

NRW bezoekt Shanghai en Hangzhou

In het land van Alibaba is de stenen winkel springlevend

Van 13 oktober tot en met 18 oktober 2019 vond de studiereis plaats van de NRW. De Nederlandse Raad Winkelcentra. China was het reisdoel. Shanghai werd aangedaan. Wereldstad. Maar ook Hangzhou. Home of Alibaba. De Chinese internetretailgigant.



De skyline van Shanghai

DOOR HANS VAN TELLINGEN



HEMA, de supermarkt van Alibaba



Winkelstraat Nanjing



Groepsportret in Shanghai

‘Don’t forget your belongings!’ Dat stond er op het welkomstbordje op de luchthaven van Shanghai toen ik daar in 2011 voor het eerst was. Ik heb het bordje nu, anno 2019, niet meer kunnen vinden. Jammer. Want kernachtiger dan deze boodschap kunnen de ontwikkelingen van de laatste decennia in China niet geformuleerd worden. Van 1949 tot 1978 was er formeel geen sprake van ‘belongings’ in het communistische China. Het land, dat tot 1911 een keizerrijk was (wie kent niet *‘The Last Emperor’*, de film die het trieste leven van Pu Yi beschreef), was in 1949 verworpen tot een communistische dictatuur. De duivelse dictator Mao bracht het land (nadat hij en zijn kornuiten nog meer mensen hadden vermoord dan Hitler en Stalin bij elkaar) met zijn ‘Culturele Revolutie’ aan de rand van de afgrond. In 1978 kwam echter Deng Xiaoping aan de macht. En hij bracht economische hervormingen. Grote economische hervormingen. Die desondanks stapje voor stapje werden uitgevoerd.

RETAIL GROEIT ALS KOOL IN HET SYSTEEM VAN HET STAATKAPITALISME

In de jaren negentig werd de detailhandel geliberaliseerd. Waardoor de retailindustrie pas sinds korte tijd tot volle wasdom aan het komen is. Een walhalla voor de retailfan. Want waar vind je jaarlijkse groeipercentages van 5 tot soms 15%? Waar vind je (in deze hoeveelheden) een steeds rijker wordende consument die graag wil pronken met zijn nieuwste aankopen? Juist, in China. In het kapitalistische China. Ook hier is inmiddels het besef doorgedrongen dat een liberaal economisch systeem het enige systeem is dat welvaart brengt. In al zijn imperfectie (in de vorm van ‘graaierende bankiers’ en andere ‘Gordon Gekko’s’ van deze wereld) is het alternatief (voor het liberaal systeem) een ‘socialistische hel’. Waarin niemand gelukkig is. En alleen de ‘Orwelliaanse’, communis-



IAPM Mall, Shanghai

De billboards tonen alleen westerse vrouwen, geen Chinese

tische bovenlaag de beschikking heeft over enige welvaart.

Hoewel economisch gezien er sprake is van een (staats)kapitalistisch systeem, is China echter geen democratie. Verre van dat. De huidige president Xi Jinping, onlangs voor het leven benoemd zelfs, trekt de touwtjes weer veel strakker aan. Zelf presenteert Xi zich als sobere leider. Wat hem in verhouding tot zijn voorgangers bij veel gewone Chinezen populair maakt. De toon voor dat imago werd gezet in december 2013. De president ging destijds lunchen in een goedkoop restaurantje in Peking. En stond zelfs in de rij met de andere mensen. Rekende vervolgens een eenvoudige maaltijd af. Om daarna zijn lunch op te peuzelen tussen de andere gasten. Iets wat Chinezen niet van hun leiders gewend zijn. Hij wordt dan ook vaak liefkozend 'Xi Dada' ('Ome Xi') genoemd.

Tegelijkertijd is er veel meer dan bij zijn twee voorgangers Jiang en Hu sprake van persoonsverheerlijking. Ook is er minder persoonlijke vrijheid voor de Chinees dan een jaar of tien geleden. Overal hangen camera's. Van AVG heeft nog nooit iemand gehoord. En als je een keer door rood rijdt – of iets anders stouts doet – kom je in een database. Die dient als zwarte lijst. Die jou tot tweederangsburger kan bestempelen.

Brrr... Van hieruit bezien is het dus de vraag of China écht kan concurreren met het Westen. Althans, dat denken wij in het westen; een samenleving kan alleen volledig (sociaal, maar ook economisch) bloeien als er sprake is van grote persoonlijke vrijheden. Zoals de vrijheid van meningsuiting. En daarvan is in China geen sprake. Internet wordt zwaar gecensureerd. Niet alleen voor de Chinees. Maar ook voor ons. Facebook, Twitter, What's app en Instagram zijn vrijwel onbereikbaar. En alleen met een VPN-verbinding (die pak 'm beet een uur per etmaal het een beetje doet) is de blokkade te omzeilen. Niet goed voor de internationale handel dunkt mij.

Voordat ik inzoom op de door ons bezochte winkels en winkelgebieden en -centra, schets ik eerst het algemene beeld. Het beeld zoals dat door de 'shoppende Chinees in de shopping malls' gecreëerd wordt. Winkelen moet 'Westerse' zijn. En het te verkrijgen product is van Westerse origine. Dat ook duur kan zijn. Nog duurder dan bij ons. In China kosten dezelfde Westerse producten vaak juist meer dan in Amerika of Europa. 'Het Westen' staat model. Letterlijk zelfs. De billboards tonen vrijwel alleen Westerse vrouwen. En vrijwel geen Chinese. Behalve als deze een gebleekte, uiterst blanke huid hebben. Ook Westers eten is 'top of the bill'. Schandalig luxe winkels kennen soms maar één klant. Want ook al groeit de economie als kool, die hele rijke bovenlaag is niet ontzettend groot. En de middenklasse groeit sterk. Maar vormt ook nog lang geen meerderheid. Ook al is in absolute termen de Chinese economie inmiddels de tweede van de wereld, per hoofd van de bevolking is 'de Chinees' echt nog niet zo rijk. Geld is er wel, maar vrijwel alleen aan de Oostkust.

WECHAT PAY EN ALIPAY

Los van de vorige alinea's, China loopt wel voorop met technische innovaties in de winkel. Daarover straks meer in het



Het oude kernwinkelgebied Nangshi

stukje over de Alibaba mall. Maar wat sowieso al wezenlijk anders is, is de betaalwijze. Betaling gaat meestal via WeChat Pay. En ook Alipay (van Alibaba) is populair. In de meeste winkels is het bijna onmogelijk om met cash te betalen. En betalen met credit card is ook al lastig. WeChat is de Chinese versie van Whatsapp. Maar is in feite ook je portemonnee. Of dat OK is? Op zich als technisch betaalmiddel wel. Maar wees niet verbaasd als de Chinese overheid met je mee kijkt. Niet fijn. Lijkt mij.

HOTELS EN HORECA

De NRW zou NRW niet zijn als niet gedacht was aan de beste hotels en de best denkbare horeca. Waarbij mijn persoonlijke favorieten Bar Rouge waren (dé hippe danstent op The Bund op de achtste verdieping) én de Rooftop Bar van ons eigen Hyatt Hotel (op de 32e verdieping). Beiden met een waanzinnig uitzicht op de skyline van Shanghai. Een van de indrukwekkendste skylines ter wereld. Ook vanuit je hotelkamer keek je daarop uit. Met tevens zicht op honderden, nee duizenden, boten die voorbij gleden.

SHANGHAI EN HANGZHOU

Stad der steden. Zo mag je Shanghai wel noemen. Met een slordige 20 miljoen inwoners (in de gemeente). Of beter: 26 miljoen (in de agglomeratie). Shanghai is altijd al een handelsstad geweest. Met de meeste Westerse invloeden (met name Franse en Engelse) van alle Chinese steden. Veel van de oudere architectuur in de wereldstad doet dan ook Frans aan.

Hangzhou ligt niet zo ver van Shanghai. Een dik uur met de (hoge snelheids-)trein. En twee uur met de bus. Hangzhou staat bekend als een typische provinciestad. Maar dan wel eentje met maar liefst negen miljoen inwoners. Ik heb weinig uitgaansvertier kunnen ontdekken. Maar Hangzhou is wel een keurige stad met een prettig verblijfsklimaat. Wat Hangzhou interessant maakt is dat het de bakermat vormt van Alibaba. En dát alleen al is reden voor een bezoek. Nu is Alibaba een



De Alibaba Mall

stukje kleiner dan het Amerikaanse Amazon. Maar met een jaaromzet van zo'n 50 miljard euro is het wél een gigant.

DAG 1. NANSHI, YU GARDEN, THEE EN XINTIANDI

Nadeel van intercontinentale vluchten naar het oosten is dat je aankomt als het daar volop dag is. En dat jij dan eigenlijk wil slapen (omdat het voor jou midden in de nacht is). Toch is dit geen groot probleem als je meteen in het diepe wordt gegooid door een interessant programma. Waar ook sprake van was. Te beginnen met een bezoek aan het oude Shanghai. Nanshi vormt het oude kernwinkelgebied. Ziet er prachtig uit. Ook in de stromende regen. Het lijkt een authentiek ogend winkelcentrum. Maar is dat niet. Er werden veel toeristische parafernalia verkocht. En dat is wel een beetje jammer. Mooi is ook Yu Garden. Dat ook in Nanshi is gelegen. En prachtig was de bezochte tempel in dit gebied.

Hoogtepunt betrof de theeceremonie. Thee is religie hier. En terecht. Ik heb het ook zowaar gedronken. En voelde misschien wel de beloofde heilzame werking. Terwijl ik toch echt een koffiedrinker ben. Of beter: een koffiever slaafde.

Super-de-luxe (Westers) winkelen doe je in Xintiandi. Een prettig ogend druk bezocht centrum met open winkelstraten. Je waant je in een heerlijk relaxed dorp qua sfeer. Maar je



HKRI Taikoo Hui Mall



Heytea, het Chinese antwoord op Starbucks



Boottocht over het West Lake

Je scant de artikelen met je telefoon en de supermarkt bezorgt alles thuis

Dan. De Alibaba Mall. Uit 2018. Gloednieuw dus. Waar Alibaba en masse dus ook relatief 'gewone' stenen malls koopt en opent (je moet immers zichtbaar zijn met je winkelproducten), is dit een bijzonder exemplaar. Allerhande technische mogelijkheden worden hier gekoppeld aan de winkels die zich hier gevestigd hebben. Zoals slimme beveiligingsopties voor je huis. Slimme deurklinken met camera's bijvoorbeeld. Of toegangssystemen tot de hal van je huis (en niet meer dan dat) voor de afgifte van internetbestellingen. Zodat je niet thuis hoeft te zijn tijdens de bezorging. Ook is er een ruimte van 'Alibaba Labs'. En zijn er massa's digitale spiegels te vinden. Die jou kunnen tooien in een door jou gekozen outfit. Zonder dat je deze zelf aan hoeft te doen.

Mijn favoriet? De vertraagde spiegel. Voor als je echt wil weten of jouw rok of broek 'van achter' ook goed zit. Dus rondom je derrière. Ga dan met je achterwerk naar achteren voor de spiegel staan. Keer je om. Kijk in de spiegel. En dan zie je je eigen achterkant verschijnen met tien seconden vertraging. Leuk? Zeker!

Revolutionair? Ach, wat de Chinese HEMA doet is in iets andere vorm ook bij de Amazon Supermarkten mogelijk. En die digitale passpiegels heb ik ook al in Silicon Valley mogen bewonderen. Of onlangs nog in het Retaillab in België. Tech-

bent midden in de stad. Breng je gold card mee (of actieveer WeChat Pay) en consumeer. Dat kan daar ook in een van de toprestaurants. Waarvan akte. Ik ben de beroerdste niet en doe graag mee aan het spekken van de winkel- en horecaomzet.

DAG 2. HANGZHOU, DE CHINESE HEMA, DE ALIBABA MALL, HEYTEA EN EEN ROMANTISCHE BOOTTOCHT

Dag 2 ging met de hogesnelheidstrein naar Hangzhou. Thuisstad van Alibaba. Alibaba wordt, net als het Amerikaanse Amazon, steeds meer een fysieke aanbieder. De Alibaba Supermarkt heet 'HEMA' (echt). Dat je uitspreekt als 'Goema'. De Chinese HEMA heeft niets van doen met de Hollandse Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam. Laat dat helder zijn. De Chinese HEMA is een heerlijke supermarkt. Waar je ook ter plekke kunt eten. En – wat overigens normaal is in China – waar je je eigen nog levende vissen kunt uitzoeken. Of kreeften. Of schildpadden. Lekker. Als je durft.

Wat is er dan revolutionair aan de supermarkt? Behalve dat deze van goede kwaliteit is? Nou, dat betreft het betalingsstelsel. Via Alipay scan je de producten. En die producten kunnen dan thuis worden bezorgd. Prima. Breng online en offline nader tot elkaar. Al zag ik wel degelijk genoeg Chinezen die met hun eigen koopwaar in een tas de winkel uitliepen.

niek is leuk. Is interessant. En is uiterst nuttig. Maar in mijn optiek dient deze de fysieke winkel. Techniek is dus veel meer kans dan bedreiging. Ik heb gezegd.

Ook zijn er winkels/horecagelegenheden in winkelstraten en -centra bezocht. Welke eruit sprongen? Dat waren er twee. De boekhandel Zhongshuge. Met een overdaad aan surrealistische spiegels zodat je bijna aan het hallucineren slaat. En verder: HeyTea. Het Chinese antwoord op Starbucks. Voor de echte theebeleving. Bedacht om thee ook weer hip te maken onder de Chinese millennials. Het schijnt te werken. En het is een heerlijke winkel annex horecagelegenheid.

Toeristisch vertier was er ook op deze dag. Het betrof een boottocht op het zogenaamde West Lake. Voor Chinezen het hoogtepunt van toeristisch welbevinden. En dat betreft in essentie een boottochtje van een half uur in een kunstmatig aangelegd meer (overigens al uit de tijd van Marco Polo en

In de messenwinkel van Zwilling kun je uitstekend Italiaans dineren

tevens UNESCO-werelderfgoed) dat vergeven is van (alleen) Chinese toeristen. Ik zeg niet dat het niet mooi was. Zelden zo'n mooie zonsopgang gezien. In een bergachtige en groene omgeving. Met overal fantastisch ogende pagodes uit vervlogen tijden. Hoop lol gehad op die boot. Met 32 NRW'ers. En een vialt jonge Chinezen. Die per ongeluk ook op onze boot zaten. Die dan op hun beurt ook weer erg om ons moesten lachen.

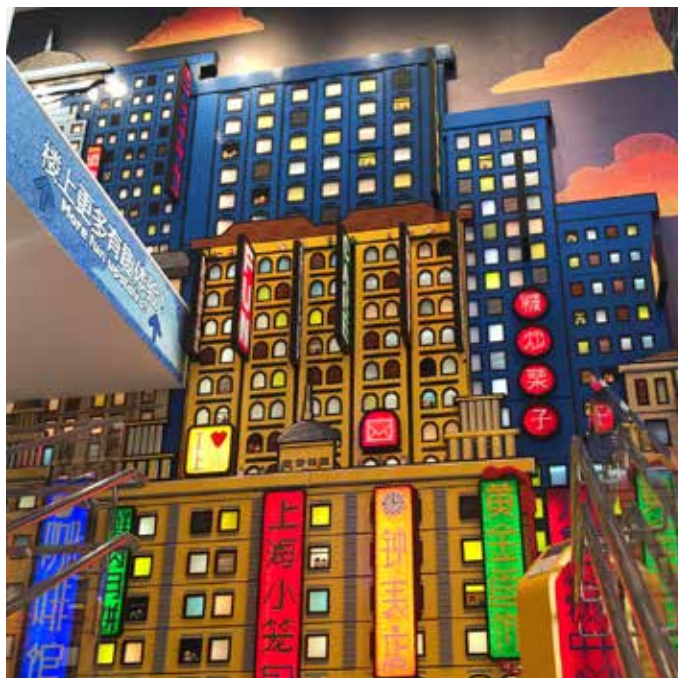
DAG 3. NANJING ROAD, FLAGSHIP STORES, STARBUCKS, ELEKTRISCHE AUTO'S EN VÉÉL MEER

Terug in Shanghai. Dag 3 was er een met een wervelend programma. Allereerst werd Nanjing Road aangedaan. Vergelijkbaar met Oxford Street in Londen. Of Fifth Avenue in New York. Of – dichterbij huis en vanwege de enorme breedte vergelijkbaar – de Meir in Antwerpen. Weinig Chinese winkels gezien. Maar des te meer internationale merk winkels. Zoals het Nike House of Innovation. Waar je ook echt kunt basketballen. De Lego Flagship Store. Met prachtige Shanghai én internationale Lego-bouwwerken. Of Adidas. Hoe dat aloude Duitse merk ooit weer hip is gemaakt, vind ik indrukwekkend.

In de directe omgeving, in de aanpalende winkelstraatjes, vond je overigens het echte Shanghai. Met honderden viswinkeltjes. Onderdelenwinkeltjes. En 85-jarige verkoopsters die hun producten aanprijzen. Mocht ik ooit nog rioolbuizen in alle verschillende soorten en maten willen bekijken? Nou,



Muji



Lego flagship store



dan weet ik voortaan waar ik moet zijn. Om maar een voorbeeld te noemen.

In de buurt is ook nog 'Zwilling' bezocht. Juist. Zwilling. Van die Zwitserse (keuken)messen van honderden euri per stuk. En van de mooiste potten en pannen die je ooit hebt gezien. Tevens uitbater van een restaurant – *blurring* geen probleem hier – met het beste Italiaanse eten dat je kunt vinden in China. Niets is te gek.

Speciale aandacht gaat uit naar de Starbucks Reserve Roastery. De grootste Starbucks ter wereld. Waar je kunt verblijven, vertoeven, proeven en beleven. En wat al niet meer. Ik geef toe. Ik ben echt onder de indruk.

Ook werd NIO bezocht. Een *experience showroom* annex winkel waar de Chinese elektrische auto's werden vertoond. Indrukwekkend. We zullen zien wat de toekomst zal brengen voor NIO. Dat het begrip 'patserbak' nieuwe inhoud heeft weten te geven.

En dan. De HKRI Taikoo Hui Mall. Een overwegend modisch winkelcentrum (met ook veel horeca) met honderden winkels. Een winkelcentrum met vijf verdiepingen. Een winkelcentrum dat misschien maar matig aanslaat.

DAG 4. DE CHINESE RETAILAPOTHEOSE

Dag 4, de laatste dag, was er een van vele hoogtepunten. Allereerst betrof dat mijn duurlooptje van





De hallucinerende boekenwinkel Zhongshuge

elf kilometer langs the Bund (de promenade langs de rivier). Een aanrader voor elke hardloper. Genoten.

Maar bovenal was de vierde dag de dag waarop de retail werd gevierd. In al zijn verschijningsvormen.

Zo was daar Huaihai Road. De tweede grote winkelstraat in de stad. En mijn inziens interessanter dan Nanjing Road. Een en ander deed mij wel wat denken aan Ginza in Tokyo. Ook al zo'n feest. De mooiste winkels? Nou, dat waren de Japanse Uniqlo en Muji (wanneer komen ze nu naar Nederland?, ik onthaal ze met open armen). En Gentle Monster. Met de maffste brillen ter wereld. Brillen die de 'Jules Deelder in mij' tot gekke bekken wist te verleiden.

Indrukwekkend was de IAPM Mall. Met 120.000 m² aan mooie merken. IAPM gaat nog verder uitbreiden. Ik meen gehoord te hebben tot zelfs 300.000 m² (oei). Daarbij komt er ook in Nanjing (het andere 'kernwinkelgebied') een IAPM Mall. Doelgroep betreft (de welgestelde) 20- tot 30-jarigen. Er is sprake van heel erg dure en luxe producten. Vanwege het 'één kindbeleid' worden de welgestelde 'enig kinderen' volledig in de watten gelegd. Niet alleen door de ouders. Maar ook door de grootouders, ooms, tantes, neven en nichten. Alle familieleden betalen mee aan dat kind. Er is giga veel vraag van retailers die hier willen zitten. Goede fysieke retail is verre van dood in China. Integendeel. Alleen al in Shanghai komt er elk jaar 1,5 miljoen m² bij aan verkoopruimte.

En dan. Tianzifang. Een project van de laatste twintig jaar.



Zonsondergang op het West Lake

Volgens de gids een organisch gegroeid centrum. Zonder sturing van bovenaf. Dat kan eigenlijk niet kloppen. Er moet enige sturing zijn geweest. Namelijk om te voorkomen dat teveel ketens zich hier gaan vestigen. Want die zijn hier nauwelijks. En dat is juist de charme van het gebied. Een gebied met veel 'pappa- en mammawinkeltjes' en horeca. Er zijn honderden units. Allemaal klein. Soms lelijk ingericht. Soms verrassend mooi. Er wordt veel paraferalia verkocht. Maar ook de betere producten. Zoals tassen. Parfum. En snoepgoed. Bijvoorbeeld in de snoepwinkel White Rabbit (en dat is dus juist wél een – Chinese – keten). Een aanrader.

Zeer gastvrij werden wij hierna ontvangen in de winkel van Suit Supply. Juist. De Nederlandse Suit Supply. Wat een winkel. Heel mooi. Suit Supply slaat aan in China. In het (hogere) middensegment is er in China weinig keus. Kleding is óf duur. Óf heel erg goedkoop. Suit Supply duikt in dat (hogere) middensegment. Met veel succes. Suit Supply breidt dan ook fors uit. In China. Maar ook in Australië en de rest van de 'Pacific'.

BEZOEK CHINA

Wat was dit een waanzinnige reis. Zelden kreeg ik zoveel informatie te verstouwen. En zelden heb ik zo genoten van een dergelijke trip. Tot in de puntjes hebben Hans van Scheerdijs en Brigit Gerritse een en ander voorbereid. Niets werd aan het toeval overgelaten.

China is een vreemd land. Waar mensen altijd om zich heen kijken of ze niet bespied worden. Maar China is ook een machtig interessant land. Een nieuwe wereldmacht. Met Shanghai als voortrekker. Bezoek China. Bezoek Shanghai. Ik raad het van harte aan. ←



Hans van Tellingen is algemeen directeur van Strabo bv (strabo.nl). Hij is tevens hoofdauteur van (onder andere) *Waarom stenen winkels winnen*, een boek bestaande uit 17 artikelen die eerder in SCN zijn voorgepubliceerd. Het boek telt bijdragen van maar liefst achttien medeauteurs.
Reacties?: vantellingen@strabo.nl / 020-6260817 / Twitter: @hansvantelling