

'Chinese 'streetscaped malls' zijn toppunt van ervaringsgerichte retail'

25-02-2019 09:40



De zogenoemde 'streetscaped malls' in China bieden de ultieme vorm van entertainment. In deze winkelcentra is pas echt sprake van 'experiential retail', aldus merkenbouwer René Repko op het RetailTrends-event Stores That Wow.

De streetscaped malls zijn niet zo 'dicht', van beton en naar binnen gekeerd als de traditionele winkelcentra die we bijvoorbeeld in ons land kennen. De malls bevinden zich juist buiten, met authentieke en functionele gebouwen. "Taikoo Li in Chengdu is met afstand het mooiste winkelcentrum dat ik ooit heb gezien", aldus de oud-marketeer van onder meer HEMA, Rituals en Action.

Taikoo Li kenmerkt zich door verschillende paden, pleinen, bomen, horeca, food en een groot scala aan merken. Zo hebben de Koreaanse spelers Innisfree en Gentle Monster er een flagshipstore en is er een imponerende boekenwinkel van Fang Suo te vinden.

Malls worden door Chinezen zelf als third places gezien, zegt Repko. "Ze werken 9/9/6. Van negen uur 's

ochtends tot negen uur 's avonds, zes dagen per week. Ze wonen significant kleiner en minder mooi dan wij. Dus hebben ze zo'n third place nodig."

[Kijk voor foto's van Taikoo Li in Chengdu op RetailTrends.](#)