



# 亚太购物中心大奖

—— 参评规则



RECon Asia-Pacific | 泰国曼谷  
2017年10月23-25日  
[www.icsc.org/asiaawards](http://www.icsc.org/asiaawards)



# 目录

|       |              |    |
|-------|--------------|----|
|       | 简介 .....     | 3  |
|       | 资格和项目要求..... | 3  |
|       | 如何参赛.....    | 4  |
| 第一类 : | 营销 .....     | 5  |
|       | 奖项类别         |    |
|       | 奖项分类         |    |
|       | 评选流程         |    |
|       | 评审标准         |    |
|       | 一般信息         |    |
| 第二类 : | 设计和开发 .....  | 10 |
|       | 奖项类别         |    |
|       | 奖项分类         |    |
|       | 评审标准         |    |
|       | 一般信息         |    |
| 第三类 : | 零售 .....     | 17 |
|       | 奖项类别         |    |
|       | 奖项分类         |    |
|       | 评审标准         |    |
|       | 一般信息         |    |

## 简介

ICSC 亚太购物中心大奖是在亚太区商业地产业内针对卓越表现和创新创意的最高认可，旨在表彰商业地产营销、社交媒体和设计开发领域的杰出成就。

ICSC 亚太购物中心大奖将在ICSC RECon Asia 全球商业地产亚太大会上颁发。ICSC 亚太购物中心大奖金奖得主将自动入围全球最高荣誉“Best of the Best” VIVA ( Vision, Innovation, Value, Achievement ) 大奖评选。

## 资格和项目要求

ICSC亚太购物中心大奖旨在表彰商业地产营销、零售和设计开发领域的杰出成就。请仔细阅读以下内容，以确保您的项目符合参赛资格要求且您已充分理解项目要求。

### 谁能参赛

购物中心业主、开发商、管理公司、建筑师和设计师均可提交项目。虽然我们欢迎广告公司、咨询公司和其它支持公司提供项目，但是所有营销类项目必须由受业界认可的购物中心和/或购物中心业主、开发商和/或管理公司完成和提交。开发商或其建筑师均可参加设计和开发类评奖项目。零售店设计类项目需由零售商、建筑师或设计公司提交。

### 如何提交

ICSC 2017年度亚太购物中心大奖必须通过[www.icsc.org/asiaawards](http://www.icsc.org/asiaawards)在线提交。提交的每份材料必须包含一份填写完整的报名表和一份详细的项目概要文件。辅助性材料需上传到指定专区。不完整的项目报名表将被拒绝。

### 语言

参评问卷的所有答复必须用英文填写。所有的费用参考数据必须以美元为单位。

### 截止日期

所有项目提交评审的截止日期为2017年8月9日（周三）。

### 参赛费

会员费用:495美元；非会员费用:595美元。ICSC 必须在2017年8月9日（周三）前收到项目参赛费。如果我们没有在2017年8月9日（周三）前收到款项，那么您的项目会被拒绝参加评审。所有款项必须通过信用卡支付。

### 资格

#### 设计/开发类和零售类项目

2015年1月1日至2016年7月31日期间开业的零售项目和零售店。

#### 营销类项目

主要部分的营销项目必须在2016年7月1日至2017年7月31日期间实施。

#### 业主/管理公司授权

所有项目必须拥有业主/管理公司授权参赛者提交项目的电子授权书，且参赛者需承诺遵守 ICSC 亚太购物中心大奖的所有规则。此外，经合法授权的授权个人将授予 ICSC 以新闻稿、广告、书籍、期刊和其它出版物等形式发布项目所含内容的权力。

### 比赛制度

ICSC 亚太购物中心大奖评委会和 ICSC 代表将确定所有参赛资格裁定结果。双方保留重新分类、重新分组、取消项目资格或删除任何不合格材料的权利。所有评委的决定是终决性的。

### ICSC 基金会亚太社区支持大奖

这个特殊奖项用于鼓励和表彰购物中心或公司在所服务的社区内实施的杰出社区支持项目，此类项目应当对重大社区问题、事业或慈善活动做出了重要贡献。有关如何参赛的更多详情，请访问 ICSC基金会网站[www.icsc.org/foundation](http://www.icsc.org/foundation)。

### 资源

需要其它帮助或有其它疑问吗？  
请拨打电话+1 646 728 3462  
或发送邮件至[awards@icsc.org](mailto:awards@icsc.org)联系我们。

### 颁奖

2017全球商业地产亚太大会  
2017年10月23-25日  
泰国曼谷

## 如何参赛

如前文所述，您必须在线提交规定格式的项目。在开始准备项目前，请仔细阅读此处内容，以便能提前解决任何潜在问题。

### 注册

提交项目是简单方便的。ICSC亚太购物中心大奖网站允许您设置一个账户并管理您将要提交的所有项目。

- 注册用户名和密码 - 您只需要注册一次，之后便可以使用您的用户名和密码进行登录。

### 上传文件

您将在提交项目的过程中上传各种文件。您有责任确保您上传的文件是可见的，可播放的或上传完成后可加载的。

### 进行付款

您不必在提交项目之前付款。但付款必须在2017年8月9日星期三之前收到。否则将不会审阅提交的项目。

### 加入购物车

完成提交项目后，将其添加到购物车。这将带您进入审阅和清单部分，您可以在其中编辑，更改或打印您的项目。

### 截止日期

2017年8月9日（周三）



## 第一类 ▶ 营销



## 营销

本类别旨在表彰有效加强购物中心或公司利润的卓越营销实践项目。

### 类别

#### 广告

向目标市场宣传购物中心或公司的战略传播项目。这可能包括通过某种媒介或多媒体系列或活动实施的项目。您也可以填写与销售促销或活动、开业典礼、营业收入影响或社区关系项目相关的广告内容。本类别也能表彰创新战略，此类战略能给营销预算增加实物赞助，或展现高效媒体规划以及实现此类规划的相关活动，或最大程度满足中心营销预算要求。

#### 企业对企业营销

由购物中心针对另一企业（非消费者）推出的营销项目。此企业可以为零售商，特种零售商，贸易团体，投资商，供应商或者其他目标商业组织。此项目并不是直接的销售而是运用营销策略提升公司盈利，并以支持招商，特定租赁活动，赞助活动，环保或绿色举措，提升与投资商或顾问，媒体以及其他商业组织关系为目的。营销策略可以包括商品展，推送营销相关材料，邮件，开展培训及激励活动，续约目标租户，数字传媒，广播宣传，平面广告以及公关。

#### 与公益事业相关的营销活动

这主要受益于慈善或社区需求、利益或事业的单个或持续活动、项目或计划。购物中心或公司目标应当从本质上反应利他意图，或至少显示出能满足某种商业需求。

#### 新兴数码技术

最创新使用网站、手机、互动应用或可提升品牌体验的其它在线工具。这将包括二维码、交互式自助信息台、GPS技术或能帮助用户通过计算机或移动设备与网络互动的其它环境营销方法。网站能够通过网络开发展现先进做法，并从内容、结构和导航、视觉设计、互动性、功能性、整体体验方面提供无与伦比的卓越用户体验。移动应用提供目录、评论、交易(礼品卡)以及购物和其它主题方面的建议。消费者们正在使用网站、移动应用来改善整体购物体验吗？这对您的购物中心有什么影响？

#### 开业庆典、扩建和改造

全面的营销项目旨在介绍或重新定位新建、扩建或改造的购物中心。项目应当展现业务战略和战术如何与中心业务目标相关联，可能包括与综合开发、租赁和销售、产生营业收入、广告、公关、社区关系、活动和推广相关的战略计划。

#### 数字一体化项目

此类项目包含作为购物中心活动或促销措施的重要组成部分的一站式在线、数字或社会化项目。这些具有在线、数字和社交指标，但是也能直接影响销售额和客流量。在线活动必须至少包括可在线评估的三个衡量要素。这包括社会化媒体、网站、电子邮件、网络广告(或其它在线广告)、在线视频和移动广告。

#### 营销定位和品牌认知

营销定位类是指持续和贯彻实施的营销项目。项目实施目的是向目标受众建立整个购物中心或某个产品类别的定位，项目应包括多个整合元素，并有持续最少12个月的贯彻的品牌宣传。项目可以包括广告、活动、销售促销、公关、B2B传播，和持续了一段时间针对购物中心定位而实施的其它要素。提交材料应包括活动前及活动后的定性研究证据，同时还应当提供能明确说明定位活动的短期和长期目标的辅助性理论依据。



## 类别 (接上页)

### 公关和活动

规划公关项目、活动或行动应主要服务于购物中心或公司的商业利益。此类活动应当加深公众对于购物中心或公司的理解或好感，或用服务于商业利益的方式影响公众意见。实例可能包括与获得正面宣传效果、处理负面宣传影响、危机管理或危机预防、政府关系相关的活动以及与含客户、租户、股东或分析师在内的关键内部或外部群体或个人相关的计划。项目还可以包括内部专门项目，比如专业开发、激励或嘉奖计划、会议、雇员内联网、新闻通讯、杂志、视频，也包括能产生宣传效果、提高市场知名度和客流量的营销活动。

说明：若整体公关计划包含付费媒体广告，那么此类费用不应当超过计划总费用的三分之一。宣传范围应当逐项列出，并且用扫描、音频和/或视频短片、网站图片等方式详细记录。

说明：多项目参赛如果您选择针对特定类别填写相关项目，您可以将整个营销项目拆分，然后将其填写到多个类别。比如，如果您将假日营销项目添加到广告类、促销类和与公益事业相关的营销类，那么您必须针对该类别填写每个项目，且每个项目只能包含于该类别相关的内容。我们不容许同一个项目多次提交到不同类别内。如果出现此类情况，参赛资格将被取消。

### 促销及吸引客流

此类项目会直接影响零售总额和客流量。这可能包括旨在提高买家转化率、购物频率、市场份额的活动。它也可能包括含旅游营销和客户忠诚度计划在内的更多其它综合项目。本类项目必须记录对于项目或活动有贡献的特定可评估成果，并应当体现投资回报率。

## 分类

- 购物中心
- 企业、公司或联合中心\*

\* 公司可选择在任何类别中填写集团或联合项目。项目应当记录此类行动如何让单个中心和公司或集团均能受益。此外，反映企业营销行动的所有项目均应使用这个类别。

## 评选流程

由杰出行业专家组成的亚太购物中心大奖评委会将评审每份合格项目，并以保密方式对其评分。评委会成员们将不会评审来自所属公司的项目或存在利益冲突的任何项目。评委会将根据特定标准和大奖分数评审每份项目。详情请参考特定类内容。

每份项目都能获得一个最高累积分数(设计和开发类项目满分为100分，营销和零售类项目满分为50分)。设计和开发类总分超过85分的项目以及营销和零售类总分超过40分的项目可获得亚洲地区金奖。设计和开发类总分至少为75分且低于85分的项目，以及营销和零售类总分至少为35分且低于40分的项目可获得亚洲地区银奖。有鉴于杰出项目的评审标准较高，每个类别和分组均有可能没有获奖者。在这种情况下，分数排在前50%的项目将被指定为入围项目。

## 评审标准

满分为50分。所有评委将使用相同指导原则来评估项目优点。请在准备项目时考虑本因素。项目将根据以下标准评分：

### 现状和营销目标 (最多10分)

这个基本领域主要探讨如何正确使用研究成果、制定综合营销理论、实现规定可测量目标的实际能力。评委将在评分时考虑以下因素：

- 目标或战略是否：
- 基于战略见解和事实，而非观点？
  - 能直接解决当前问题？
  - 发现一个明显的问题或能切实解决问题的机会？
  - 看起来能实现目标？
  - 看起来能实现目标？
  - 具体且有时间表？
  - 能定量评估？如果不可以，能对定性目标进行客观评估吗？

### 行动 (最多10分)

这个领域评估项目在何种程度支持了原始目标和战略、在执行过程中所展现的资质和技能熟练水平。评委将询问以下问题：

- 行动适合于战略吗？
- 是否在行动中展示了较高资质和专业水平？
- 项目是否正确记录了所有诉求？比如它可信吗？
- 材料和文档适合于实现规定目标吗？能提供何种可见证据？

## 评审标准 (接上页)

### 创新性 (最多10分)

创新性与为所熟悉的项目或营销活动开发原创理念或设计创新方法相关。评委在评估创新性时将询问以下问题：

- 可显著改善项目实施效果的重大理念是什么？
- 它具有吸引力或开创性吗？
- 解决方案最大程度提高了成功可能性吗？
- 行动强化了创新理念、充分利用了选定媒体吗？
- 从大小、范围、限制等角度看克服了哪些障碍或困难呢？

### 预算和相应的成本效益 (最多10分)

成本效益评估了购物中心/公司将资金用于实现既定目标的适当程度。是否以正确的行动投入正确的资源用于产生尽可能好的结果？评委将询问的问题包括：

- 从所花费资金总额来看，是否明智地使用了资金？
- 所获成果和开支相比合算吗？
- 在制定预算的过程中是否在未牺牲质量和实现成果能力的情况下体现了创新性和足智多谋？
- 所采取的行动是否对于所花费的每一分钱都产生了最大影响？

### 成果 (最多10分)

成果和影响体现了评估、记录和汇报项目行动的有效程度，以及它们在何种程度上支持了项目既定目标。评委们将询问的问题包括：

- 说明成果的文档中是否提供了有说服力的细节？
- 成果和原始目标相关吗？
- 成果可信吗？
- 对购物中心/公司产生什么影响？
- 是否服务于购物中心业主利益？
- 该项目是否值得业界同行效仿？

## 一般信息

### 资格

项目大部分必须已在2016年7月1日至2017年7月31日期间实施完毕。如果您的项目仍在实施过程中，且完成时间超过了资格期，那么您只能包含在资格期实际可以使用的材料。先前在亚太购物中心大奖评选中获奖项目的材料不可以再次提交参加评选。所有不符要求的材料必须从项目中删除，评委将不会考虑这些材料。

### 项目描述

评委将参考项目描述，构成有关决赛入围项目和获奖项目(最多700个字符)的评论。

### 项目概述

项目概述基本上就是项目的营销计划。项目概述仅限于四个Web页面，概述的每个要素对应其中一个页面(每页最多2100个字符)。

它包括：

- 现状和目标
- 行动
- 成果

我们建议使用要点，而非叙述性段落。

### 营销类别

#### 现状和营销目标

激励您规划和实施项目或计划的背景信息。探讨影响您的目标、战略和战术的特殊问题或机遇。

### 行动

根据您的购物中心或公司的现状，提供针对已发生“行动”的详细描述（已实施或完成的某种措施）。

### 结果

结果应当明确、可量化。显示根据实施过程记录的事实。公布定义为可比较销售额或总销售额的以百分比计算的销售收入数据，包含评估期（可能的话，显示百分比所基于的实际数据）。您也可以包括客流量统计值。只能在特定时间和空间显示宣传数据，不应当利用任何通过公式推导而来的数值来估算或解释。参赛者需要在宣传专区内提供一份宣传概要，如果可提供宣传实例，那么您可以在成果页面下填写该概要。您的成果应当反映参赛者申请表内道德声明中提到的诚实性。我们建议您针对向销售促销类和营销定位类提交的项目提供投资回报率(ROI)数据。投资回报率体现了您在投入精力和资源后最终是否获得了物有所值的回报。

### 预算和相应的成本效益

对于实施计划所用资金提供一份一页纸内的详细列表(PDF格式或微软Word文档格式)。所有开支，包括主要和次要开销，必须包含在内。这些应当包含所有的生产成本、媒体宣传和人工成本、业务报酬、服务和杂费。请单独列出捐赠费用，不要包括实际开销总额。对于任何不寻常的成本缩减数据或效率，必须提供解释内容。对于联合行动来说，应当表明每个参与者的成本。在计算所分配预算百分比时，已接收赞助资金不应当从总费用中减除。请在费用概要中包含所有创新费用和机构聘用费。

说明：您必须以总年度营销预算百分比的形式来显示费用。做不到这一点，您的项目分数会受到影响。



## 奖项展示图片

最多上传12张与您的项目相关的图片。

- 评委将不会查看这些图片。如果您的项目获得了亚洲地区金奖或亚洲地区银奖，那么有些图片将用于奖项展示和在 ICSC 网站和《今日购物中心》杂志上展示您的项目。
- 除了任何必要的鸣谢声明之外，带版权的图片必须附带来自版权持有人出具的授权声明。此类内容应当包含在公告专区内。
- 图片应当包括与项目实施相关的各种图片和支持材料。
- 可接受的图片文件格式包括：高分辨率的jpg, jpeg, png, gif, tiff。

## 文档

提供一份最多25页，包含与您项目相关信息的数字文档。文档的第一页必须是一个目录，标明每个部分的起始页码。该文档应包含以下概述：

- 宣传
- 广告
- 支持材料-在适格期间发布的信件，小册子或广告等图像，事件照片，公告和宣传。
- 文件格式：Word文档或PDF

## 新媒体

新媒体部分允许您添加五个和您的项目相关的链接，供评委浏览。链接应当直接指向相关网页。除非您的购物中心数字程序例如网站(或其它网站)的确包含与您的项目相关的要素，否则请不要关联至此类程序。我们鼓励您使用截屏键来将网页复制和粘贴到您的文档。请测试供评委使用的超链接。对于FTP站点，若适用，请包含用户名和密码。我们只允许上传一个视频，该视频应当上传至视频链接上。

## 视频和音频

- 针对每一个项目，您只能上传一个音频文件和一个视频文件。
- 每份文件的内容长度最多五分钟。评委将只会观看或收听每份文件的前五分钟。
- 音频文件格式：mp3, .wav, .wma, avi, .wmv, aiff.
- 视频文件格式：3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 及 MPEG-2
- 只要视频片段的长度没有超过五分钟的限制，您就可以提供实际活动、宣传行动和广告的经验编辑配音的短片或原始素材。

## 第二类 ▶ 设计和开发

# 设计和开发

这个组别是为了表扬世界级商业地产项目的设计和发展的创意。

## 类别

### 新开发项目

项目必须和在2015年1月1日至2016年7月31日期间内完成和投入运营的特定新建零售项目相关。

### 改造/扩建项目类

此类项目涉及整个零售项目，比如围墙或含扩建部分在内的零售项目的某个方面。改造或扩建工作必须已经完成，并且项目在2015年1月1日至2016年7月31日期间内已经完全投入运营。

## 分类

分类标准为含空置面积在内的购物中心总零售面积。这包括含可租赁总面积(GLA)在内的所有建筑面积、所有百货公司或其它建筑面积、娱乐区域、电影院和零售企业使用的所有外围面积。但不包括办公楼或酒店的建筑面积。

- 总零售面积低于150,000平方英尺(13,935平方米)的购物中心
- 总零售面积在150,000至500,000平方英尺(13,935–46,451平方米) 之间的购物中心
- 总零售面积在500,000平方英尺(46,451平方米) 以上的购物中心
- 混合用途项目\*和包含娱乐、办公、酒店、住宅、运动场所和/或其它非零售用途的经过良好整合的开发项目，此类项目有效地支持了重要的零售区域，在各细分市场内获得了成功

\*若要满足混合用途分类标准，项目零售部分应当占有重要组成，没有任何单个店铺的面积超过了零售可租赁总面积的50%以上。考虑到混合用途项目具有很多不同的构造，位于闹市区的项目需要显示出它们不仅仅是临街零售项目或邻里项目，它们通过将重要新增功能增加到项目的方式良好地促进了零售业务。一般来说，零售面积应当至少占可租赁总面积的100,000平方英尺(9,290平方米)，但是也可以考虑替代方案。必须证明所有分区均取得了成功，每个混合用途分区的使用率也需要进行评估。应当解释新增功能区域为什么获得了成功。

## 评审标准

满分为100分。评审标准包括设计质量和项目是否在经济效益方面取得了成功。

### 演示项目材料

(最多5分)

- 综合全球化设计理念
- 质量
- 完整性
- 精确性和事实确凿性

### 土地使用

(最多10分)

- 现场总体规划
- 配置和布局
- 客流循环流动性和停车场、可达性
- 环境呼应

### 设计

(最多35分)

- 入口
- 颜色组合
- 灯光
- 室内材料和表面材料
- 室内标牌
- 店面
- 室外材料和表面材料
- 室外标牌和指路牌
- 景观设计

### 开发目标

(最多20分)

- 市场兼容性
- 商品组合
- 出租率
- 平均租金
- 租户津贴/顶手费
- 预算和实际开销
- 进度表和实际进度

**生产率/财务绩效**  
(最多10分)

- 销售绩效
- CAM成本
- 提交时的出租率

**创新**  
(最多20分)

- 难度
- 创新
- 社区接纳程度

**可持续性设计**  
(最多5分)

- 可持续性现场
- 用水效率
- 能源和大气
- 材料和资源
- 室内环境质量(IEQ)
- 设计创新

## 一般信息

**项目描述**

评委将参考项目描述，构成有关决赛入围项目和获奖项目(最多700个字符)的评论。

**专业认可**

(以下信息将用于所有正式清单中)

- 开发公司
- 业主
- 设计建筑师
- 生产或总建筑师
- 图形设计师
- 灯光设计师
- 景观建筑师
- 总承包商
- 管理公司
- 租赁公司
- 财务公司专业认可

**购物中心信息**

所有面积数据必须以平方英尺为单位。

**项目类型**

(检查所有适用的类型)

- 邻里中心
- 社区中心
- 区域中心
- 超区域中心
- 时装/特色中心
- 主题/节日中心
- 生活方式购物中心
- 超大型购物中心
- 奥特莱斯中心
- 城市综合体
- 其它 (请具体说明)

预计来自贸易区之外的购物者(比如游客和参会者)的年均百分比占全部购物者的\_\_\_\_\_ %

车位总数 \_\_\_\_\_

如果采用立体停车场，请列出停车场结构的层数和总车位数，并简单描述该结构与中心的连接方式(最多700个字)  
零售店铺总数

(不包括主力店) \_\_\_\_\_

(包括主力店) \_\_\_\_\_

**项目物理特征**

(检查所有适用特征)

**购物中心**

- 露天式中心
- 混合中心
- 其它 (请说明)
- 层数

**项目贸易区**

(选择一项)

- 郊区
- 市区，且为中央商务区
- 市区，但不是中央商务区
- 农村
- 城乡结合部
- 其它 (请说明)

主要贸易区人口数 \_\_\_\_\_

次要贸易区人口数 \_\_\_\_\_

类别：仅适用于改造/扩建项目

**总零售面积**

改造/扩建之前：\_\_\_\_\_ 平方英尺

改造/扩建之后：\_\_\_\_\_ 平方英尺

净差异：+/- \_\_\_\_\_ 平方英尺

**可租赁总面积(GLA)**

(不含主力店的小型店铺占地面积)

改造/扩建之前：\_\_\_\_\_ 平方英尺

改造/扩建之后：\_\_\_\_\_ 平方英尺

净差异：+/- \_\_\_\_\_ 平方英尺

### 现场总英亩数

改造/扩建之前：\_\_\_\_\_ 平方英尺

改造/扩建之后：\_\_\_\_\_ 平方英尺

净差异：+/- \_\_\_\_\_ 平方英尺

### 开发进度表

中心最初开业日期\_\_\_\_\_

中心改造/扩建\_\_\_\_\_

开业日期\_\_\_\_\_

### 类别：仅适用于新建开发项目

#### 总零售面积

总零售面积\_\_\_\_\_平方英尺

现场总英亩数\_\_\_\_\_平方英尺

可租赁总面积(GLA) \_\_\_\_\_平方英尺

(不含主力店的小型店铺面积) \_\_\_\_\_平方英尺

#### 开发进度表

正式开业日期 \_\_\_\_\_

#### 仅适用于混合用途类

办公楼\_\_\_\_\_平方英尺

酒店\_\_\_\_\_平方英尺 \_\_\_\_\_套

住宅\_\_\_\_\_平方英尺 \_\_\_\_\_套

其它 (请说明)\_\_\_\_\_平方英尺

#### 财务信息保密性

委员会将会将财务信息用于评估项目。财务信息不会以任何形式发布。所有财务信息必须以美元折合的对等数据表示。

租户租金和小型店铺可租赁总面积的销售情况(不含：百货公司和其它非零售、非娱乐用途的部分，比如办公楼、酒店、住宅等)。

\_\_\_\_\_

### 类别：仅适用于改造和扩建项目

#### 每平方米最低年均租金

改造/扩建前 改造/扩建后  
(勾选一项)

- 低于26美元
- 26美元-35美元
- 36美元-45美元
- 46美元-55美元
- 56美元-100美元
- 101美元-150美元
- 151美元-200美元
- 201美元以上

改造/扩建后  
(勾选一项)

- 低于26美元
- 26美元-35美元
- 36美元-45美元
- 46美元-55美元
- 56美元-100美元
- 101美元-150美元
- 151美元-200美元
- 201美元以上

#### 每平方米平均租户改善津贴

改造/扩建前  
(勾选一项)

- 低于11美元
- 11美元-25美元
- 26美元-50美元
- 50美元以上

改造/扩建后  
(勾选一项)

- 低于11美元
- 11美元-25美元
- 26美元-50美元
- 50美元以上

在按百分比/按销售额计算租金的情况吗？  是  否

如果租户支付顶手费，那么每平方英尺的平均顶手费为：

改造/扩建前  
(勾选一项)

- 无
- 11美元-25美元
- 26美元-50美元
- 50美元以上

改造/扩建后  
(勾选一项)

- 无
- 11美元-25美元
- 26美元-50美元
- 50美元以上

第一年的每平方英尺年均总销售额为：

改造/扩建前  
(勾选一项)

- 低于201美元
- 201美元-250美元
- 251美元-300美元
- 301美元-350美元
- 351美元-400美元
- 401美元-450美元
- 451美元-500美元
- 501美元-550美元
- 551美元-600美元
- 601美元-700美元
- 700美元以上

改造/扩建后  
(勾选一项)

- 低于201美元
- 201美元-250美元
- 251美元-300美元
- 301美元-350美元
- 351美元-400美元
- 401美元-450美元
- 451美元-500美元
- 501美元-550美元
- 551美元-600美元
- 601美元-700美元
- 700美元以上

空置的可租赁总面积：未开业小型店铺总面积以占GLA百分比的形式表示

改造或扩建前\_\_\_\_\_ %

重新开业之日\_\_\_\_\_ %

提交项目之日\_\_\_\_\_ %

公共区域年均维护费(CAM)、小型店铺每平方英尺(GLA)的保险费和税费：

改造/扩建前：每平方英尺\_\_\_\_\_ 美元

改造/扩建后：每平方英尺\_\_\_\_\_ 美元

如果采用立体停车场，那么停车场税费和维护费应如何支付呢？

(勾选一项)

- 停车费  
 向非主力店租户征收  
 其它(请说明) \_\_\_\_\_

### 类别：仅适用于新开发项目

每平方英尺年均最低租金

(勾选一项)

- 低于26美元  
 26美元-35美元  
 36美元-45美元  
 46美元-55美元
- 56美元-100美元  
 101美元-150美元  
 151美元-200美元  
 201美元以上

每平方英尺平均租户改善津贴

(勾选一项)

- 低于11美元  
 11美元-25美元
- 26美元-50美元  
 50美元以上

存在按百分比/按销售额计算租金的情况吗？  是  否

如果租户支付顶手费，那么每平方英尺的平均顶手费为：

(勾选一项)

- None  
 US\$ 11 to US\$ 25
- US\$ 26 to US\$ 50  
 Over US\$ 50

第一年的每平方英尺年均总销售额为：

(勾选一项)

- 低于201美元  
 201美元-250美元  
 251美元-300美元  
 301美元-350美元  
 351美元-400美元  
 401美元-450美元  
 451美元-500美元  
 501美元-550美元  
 551美元-600美元  
 601美元-700美元  
 700美元以上

空置的可租赁总面积：未能开业的小型店铺总面积以占GLA百分比的形式表示

重新开业之日\_\_\_\_\_ %

提交项目之日\_\_\_\_\_ %

公共区域年均维护费(CAM)、小型店铺每平方英尺 (GLA)的保险费和税费：

每平方英尺\_\_\_\_\_美元

如果采用立体停车场，那么停车场税费和维护费应如何支付呢？

(勾选一项)

- 停车费  
 向非主力店租户征收  
 其它(请说明) \_\_\_\_\_

### 项目概况

以下问题关注于您的项目配得该奖的主要原因。您精炼的回答将作为评委评估您的项目的基础。

请注意，每个问题的最大字数，除特别说明外，包括空格在内为1,500个字符。

- 描述您将提交用于评奖的项目的特征(最多3000个字符)。
- 您为什么觉得其它开发商将受益于您的体验？
- 描述项目融资情况。

### 类别：仅适用于改造/扩建项目

- 解释业主为什么要改造或扩建该中心。包含一份改造或扩建前的项目现状描述(物理状况、销售额、租户结构、空置率因素等)。
- 描述改造或扩建如何改变了这些状况。
- 项目之所以取得成功的最主要原因是什么？为什么？
- 您如何确定项目获得了成功？(列举改造或扩建之前和之后的统计数据，支持您认为项目已成功成功的宣称)。
- 如果中心在施工期间保持营业，解释您采取了何种措施来确保购物者安全和主要购物者人流以及施工对于业务有何影响。
- 除了物理改进之外，您还采取了何种辅助措施来改进中心？
- 描述在施工期间成功地实施了哪些最新营销和/或再租赁措施。

### 类别：仅限于新开发项目

- 解释哪些特定设计和施工问题得到了解决或如何树立了设计施工领域的新标准。
- 描述您认为项目取得成功的主要因素是什么。(环境改善、空间利用率、施工费用等)
- 开发商需要投资社区吗？如果需要，请解释开发商需要做哪些和该投资对社区有何影响。



### 类别：仅限于城市综合体项目

- 描述截至项目提交之时各部分的成功程度。酒店入住率、住宅入住率/出售率、已租赁办公室比例，解释为什么认为相关部分取得了成功。
- 除了财务可行性，解释项目给用户和周边社区带来了哪些新增设施。
- 解释项目理念、不同部分如何发挥功能以及它们如何相互关联。还应当解释各部分如何确保满足服务、安全、停车方面的要求。

### 可持续设计加分

如果评委会一致认为项目从设计和施工角度实现了较高等度的可持续性，那么项目将被授予可持续性设计大奖。使用创新设计技术并获得了杰出环保绩效的再开发商会被重点考虑。

您的项目经过ISO、LEED、ARUP或BREEAM认证了吗？

是的  没有

如果答案为是，那么认证水平为 \_\_\_\_\_（最多1500字符）

请描述项目可持续性的主要措施，例如能源和水源使用，内部环境设计，污染控制，交通运输，材料使用，废物处理，生态环境保护及管理流程。（最多3000字符）

### 照片

上传20张来自照片库专区的图片。这些图片可用于制备幻灯片。

- 评委将不会查看这些图片。如果您的项目获得了金奖或银奖，其中一些图片将用于奖项展示和在ICSC网站和出版物上展示项目。
- 这些图片也可能都被用于奖项展示和在ICSC网站和出版物上展示项目。
- 可接受的图片文件格式包括：高分辨率的jpg, jpeg, png, gif, tiff。

### 文档

提供一份最多15页的含与您的项目相关的信息的数字文档。

- 所使用的15页内容应当包含能体现项目实际实施情况的图片和实例。照片应当显示项目外部入口、项目外部正视图、外部标志的典型实例。若适用，应显示主要内部结构、天井、内部店面的典型实例（每项至少三个）。对于改造项目，请显示从相同角度拍摄的相同对象改造前的照片。改造项目必须从相同角度显示项目内部和外部在改造之前和之后的照片。

- 文件格式：Word文档或PDF

### 租户清单

提供一份含租户清单的数字文件。注明每个租户的所占面积大小(GLA)。

- 列出所有主要租户。描述每个租户的零售业务类型，比如百货商场、超市、多屏幕影院。
- 文件格式：Word文档或PDF

## 照片库/视频

提供一个至少含20张与您的项目相关的照片的数字文件。  
图片可以与以下内容相关：

- 显示购物中心位置的鸟瞰图
- 主要店铺和品牌
- 主要建筑特性
- 美食区
- 停车场区域
- 开发计划/效果图
- 项目内部和外部视觉效果
- 对于改造项目，针对项目改造前后的内部和外部改造效果
- 文件格式：Word文档或PDF

除了任何必要的鸣谢声明之外，图片、视频、地图或图纸必须附带版权持有人出具的授权声明。此类内容应当包含在公告专区内。

## 视频

- 您可以针对每个项目上传或链接一份视频文件。
- 文件内容最长为5分钟。评委将仅查看文件的最初五分钟内容。
- 您的视频应展示内部及您商店外部的的主要建筑特色以及商品组合和陈列。如果是改建的项目，您的视频应当包含项目施工前后的片段。
- 其它内容的范围包括空间利用率、设计主题、创新施工技术。
- 可接受的文件格式包括：3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 以及 MPEG-2。



## 第三类 ▶ 零售



## 零售

### 类别

- 零售店设计
- 新零售理念

### 分类

1. 中岛及花车
2. 美食街/快餐厅
3. 餐厅
4. 面积小于1,000平方英尺的店铺
5. 面积在1,001平方英尺至2,500平方英尺间的店铺
6. 面积在2,501平方英尺至5000平方英尺间的店铺
7. 面积在5,001平方英尺至10,000平方英尺间的店铺
8. 面积大于10,000平方英尺的店铺

## 零售店设计

本类别将展现专业店铺设计方案及其为零售行业带来成功。项目可能来自零售商、建筑师或设计公司，主要与购物中心内的新建或改造店铺相关，此类店铺应在从2015年1月1日至2016年7月31日期间内完工和投入使用。本类项目可能包括服务或其它非零售用途。针对每个店铺位置只能提交一份项目。

## 评审标准

满分为50分。项目评分基于以下标准：

### 总体设计理念

(最多20分)

- 总体内部和外部设计
- 表面材料
- 店面设计
- 展示和装置
- 产品营销

### 零售图片和标志

(最多5分)

### 材料使用

(最多15分)

- 颜色组合、材料和灯光

### 难度和创新

(最多10分)

### 项目描述

评委将参考项目描述，撰写有关决赛入围项目和获奖项目的评论(最多700个字符)。

## 一般信息

店铺名称

购物中心位置

地址

城市 国家

店铺大小：\_\_\_\_\_ 平方英尺

## 零售商信息

公司名称：

建筑师：

设计师：

总承包商：

## 商品类型：

- 日用商品
- 服装
- 家庭日用品
- 家具和陈设
- 体育用品
- 文具
- 餐厅
- 娱乐
- 大卖场
- 超市
- 玩具/兴趣店

## 开发进度表

开业日期

## 改造项目

店铺最初开业日期

店铺整改后的开业日期

## 奖项展示图片

上传12张和您的项目相关的照片。评委不会查看这些照片，但可能在颁奖典礼上展示。我们将会把它们用于在 ICSC 网站和《今日购物中心》杂志上展示您的项目。除了要说明是否需要鸣谢声明外，带版权的图片必须提供来自版权持有人出具的授权声明。

## 图片涉及

- 主体建筑特色
- 项目内部和外部视觉效果
- 对于改造店铺，提供从相同角度拍摄的改造前后项目内部和外部视觉效果。
- 可接受的图片文件格式包括：高分辨率的jpg, jpeg, png, gif, tiff。

## 项目概况

以下问题关注于您的项目配得该奖的主要原因。您精炼的回答将作为评委评估您的项目的基础。

请注意，每个问题的最大字数，除特别说明外，包括空格在内为1,500个字符。

- 提供设计理念详情，包括采用该理念的原因、理念发展情况以及对店铺形象和销售业绩的影响。(3000字符)
- 描述项目内部、店面和商品展示的整合情况。
- 描述新理念和先前设计方案的差异。(若适用)
- 描述实现新理念所需的特定材料。
- 如果这是一个改造项目，那么请描述改造对于销售的影响。如果这是一个新建项目，那么请对销售业绩和规划绩效进行评述。
- 包括设计、租赁权益改善和装置的每平方米总成本

## 文档

包含一个数字文件，其中包含15页和您的项目相关的信息和图片。请使用这15页记录和说明您的项目。

- 文件格式：Word文档或PDF

## 建筑平面图

提供一份带显示所占面积大小(GLA)的建筑平面图的数字文档。该文件的可接受格式有两种。

- 文件格式：Word文档或PDF

## 视频

您可以针对每份项目上传一份视频文件。视频长度最长为五分钟。

- 文件的视频长度仅限于五分钟之内。评委将只查看文件的前五分钟。
- 视频应当包含店铺内外主建筑建构的特点。
- 如果项目为改造店铺，那么项目应当显示项目改造前后的状况。
- 其它可以体现的内容可以包括空间利用率、设计主题和创新施工技术。
- 可接受的文件格式包括：3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 以及 MPEG-2。



## 新零售理念

本类别表彰了亚太地区的创新型新零售理念，所有在购物中心内开发和实现了的全新零售理念或建造了一个独立区域的零售商均可参加本类别奖项的评选。新零售理念必须在2015年1月1日至2016年7月31日期间内完成和实现。本类别项目可以包括服务或其它非零售用途。

## 评审标准

总分为50分。项目评分基于以下标准：

### 总体设计理念

(最多20分)

- 综合设计 (室内和室外布局)
- 店铺布局 (商品展示、表面材料和设备、灯光)
- 零售图形和标志材料

### 成果/影响

(最多10分)

- 成本效益
- 难度和创新
- 消费者意识/接受程度

### 项目描述

评委将参考项目描述，撰写有关决赛入围项目和获奖项目的评论(最多700个字符)。

### 一般信息

零售商名称

购物中心位置

地址

城市

国别

店铺大小：\_\_\_\_\_ 平方英尺

### 零售商信息

公司名称：

建筑师：

设计师：

总承包商：

### 创新

(最多20分)

- 总体理念的独特性
- 所提供商品的创新性
- 市场独特性
- 零售商类型 (国际、本地或合作伙伴)

### 可持续性设计

(最多加分5分)

### 格式类型

店网一体购

独立店铺/购物中心外的单独地块

其它

### 商品类型

- 日用商品
- 服装
- 家庭日用品
- 家具和陈设
- 体育用品
- 文具
- 餐厅
- 娱乐
- 大卖场
- 超市
- 玩具/爱好
- 其它 \_\_\_\_\_

### 开发进度表

开业/发布日期

## 图片

上传12张和您的项目相关的照片。评委不会查看这些照片，但可能在颁奖典礼上展示。我们将会把它们用于在 ICSC 网站和《今日购物中心》杂志上展示您的项目。除了要说明是否需要鸣谢声明外，带版权的图片必须提供来自版权持有人出具的授权声明。

### 图片包括

- 主体建筑特色
- 商品 - 产品结构和展示
- 项目内部和外部视觉效果
- 可接受的图片文件格式包括：高分辨率的jpg, jpeg, png, gif, tiff。

## 项目概况

以下问题关注于您的项目配得该奖的主要原因。您的回答将作为评委评估您的项目的基础，因此需要精炼。请注意，每个问题的最大字数，包括空格在内为1,500个字符。

- 描述总体创新性新零售理念以及开发此类项目的原因。
- 什么让该新零售理念具有创新性？它和市场上现有零售理念的差异在哪里？
- 作为一种新的零售理念，请简述应当如何将它推向市场，如何研究、开发和发布它。
- 描述零售商类型(比如最近进入市场的国际零售商、本地开发、政府机构和当地零售商间的伙伴关系、全新店铺理念等)、当前店铺数量、是否存在扩建计划。
- 描述这种全新零售理念的重新评估绩效数据、当前销售数据和规划业绩、客流量、总体品牌知名度和消费者接受程度、营业额、每平方英尺总成本、自发布后的任何设计变更。

## 可持续性加分问题

如果评委一致认为零售商实现了较高等度的可持续性，那么项目将被授予可持续性设计大奖。

- 在您的最新零售项目中，描述您在设计和开发总体理念的过程中采取了何种可持续性行动(若有)。
- 任何对于零售行业来说，这些行动包含任何全新或创新可持续性措施吗？
- 这种全新零售项目提供可持续性产品了吗？如果是，请列出具体产品系列和种类。
- 您在开发该零售项目的过程中为客户实施了哪种可持续性行动？

## 文档

提供一份最多15页的数字文档，其中包含与您的项目相关的信息和图片。用这15页内容来记录和说明您的项目。它们应当包含体现您的产品组合和展示方法、零售店设计理念和广告的照片和样品。该文档的可接受格式有两种：微软Word文档和Adobe PDF。

- 文件格式：Word文档或PDF

## 建筑平面图

提供一份包含显示所占面积大小(GLA)的建筑平面图的数字文档。

- 文件格式：Word文档或PDF

## 视频

您可以针对每个项目上传或链接一份视频文件。文件内容最长为5分钟。

- 您的视频应展示内部及您商店外部的的主要建筑特色以及商品组合和陈列。
- 其它内容的范围包括空间利用率、设计主题、创新施工技术。
- 可接受的文件格式包括：3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 以及 MPEG-2。

