

義大再創 OUTLET 新視界 構建電商網紅業績屢創新高

專訪景華國際王香完談幕後故事

文 / 流通快訊編輯部

義聯集團創辦人林義守先生2006年一錘定音——義大世界購物廣場就交給妳負責招商和管理了。這個「妳」就是義大開發股份有限公司總經理王香完女士，也是景華國際商業資產管理有限公司董事總經理。

王香完當時任職仲量聯行，接手義大世界購物廣場的招商工作後開始著手規劃及調研，擬訂招商策略並著手籌備後續經營相關工作，歷經項目破土動工、興建等整整用了四年時間終於讓這遠離高速公路且路網不通暢的小偏鄉一躍成為國知名地標景點——高雄市大樹區學城路義大世界購物廣場正式璀璨誕生營運。

這段披荊斬棘、開疆闢土的四年，王香完是如何從不被看好到成功開幕的呢？

重點歸納有如下四點：

- 1.自1993年起王香完即正式進入商業零售不動產開發領域工作，10多年的實績與口碑、實力是獲得林義守先生信賴的開始。
- 2.對於一個遠離市區，和高速公路尚有一段距離，在當時尚屬高雄縣大樹鄉的地點要開一個購物商場，這個商場的特色在哪裡？營業的業態要如何定位？最重要是如何讓客人來消費買單？這些種種問題都需要仔細調查評估下決定才能動工，可見當時壓力魄力決斷力絕不是教科書上教來的；最終在經過種種研討下決定義大世界購物廣場以Outlet Mall的業態呈現並搭配主題樂園、飯店住宿，形成一站式滿足的消費型態。
- 3.業態確定後最大難題來了，有哪些品牌願意



進駐呢？媳婦嫌夫家家世不好，夫家嫌媳婦上不了檯面的情節經常上演，招商不也如此嗎？更何況Outlet 在臺灣市場還是首次推出！

王香完憑藉多年信譽與市場創造力，長年往返香港、日本與歐美等地，說服多家大品牌一起創造奇蹟，引進並讓品牌商直接設櫃經營，經過這些努力逐漸獲得品牌商肯定同意進駐，自此幫義大打下優良商譽於業界。

4.有了品牌商支持意味招商獲得了成效，接下來就是賣場設計與動線規劃；要如何讓消費者逛的久每個櫃位都能被看見，買起來又有舒適感，這些看不到的功夫沒有十年磨劍是做不出來的，王香完很慶幸自己十多年的商場輔導顧問個案讓她能得心應手，因此義大世界購物廣場在一個狹長的地形上，消費者的購物心得與

環境舒適度上可都讚譽有加。

由於義大Outlet的型態為臺灣首創，加上開幕時招商品牌齊全，因此獲得很大成功。就在開幕經營兩年後，2012年王香完應大陸開發商邀請前往青島規劃另一座複合式購物中心，期間於2013年在臺灣創辦景華國際商業資產管理有限公司，專注於商場的規劃、招商與經營管理顧問業務，往後幾年也輔導多家購物商場招商運營，如：中信南港金融園區附屬商場、苗栗頭份的尚順廣場…等等。

2020年王香完再度應聘擔任義大開發股份有限公司總經理，這回的使命是在Outlet已形成白熱化競爭的市場下，如何讓義大世界購物廣場再次令人耳目一新？

五大搶鮮、創新與改革正是王香完的重點工作：

1. 引進義大利 LUXURY MALL 精品 Outlet：

國際精品Outlet市場在臺灣容易受國際精品總部政策影響，貨源及貨量相對不穩定，為了讓顧客擁有國際一線多元選擇，突顯與國內Outlet差異化，2020年義大世界購物廣場直接將義大利薩丁尼亞島度假勝地Olbia的精品Outlet概念店「Luxury Mall」搬到義大，把真正歐洲Outlet貨源直送來台，透過歐洲Buyer們的選品眼光，讓消費者挖掘在其他商場找不



到的精品款式，包含GUCCI、BURBERRY、BALENCIAGA、BOTTEGA VENETA、CELINE、CHLOE、Stella McCartney等超過20個國際一線精品品牌，不論在款式或消費體驗上造成極大迴響。

2. 創建紐約新時區：

為了滿足消費者擁有不同的購物風格體驗，義大世界購物廣場做到與紐約時空平行，實現零時差的美式風格。2021年打造佔地363坪的「NewYork NewYork紐約新時區」，在這裡可以盡情實現道地紐約客穿搭。店中囊括全台獨家品牌BCBGMAXAZRIA、BCBGeneration、魅力勁酷的皮衣品牌



WALTER BAKER、真人秀爆紅的時尚姐妹品牌KENDALL+KYLIE、紐約極簡品牌Theory以及全台唯一實體店U.S. POLO ASSN.等商品，美式後現代主義的店櫃設計與品牌多樣性的新穎風格，站在寬敞試衣間裡，不論是精明幹練的摩登形象還是強調自我個性的雅痞風範，在這裡通通可以實現。

3. 引進大型化妝品集合店 iGLAMOUR：

在台灣你不需要找Sephora，只要來義大「iGLAMOUR愛·迷人」。

打破台灣化妝品傳統商場模式，從單一樓層多家美妝店櫃，義大世界購物廣場直接在羅馬天幕許願池旁開設獨立大店，佔地126坪



寬敞的開架式自主購物空間，一次體驗來自歐美日韓20多個國家，超過百大品牌，彩妝、保養、香氛、髮品，日韓人氣好評的植萃保養FEMMUE、法國保濕聖品algologie、北美有機護膚品牌JUICE BEAUTY，澳洲天然有機保養、香氛品牌SENSORI+等品牌，每位店員具備專業的美妝保養知識，透過AI膚況魔鏡，循序漸進地介紹每樣產品，讓顧客輕鬆體驗符合需求的產品。過去需透過代購入手，如今在義大就輕鬆買到。

4. 全台最美內睡衣大店 La Lingerie :

全台最美內睡衣大店的La Lingerie，以法式唯美、浪漫海洋風格營造舒適空間感，集結8大內睡衣品牌為女性消費者打造一站式滿足的購物體驗。義大世界購物廣場為了讓女性顧客尋找自己的風格享受不受干擾的購物環境，獨特打造寬敞的試衣間設有二進式玄關，讓顧客安心體驗同時享有隱私感，無論是精緻奢華還是日常優雅，都能在這裡找到心儀的款式，購買從裡到外的美。

5. 靈活通路運用虛實整合：

義大世界購物廣場開創全台第一個在家也可以買Outlet的線上服務，義大Online Shopping改變電商以往傳統的經營模式，攜手品牌搭配線下通路共同運行，為了培養顧客忠誠

度，每個月固定兩場網路直播，密切地與顧客進行互動，一場40分鐘直播可以創下超過30萬的營收。這幾年透過義大Online Shopping線上活動吸引很多從未接觸過的線上受眾，分析線上消費者的行為與數據，進而轉化為實體店消費者，以虛實整合提升顧客線上、線下回購率，執行精準行銷的策略、刺激消費循環，縮短與消費者的距離，真正打造無死角消費歷程。

王香完經過這些改變與創新迎來的好消息是不僅戰勝疫情的市場低迷期也為疫情復甦後打下堅強反彈的趨勢再創義大世界購物廣場的新契機，說王香完是購物中心業界的奇女子一點也不為過，她膽子大敢創新挑戰更不畏辛苦，我們從她經手過的專案與商場，在市場都留下深深的痕跡如：2000年開幕的台南Focus商場、2002年開幕的BISTRO 98、引進FNAC、clty'super來台展店等及協助ZARA開設忠孝統領旗艦店到近期中信南港金融園區商場招商及經營管理都是王香完及其團隊的傑作，誠如在採訪最後她期勉後進從業人員：從事商場管理工作一定要敢創新不能墨守成規，因為消費型態一直在變化，隨時要有迎接挑戰的準備與努力，最重要的一點要不斷學習甚至到國外考察見學吸收新觀念唯有這樣才能將商場經營工作做好受到肯定。