

体验+便利： 寻找新平衡

物流空间如何融合体验，是零售业发展的关键所在

文 Eri Mitsostergiou 第一太平戴维斯欧洲研究部董事

投

资界似乎有一个跷跷板。板的重心已发生变化：物流端稳稳下落，零售端悬在半空。欧洲非上市房地产投资协会 (INREV) 和亚洲非上市房地产投资协会 (ANREV) 今年的投资意向调查发现，计划在2021年购买零售资产的机构投资者仅占29%，而计划购买物流资产的投资者超过四分之三。

零售业主应该会希望看到跷跷板回落，零售资产重新受到青睐。第一太平戴维斯全球资本市场部主管Simon Hope先生提醒零售业主认清现实：“疫情之下住房市场和食品消费表现

出的抗跌属性令投资者振奋。他们纷纷转向零售仓库，因为当前市场环境下，零售仓库不仅收益率较高，也能确保稳定收益。此外，超市的投资需求也无处不在。其他类型的零售资产想要重获投资者青睐，将需在演变中求发展。”

转型的关键在于了解物流与零售资产是如何有机结合、共同演变的——物流为购物提供便利，而零售的核心是体验。

物流和零售和谐发展

零售商并不关心店铺或仓库，他们只关心零售业务。他们希望利用实体空间来增加销量、扩展业务。销售发生地点在哪里并不重要——零售项目业主要提供能帮租户吸引顾客的空间。体验式零售是关键。便利是网上购物的天然优势，但划动手指在屏幕上浏览下单不能算作是体验。纽约的快闪店集合平台Showfields是体验式购物的一个优秀案例。它自称世界上最有趣的商店，有艺术展及各类活动，顾客可定制产品，也能玩电子游戏。

购物中心也应将体验作为运营核心——除购物之外，还应该有其他能够吸引顾客的元素，例如用餐、看电影、办公、教育、运动或就医。这些“非购物”元素都需要多业态零售空间来容纳，无论是在购物中心还是在城镇中心。这些元素和目标用户的融合便构成一个社区。

物流空间与体验式零售可以形成互补。购物中心或城镇中心的小型物流单位可以提供当日消费的提货和送货服务，购物者无需手提肩背。例如，阿联酋的迪拜购物中心会将存放在购物中心的已购货品在当天下午2点前送货上门。零售

区域的配送中心也可解决退货导致的环境问题和财务问题。美国高档连锁百货诺德斯特龙 (Nordstrom) 在纽约的旗舰店就有一整层专门用于客户服务，包括退货处理。

销售空间和物流空间之间的界限也日渐模糊。我们已经看到有支持在线点餐配送的“云厨房”，以及被改造成本地配送中心的“云商店”。美国家居零售品牌Bed Bath & Beyond在去年即表示，将把25%的零售面积改造成“云商店”，专门服务网购客户。如果将消费视为一种投资，那么消费者从这些商店买东西时，他们投资的是零售资产还是物流资产呢？

一个复杂的基础设施

配送、退货和包装导致的环境问题将成为压力集团和政府更加关注的重点，对房地产业来说同样如此。零售和物流的有机结合可以降低环境影响，尤其是在以公共交通枢纽为载体的情况下。

亚洲市场就有零售和物流结合发展的案例，因为这两个领域均在当地电子商务的发展下得到提振。在中国市场，崇邦集团在旗下综合体项目设置配送中心，为客户提供网购货品的提货、试穿和退货服务。

第一太平戴维斯亚太区研究及咨询顾问部主管Simon Smith先生表示：“亚洲的现代零售空间几乎都是综合体项目的一部分。除零售外，综合体一般还有办公和住宅，并与交通枢纽连通。这确保了客流，是零售成功的关键。”

零售业不会回到从前。纯零售空间会减少，出现更多混合用途空间以及零售与物流融合的新型空间。这也反映出整个房地产市场向混合用途方向演变的大趋势。然而，价值的充分发掘需要投资者跳出非此即彼的思维定势，也需要评估师与时俱进来评估混合用途空间，无论是新开发项目还是经过改造的购物中心。

产业及零售地产收益率

过去五年中，产业地产收益率显著降低，而亚洲城市的零售地产收益率也在继续下行

	纽约		马德里		巴黎		东京		新加坡		上海	
	2015	2020	2015	2020	2015	2020	2015	2020	2015	2020	2015	2020
产业地产	6.3%	4.9%	7.25%	4.75%	5.8%	4.0%	4.0%	3.4%	6.8%*	6.4%*	6.25%	5.25%
零售地产	4.7%	5.3%	3.75%	3.75%	3.0%	3.0%	3.5%	2.7%	3.8%	3.0%	4.75%	4.25%

说明 *新加坡产业地产:30年使用权的土地 来源 第一太平戴维斯研究部

来源: PitchBook, 第一太平戴维斯研究部

图片: Getty