

常比服装店支付的租金更低，但是对于大多数业主来说，对利润的这种冲击似乎是可以接受的。

另一个区分点是，亚洲的投资者在寻找受电子商务竞争影响较小的资产方面有更多的选择，特别是邻里或区域购物中心。部分原因是这种类型的购物中心所售商品中，消费者不在网上购买的必须支出项目所占比例较高。另外，这是因为它往往是亚洲高度城市化的副产品，随着外来务工人员涌入城市，城市不断向外扩张。例如，在中国，一些城市的发展速度迅速，全新的乡镇如雨后春笋般在城市郊区兴起，这里的消费群体需要专门的购物设施。

社区购物中心也被视为澳大利亚的避风港，尽管原因不同。最近网络零售商亚马逊登陆澳大利亚，可能会带来网上购物的长期繁荣，但是仓库和位于主要城市以外的客户之间距离遥远，这意味着电子商务的交付速度将会很慢并且很贵，将会减缓增长速度。虽然一些受访者对澳大利亚大型购物中心的未来表示怀疑，但这更多的是因为他们认为许多购物中心在概念上过时了，并且不能对目前不断变化的消费者偏好做出快速反应，满足其需求，而不是来自电子零售商的任何挑战。

推动社区购物中心发展的最后一个趋势是远程办公的兴起，这减缓了上班族通勤人数的增加，他们不再需要每天去公司上班。正如一位投资者所说：“人们变得越来越本地化。因此，人人都要开车去或乘坐公交车去工作的中央商务区整体概念正在发生变化。有了IT，你就不需要再那样做。人们仍然需要和

其他人一起工作，为什么不采用分散式工作呢？因此，在新加坡被称为区域购物中心的地方正在以与乌节路上相同的租金交易。它们不再是二级资产，它们具有同样的价值，因为人们打算去那里。”

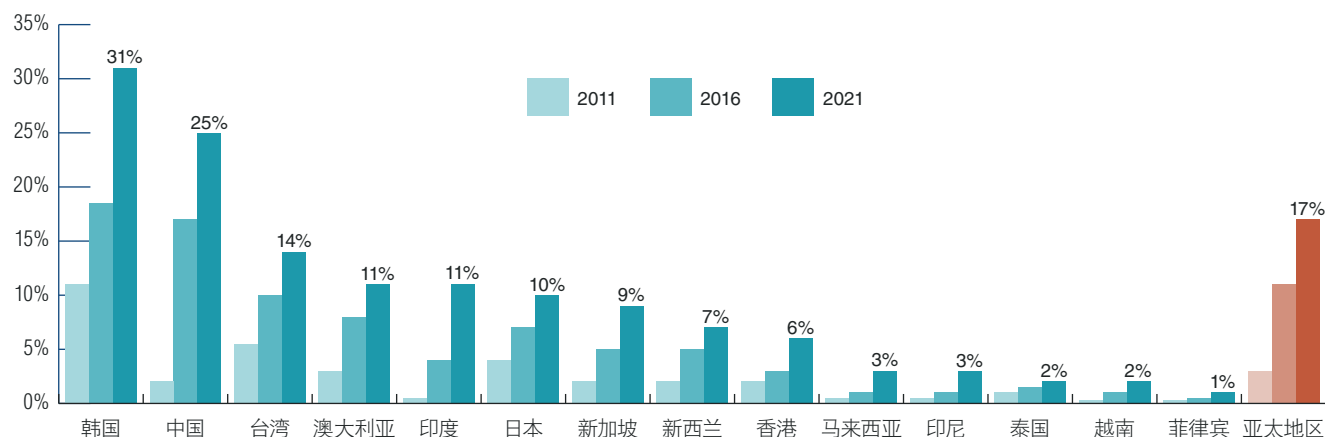
## ……但其他人看到商场存在的问题

但是，其他投资者却不太相信亚洲零售业能够躲过这场风暴。一位香港顾问表示，电子商务带来的长期挑战可能被低估，简单改变租户组合可能并不够，他说：“很多零售商都拒绝接受现实。他们所面临的挑战部分来自电子商务，但也有消费者期望的原因。消费者不再寻找传统的零售业务，他们想要一些更刺激、有趣和创新的东西，使用最新的实验技术等等。”

一些运营商在这方面比其他运营商更加乐于改变。例如在中国，一位经验丰富的商场开发人员正在打造一个创新平台，为商场运营模式带来根本性变化。其中包括传统房东/租户关系变为合作伙伴关系，共担风险、分享回报。另一个涉及“线下和线上”的概念，允许电子商务运营商在战略商场设立实体店铺，同时帮助商场租户开展线上销售。

最后，在购物中心内设置了接待区、试衣间、收货退货等物流区域，并配有仓库和停车场设施。这种模式也可能有更广泛的应用，那些表现不佳的购物中心可将未占用空间转换为仓储设施，用于最后一公里交付。虽然这必然意味着租金的减少，但至少会得到一个有效运行的商场。

图表1-21 2021年预期网上零售占零售总值的百分比



资料来源：欧睿国际，2017年4月