定位不清晰成本高漲 外資百貨陷結業潮

電商打殘 華堂京門店門半

香港文匯報訊（記者 馬琳，實習記者 許一傑 北京報道）互聯網正嚴重衝擊百貨零售業，淘寶天貓去年「雙十一」一天的營業額已達571億元（人民幣，下同），連王府井百貨和百盛百貨一年的營業額合共亦僅350億元。零售企業的利潤普遍錄得下滑，華堂、馬莎、百盛等外資百貨名店均敵不過業界寒冬，節節敗退。

日資企業華糖洋華堂計劃於今年4月1日關閉北京右安門店，這已是一年之內華堂商場在北京關閉的第四家門店。記者早前來到華堂商場右安門店，「閉店感恩」的標語直衝眼簾。走進商場，全場出清打折促銷的宣傳單張隨處可見，不少商品優惠低至2折。

只有打折 才有銷量

華堂商場右安門店與傳統的百貨商場沒有特別大的區別，除了地下一層的超市外，商場共有5層，包括鞋帽、黃金、男女裝、體育用品、家電等。由於折扣力度不小，當天吸引了不少前來掃貨的人。

「這個電飯煲打折後只要269元，平時原價399呢。」一位剛剛買到一台美的電飯煲的顧客表示，商場這次減價可以買到很多很實惠的東西，這款電飯煲的網上售價與現在相若，商場能看到實物更放心些。

「只有打折的時候，才會有些客流和銷量。」一位售貨員表示，受到網購的衝擊，這幾年銷售額不停下降，商場要關門亦是情理之中。

「這裡要關門了挺遺憾的。」一位家住附近的大媽表示，附近的賣場不多，華堂的東西質量還不錯，自己常到這裡來買東西，已經有五六年了。現在突然要關店，以後的生活可能會有些不便，但確實感受到這兩年商場人變少了，「結賬幾乎都不用排隊了」。

開業至今 一直虧損

對於為甚麼要關閉華堂商場右安門店，華堂企劃廣報部劉芳回應稱，右安門店自2007年9月開業至今已有7年半，雖然逐漸贏得了周邊居民的認可，但是店舖開業至今仍處於虧損狀態。「再者人工成本上漲、租金等營運成本居高不下，經營利潤不足以彌補總支出。我們不得不做出閉店的決定。」

業內人士指出，華堂商場的定位不清晰，超市走高級路線，但百貨樓層卻偏中低級，時尚度及品種不能吸引主流消費群體「80後」及「90後」進店消費。

華堂接連關閉望京、北苑、西直門、右安門的4家門店，引起了該店要退出北京市場的猜測。對此，華堂方面澄清，儘管北京百貨競爭激烈，但沒有打算退出北京。今後華堂在北京還會擴大投資和發展，向高品質的優良店舖邁進。目前華堂在北京的門店還有4家賣場和1家食品館，這5家門店的業務均處於比較好的上升狀態。

華糖洋華堂是日本株式會社伊藤洋華堂在1997年以合資方式在華成立的公司，同時成立的還有成都伊藤洋華堂。北京的門店稱為「華堂商場」，成都則稱為「伊藤洋華堂」。伊藤洋華堂與7-Eleven隸屬Seven & i控股公司，後者是日本最大、全球第五大的零售企業。

事實上，內地百貨業並非只有華堂的日子不好過，RET睿意德中國商業地產研究中心發布的數據顯示，2014年內地大型連鎖百貨全年關店26家，其中百盛百貨、中都百貨和華堂各關閉3家。業內分析指出，電商的衝擊以及百貨門店前幾年快速擴張，或是內地百貨業節節敗退的主要原因。

■華堂商場右安門店閉店感恩促銷牌高高掛起。 實習記者許一傑 攝

■顧客在選購金飾。 實習記者許一傑 攝

部分百貨公司去年盈利

公司	去年盈利	變化
王府井百貨	6.36億元人民幣	－8.36%
廣州友誼	2.63億元人民幣	－14.96%
百盛	2.35億元人民幣	－33.5%
新世界百貨*	2.06億港元	－41%

*新世界百貨爲半年業績

辛苦一年不及網銷一天

香港文匯報訊（記者 馬琳，實習記者 許一傑 北京報道）業界分析認為，百貨商場陷入關店潮有多個原因。

其中時下電商憑藉產品種類和價格優勢對百貨業造成巨大衝擊，對消費者的分流作用愈來愈明顯，百貨業的利潤已經連續3年出現下滑，很多百貨企業開始撐不住了。

數據顯示，王府井百貨2014年營業收入182.77億元（人民幣，下同），同比下降7.64%；百盛商業同年銷售總額167.42億元，同比下降4.23%。兩者加起來全年銷售額僅350億元。淘寶天貓去年「雙十一」一天的交易額就達到571億元。

早年擴張速度過快

除了電商的衝擊，內地百貨門店前幾年擴張速度過快，但對消費者需求把握不足亦是關門潮出現的原因之一。華堂企劃廣報部劉芳坦言，華堂右安門店開業後，雖然在店舖上不斷調整，不過仍然沒有做到及時、快速對應顧客不斷變化的需求，最終導致客流和銷售提升不足。

此外，Shopping Mall帶來的競爭亦是百貨沒落的原因之一。北京志起未來營銷諮詢集團董事長李志起表示，現在的百貨業愈發沒有競爭力，在消費體驗上不如Shopping Mall，在便利上不如便利店，百貨業在夾縫中生存，日子肯定愈來愈不好過。

業內指出，百貨業是中國最傳統的零售業，現在已經到了生死關頭，如果沒有創新，接下來的倒閉數量還將增加。百貨業必須革新，不變只有等死。

馬莎將關5店 百盛7店歇業

無奈斷臂

香港文匯報訊（記者 馬琳，實習記者 許一傑 北京報道）內地百貨業的寒冬，亦讓外資百貨在華的發展節節敗退。除了華糖洋華堂外，英國百貨零售商馬莎百貨決定在2015年8月底前關閉大上海地區的5家分店，具有馬來西亞資本背景的百盛在中國則已關閉了7家門店。

馬莎百貨2008年進入中國市場，不過至今發展並不順利。該公司除了進駐上海外，還進入了青島、常州、寧波、武漢、溫州、蘇州等二三線城市。這次計劃關閉的5家門店分別位於上海（1家）和江蘇（4家）。

最早進入中國市場的外資百貨商場百盛，自2012年起就不斷收縮在華業務，近兩年內已經關閉了7家門店。2014年百盛股東應佔溢利較上年跌33.5%，至2.35億元人民幣。

未能追上需求變化

除了關店外，一些醞釀開拓中國市場的國際知名百貨店，似乎還在迷途中。公開資料顯示，2013年10月，重返中國市場的老佛爺百貨攜手I.T集團各持50%股權合資成立拉法耶特百貨（中國）有限公司，在西單開設了中國首家旗艦店，但其開業一年便虧損了約2,000萬港元。

美國著名百貨公司梅西百貨原本計劃在上海借力本土地產商開店試水溫，然而卻遲遲未有落訂。

10年前曾在中國市場火爆一時的外資百貨為甚麼會走到今天關門歇業的困境？業內人士分析指，隨着中國經濟不斷發展，消費者需求在不斷變化，一成不變的外資百貨面對中國消費者日新月異的需求變化，沒有做到「本土化」和需求迎合，這導致外資百貨在中國市場的銷售額不斷降低，最後不得不「壯士斷腕」。

■百盛在中國已關閉了7家門店。 資料圖片

轉型專業百貨購物中心勢在必行

專家建議

香港文匯報訊（記者 馬琳 北京報道）在中國零售業版圖中，百貨這一傳統業態一直佔有舉足輕重的地位。不過隨着網購迅速增長，曾經紅火一時的傳統百貨業顯出英雄遲暮之態，百貨店關店的消息不斷傳出。

百貨業該何去何從？對此，專家普遍認為，百貨業發展至今同質化問題嚴重，隨着網購的興起，已經進入沒落期。未來的方向一是走細分化、專業化百貨店的道路，二是向多功能的購物中心方向發展。此外，以O2O模式擴張亦是趨勢之一。

北京工商大學商業經濟研究所所長洪濤認為，百貨業至今有110多年的歷史了，北京上世紀80年代還僅有4家大型百貨公司，分別為王府井百貨、西單商場、東安市場、隆福大廈，那時是開一家火一家，後來開到了100家，同質化嚴重，百貨業進入沒落期。

O2O模式擴張利發展

對於目前的百貨店關店潮，洪濤稱關店其實亦是在轉型，傳統百貨已無發展空間，未來必須朝購物中心、專業店、超市加百貨方向發展，增加餐飲、休閒娛樂等體驗服務。同時，企業還應研究微博、微信、微店營銷，向智能店方向轉型。另外，在天貓、京東等電商平台開店，以O2O模式擴張亦是未來趨勢之一。

中投顧問零售行業研究員杜岩宏認為，在目前形勢下，轉型購物中心、發展O2O兩個方向更有利於百貨業未來的發展。「購物中心在業態方面增加了娛樂、休閒、餐飲的比重，消費者體驗度較高，能夠與電商形成競爭，有利於百貨公司擺脫價格戰。發展O2O模式則能夠有效拓寬銷售渠道，減緩電商的衝擊。」

對於O2O模式要如何推廣，知名電商觀察家魯振旺認為，目前內地還沒有看到一個真正成熟的百貨類O2O標杆企業，加上國外沒有成熟的案例可借鑑，傳統百貨的O2O轉型依然在摸索階段。要建立成熟成功的O2O模式，或許還有很長一段路要走。

▲減價商品所剩無幾。 實習記者許一傑 攝

◀商品普遍5折清倉。 實習記者許一傑 攝

網購外遊消費增 百貨生存空間縮

客源外流

香港文匯報訊（記者 馬琳 北京報道）內地百貨業經營慘淡，並非因為消費能力縮水。相反，內地去年社會消費品零售總額超過26萬億元（人民幣，下同），實際增長10.9%，消費對GDP增長的貢獻率達到51.2%，上漲3個百分點。不過，內地消費能力的提高並沒有讓百貨業受益，網購及海外購物帶來的消費力分流，讓內地百貨業的生存空間進一步減少。

德勤與中國連鎖經營協會共同編寫的《中國零售力量2014》報告顯示，2013年內地零售百強銷售額突破2萬億元，但增幅僅9.9%，首次出現個位數增長。零售百強銷售額佔社會消費品零售總額的比重亦從2009年的10.8%降到8.7%。另據一份2014年連鎖百貨、購物中心銷售額排行榜榜單顯示，上榜的61家商場中，38家銷售額下跌，僅18家上漲。

相比百貨業的「冷」，網購很「熱」。僅去年「雙十一」期間，淘寶天貓的銷售額就達到571億元。國家統計局的數據顯示，去年中國網絡購物市場交易規模達到2.8萬億元，佔社會消費品零售總額逾10%。

另外，海外購物的迅速成長亦衝擊內地百貨業。去年內地境外消費超過1萬億元，今年春節僅10天期間，中國遊客在日本就消費近60億元。

■只有提供折扣優惠，商場才能吸引客人前來掃貨。 實習記者許一傑 攝