

滬零售業加速汰弱留強

抱殘守缺遭遺棄

順應潮流出生天



- ### 今年以來上海實體商業關店、撤櫃情況
- 2016年2月：力寶廣場LV淮海旗艦店關店
 - 2016年7月：樂購大渡河店停止營業
 - 2016年7月：上海環球港撤櫃，一樓空置率達22%
 - 2016年7月：世博源一樓手錶配飾櫃檯發生撤櫃
 - 2016年7月：太平洋百貨淮海店證實明年1月關店
- 孔雯瓊整理

■太平洋百貨淮海店休業前打摺甩貨。 孔雯瓊攝

近年實體零售店不景，在網購出現後這種情形更普遍，就算是實體商業領跑全國的上海亦不能避免掀起一股老舊商場遭淘汰的洗牌潮，除了老牌百貨宣告關店之後，一批開業不久的購物中心也正經歷大規模撤櫃。不過同時，有一些實體店卻在淘汰賽中站穩了腳跟。有分析指出，變化是永恒，不變只能被淘汰。

■香港文匯報記者孔雯瓊 上海報道

老牌百貨店中，太平洋百貨淮海店終於證實了關店一說，據太平洋官方承認，這家坐落在上海黃金圈的老牌外資百貨，已經確認於明年1月租約到期後熄燈。雖然太平洋否認了關店是因為經營狀況不佳，但該百貨內長期人氣清淡卻是有目共睹。

太平洋淮海店證實關店

家住淮海路附近的白領顧小姐向記者表示，印象中太平洋百貨好多年裡都沒有什麼變化，當周邊已經有很多新形態商場林立起來的情況下，這裡無論是格局還是商業形態都和她讀書期間相仿，顯得有些老氣橫秋。

百盛慘淡經營虧損倍增

當然，在內地有10年歷史的太平洋百貨並非唯一一家正在面臨時代抉擇的百貨店。進入中國市場已有22年、有「外資第一店」之稱的百盛亦處於最艱難時期。百盛近日通過公告已經發出盈利警告，預計今年上半年虧損將較去年同期增加超過100%。其實早在2012年，百盛就率先在上海宣佈關閉百盛上海虹橋店，此後5年間全國範圍內陸續關店達12家之多。

而尚在營業的上海幾家百盛，從實際情況來看依然不盡人意。同樣坐落在淮海路商圈上的上海百盛淮海店，近年來雖然重新裝修過還調整過佈局加大餐飲比例，但據百盛的某店東透露，百盛淮海店目前來看營業額不如從前的六分之一，全天沒有進賬的情況也時有發生。記者實際走訪來看，店內餐飲部分和售貨櫃檯間距過近，許多消費者亦感覺在此用餐環境不夠理想。上述店東稱百盛已經垂垂老矣，跟不上現代人消費習慣。

不過，情況並非一面倒。在一大批老牌實體商業倒下的同時，仍然有一批和它們同齡的店屹立不倒，這些擁有「長壽」生命週期的實體店，正是通過內部



■世博源正在面臨商戶撤櫃現象。

不斷調整品牌租戶來站穩腳跟。

久光來福士靠品牌食糊

已經走過13個年頭的上海來福士廣場堪稱業界標杆，作為中國最早的購物中心之一，該商場內客流一直很旺，就算是工作日時段也人頭湧動。目前該購物中心的回報率達到8%，跑贏一線城市絕大部分購物中心回報率。要知道正常的商業地產投資回報率在3%-5%，到8%的可謂少之又少。

上海來福士的生存之道就是針對品牌的運營效果和周期，會不斷主動地進行不同程度的調整。十多年前來福士或許是服飾品牌居多，但如今餐飲和美容保健各佔25%，兩者相加已經佔去半壁江山。

來福士內部人士透露，商場的定位並非一成不變，而是順應市場作出相應調整：最初主打年輕品牌，如今是輕奢牌子唱主角，商場的定位規劃中就曾明確需要每隔三年進行一次品牌大調動，每年還需要精修微調各類租戶。

進入上海市場超過12年的上海久光百貨亦是「年久」而又業績突出的商場，據其母公司香港利福國際集團發佈的2015年年報顯示，在利福旗下多個百貨銷售衰退的情況下，唯獨上海久光表現突出，全年銷售達到9.7%的增幅，收入近20億元。上海久光的特點同樣是擅長積極調整商戶和品類，去年還曾大刀闊斧進行過品牌變動，依靠品牌和產品的改善從而成為上海熱門的購物點之一。



■創新實體商業輩出，合生匯廣場主打「智能」。

商業格局洗牌波及大型超市

上海商業形態巨變還影響到超市。超市出現分化：原本被譽為零售巨頭的一些大型超市和大型賣場陷入生意冷清的局面。

反觀佈局在社區內的小型便利店生意超好，有些甚至出現一個社區附近出現多個同品牌便利店情況，且生意都非常不錯現象。

零售巨頭之一的樂購上月剛在上海關閉一店，意味着零售業大洗牌也波及到大型綜合超市，雖然樂購稱關店是出於公司商業運營

及策略的調整需要，但業內評價稱這是一種低效產能被淘汰的結局。

其實，除樂購之外，沃爾瑪、家樂福在內地也都遭遇到相似情況：2016年初沃爾瑪宣佈全球關269店，而在中國已關10店。家樂福2016年在中國已關3店，綜合影響力亦大不如前。

便利店概念大行其道

不過值得一提的是，上述三家零售巨頭在選擇關閉大型超市的同時，都不約而同地在佈局社區便利店。併購樂購的華潤萬家目前正在大力發展社區超市樂購express，上海地區選址主要是位於內環線以內的社區商業街。

而沃爾瑪則在中國發力社區型購物中心，計劃2年內增設約115家門店。家樂福的轉型中亦提及重點佈局便利店概念。

這些曾經的零售三巨頭無一例外地開始強化大型超市和大型賣場概念，反而走起一些體量更為輕便的社區超市路線。



■「外資第一店」百盛處於最艱難時期。 孔雯瓊攝

近2年內地零售數據統計(人民幣元)

社會消費品	零售額	增速	網上零售額	增速
2015年	300931億元	10.7%	38773億元	33.3%
2014年	262394億元	12.0%	27898億元	49.7%

註：由於國家統計將網上零售納入到社會消費品零售總額內，即網購增速快的話，意味着社會消費品零售額中的線下實體零售減緩。

數據來源：億歐零售

業界：品牌決定實體商業水準

同樣是投入市場超過10年以上的實體商業，有些沒落了有些卻生機勃勃，業內稱這和品牌的選擇有着極大關係。

贏商控股董事長吳傳鯤稱，從購物中心來看，新興品牌的發展決定了其未來發展水準，當前購物中心品牌格局上，門店數量3間以上的成熟品牌佔近70%，3間至5間的成熟品牌佔比也達到50%，進駐購物中心的成熟品牌發展速度明顯滯後於購物中心的增速，品牌同質化程度高。

吳傳鯤坦言中國購物中心對新品牌的引入十分不足，今年進駐

樣本購物中心的新興品牌佔比僅21%，較2015年的18.5%略有提升，但仍處在一個較低水平，意味着還有絕大部分的品牌都不曾進入到中國。

同質化競爭成行業頑疾

品牌在百貨業內同樣十分重要，銀泰商業調研團隊分析認為，同質化競爭是百貨業的頑疾，同一品牌在同一商圈擁有多處售賣點，意味着單點的坪效被攤薄。

據銀泰商業在上海五角場商圈內抽樣發現，相鄰的三家百貨或購物中心內，同時在兩家設櫃的品牌約有50個，三家都設櫃的品



■贏商控股董事長吳傳鯤。 孔雯瓊攝

牌有9個，重複率很高。吳傳鯤認為，實體商業其實可以找很多合適的品牌，且這些新興品牌轉化為成熟品牌的過程就是實體店發展的水準。

■孔雯瓊

上市百貨公司逾七成營收利潤跌

內地實體百貨的不景氣正在持續，並直接拖累一批涉足百貨業的上市公司業績，據聯商網發佈的統計數據顯示，百貨與購物中心板塊的57家上市公司中，77%營收下滑，75%淨利下跌，營收、淨利均出現下滑的佔比達67%。

同時，裁員也成為很多上市百貨公司的選擇，部分企業一年內裁員近2,000人。

多家上市企業撤裁員潮

數據統計，今年上半年涉足百貨業的57家上市公司實現營收2,628.01億元(人民幣，下同)，錄得虧損53.076億元。其中77%的公司營收下降，75%的公司淨利潤下降，營收與淨利潤雙降的公司則佔67%。尤其是最大的地下商場開發及運營商人和商業(1387.HK)，上半年營業收入為5.23億元，但虧損卻高達144.93億元，整體拖累百貨業全行業業績。

聯商網零售研究中心主任、上海商學院教授周勇分析認為，單純以商品銷售為主的實體零售商的整體衰退已



■上海環球港被曝一樓空置率達22%。 網絡圖片

成為一種行業趨勢，特別是國有背景的零售集團每況愈下。

加之零售業非「輕資產」行業屬性，當店商在業績下滑的困惑中逐漸放緩擴張時，還將面臨電商搶佔地盤的事實。

另外，上市百貨企業還掀起一股裁員潮，多家大型百貨上市公司自去年起已經開始削減員工數量，其中武商集團裁員數量達1,936人，重慶百貨裁員912人，另外還有至少十家以上的上市百貨裁員人數超過百人規模。