原则

在商业地产的操作中，一切以消费者为导向，提供消费者需求的产品，满足消费者良好的购物体验，恰恰体现了整合营销中提倡的客户先导原则。其次，产品设计与研发需要在明确市场定位与产品定位后，依据经营者经营需求和消费者的消费习惯进行设计、施工。这一点同样是整合营销客户先导原则的集中体现，不同的是，商业地产中的产品设计和研发面向的是消费者和经营者两级客户。