实体商业面临多重困境——

商业地产向体验中心转型

本报记者 亢 舒

服务中心

近年来，受经济下行压力影响以及网购冲击，实体商业的日子很不好过。据中国商业地产联盟总结，去年至今，继百盛、天虹、王府井等业内领先的百货公司关闭部分门店之后，万达百货也集中关闭了多达40多家亏损门店，转型为电器专卖店和购物街……实体商业到底应如何转型？商业地产又将何去何从？

◀中粮集团开发的大悦城，是以购物中心为主体，组合公寓住宅、写字楼、酒店等多业态形成的商业地产项目。目前已有北京西单大悦城、沈阳中街大悦城、北京朝阳大悦城、上海大悦城、天津大悦城5个运营项目。图为北京西单大悦城购物中心。

本报记者 李 景摄

▶三里屯太古里是由太古房地产开发的商业综合体项目。项目为开放式购物，由19座低密度的现代建筑布局构成，既与周边建筑融合在同一个区域之中，同时也保持着相对独立性。图为北京三里屯太古里开放式购物中心。

本报记者 李 景摄

行业遭遇全局性困难

过去一年多时间里，商业地产全行业面临困境，百货业态出现集中关店潮。除了百货，另一零售主力业态的大卖场也陷入业绩下滑。大润发超市首次停止了增长，永辉超市业绩也出现了小幅下滑，其他一些卖场因为业绩不佳纷纷放慢甚至暂停了开店计划。传统主力业态同显疲态为多年来未见。传统主力店本身如何创新升级，以及商业地产寻找新的替代性主力店已成为行业紧迫课题。

“从新项目到成熟项目，从开发商到品牌商，从低端超市百货到高端奢侈品，行业呈现整体性困难。挑战既来自行业内部，如商业规划失控，许多商业地产项目供应量过大，也有电商冲击、经济下行等外部因素。”中国商业地产联盟秘书长王永平说。

不仅是大众消费的百货公司和大卖场现颓势，奢侈品关店降价也折射了消费市场的变革。据财富品质研究院统计，2015年，超过八成的奢侈品牌有各种形式的关店行为。

王永平表示，当前，商业地产面临的挑战大于机遇。全行业从过去的招商难、运营难，到目前的后期商户经营难，传导到租金缴纳难；从过去的颓势仅仅体现在部分城市，变成现在的全局性困难。

困境也是转型机遇

王永平将造成商业地产面临困境的原因归纳为四个方面：项目多了，电商过了，经济疲了，创新弱了。

当前，商业地产面临较为严重的过剩现象。国外很多城市几年都很难新增一个商业地产项目，而过去几年中我国很多城市每年新增几个商业综合体的现象屡见不鲜。

近些年来，电商给实体商业带来的冲击不断加剧。电商和实体商业面临的政策等环境不同，中低端消费越来越多地在互联网上完成，导致实体商业的生意越来越难做。

过去商业地产的创新弱化体现在千店一面、品牌趋同。如今，给商业地产创新带来更大挑战的是品牌本身的创新。王永平表示，目前，很多连锁品牌都业绩下滑、开新店意愿下降，主要是因为找不到吸引顾客的新办法。一些品牌的店面开开关关，他们的基本策略是保持总量的平衡，关掉亏损的店面才会开新店。

商业地产会就此一蹶不振吗？万达集团在商业地产领域一直处于领头羊地位，从它的动作中，或许能摸到一些行业未来发展的脉络。去年，万达商业地产与光大安石、嘉实基金、四川信托和快钱公司签署投资框架协议，4家机构宣布投资240亿元，建设20座万达广场。这标志着万达商业地产向轻资产化的重大转型。据了解，2017年以后，万达将保持每年至少开业50个万达广场的速度。

不仅如此，行业面临经营困境之时，也是资本大举进行收购、行业洗牌重新布局未来之时。2015年是北京商业地产项目并购高峰年，以中国信达资产管理股份有限公司北京市分公司百亿天价收购新加坡国浩集团东直门项目最受瞩目。一些具有专业运营能力的集团、基金顺势发展壮大，并伺机收购，扩大并巩固疆土，行业洗牌愈演愈烈。

业态“混搭”成新趋势

面临当前困境，商业地产又该何去何从？“商业地产面临过剩，也需要进行结构调整。”王永平说。他注意到，相关政策提出，商业地产在面临过剩时，可以将商业设施通过改变用途实现去产能化。王永平认为，尽管这不失为解决商业地产过剩的一个方向，但更紧迫的是应该控制商业地产的新增总量，对商业地产加紧调控。这是因为，商业地产的产品结构比较特殊，不同类型的商业地产之间互相转化比较困难；一旦建造完毕，就很难再转变用途。比如，本来按照建材市场用途兴建的商业地产，一旦要改造成购物中心，需要进驻很多餐饮门店，对煤气、水电设施的要求会更高，不易改造。

王永平认为，商业地产的发展还是要靠创新，目前商业品牌和商业综合体的经营者都患上了创新焦虑症。“值得欣慰的是，过去在商业地产领域，创新的口号多，如今开始真正落到实际行动中，有的企业已经把创新提升到关乎企业生死存亡的高度。”王永平说。

商业地产应该如何创新？王永平判断，整个行业将朝着复合型、体验型和社交型方向转变。并且商场去购物化、写字楼去办公化也将是行业未来的大趋势。

如今，商业地产领域的“混搭”成为一种潮流和趋势。很多牙科诊所、健身场所开始进驻购物中心和写字楼。为了吸引客流，很多商场甚至还开辟了足球、篮球场，一些商场建起了屋顶足球场，商场的中庭或者门口办起了篮球比赛。

同时，公共服务设施植入商业地产，或许也能够成为商业地产未来的努力方向之一。比如，在实践当中，有的大型商业综合体将婚姻登记处引入商场，就能够带动与婚宴和婚庆有关的用品和服务。有的商场将出入境管理处引入，则能够带动旅游、留学等相关的店铺经营。

就提升商业地产的体验属性而言，万达集团董事长王健林过去曾有判断，购物中心不是卖出来的，而是吃出来的。目前，很多大型城市商业综合体中，餐饮门店的占比从过去的10%至15%，上升到30%至40%甚至更高。

如今，行业内部也开始有了新的探讨，购物中心不是卖出来的，是否应该是玩出来的？不管是不是玩出来的，能够给消费者带来更好体验将成为商业地产发展的重要方向。一些领先企业开始尝试商业与文化、旅游、科技的跨界融合。苏州诚品打造成一个集文化、表演、艺术、商业、观光于一体的跨界创意平台，给了消费者全新的体验。上海大悦城二期运用摩天轮、艺术街区、创意装置等场景激发想象空间，营造立体和精神层面的体验。

在王永平看来，网络的社交是虚拟的，实体商业天然有着社交的属性，居民区应该是社交的重要载体，而且小区邻里之间也有社交的愿望，如果实体商业能够参与到居民社交当中，也将有大文章可做。

差异化竞争和优势互补成实体店生存之道——

便利店用服务“黏住”顾客

本报记者 王 晋

服务焦点 身边的服务

在很多城市的写字楼、商圈、社区，有不少24小时营业的便利店。除了销售商品，多种便民服务正成为便利店“黏住”顾客的新招式。

北京方庄社区覆盖人口近8万，邻家便利店紫芳路店就开在方庄地铁站附近，玻璃门上有洗衣、自助缴费、WiFi、复印、限时送达、会员积分等图标。这家店面积不大，但服务品种不少。邻里家（北京）商贸有限公司运营总监翟悦告诉《经济日报》记者，他们不断推出方便消费者的举措，希望以服务赢得市场。比如通过与洗衣工厂合作提供专业洗衣服务，36小时可取。“这比很多洗衣店要快，方便了周围写字楼的白领。目前，这项服务已在50多个门店推出，完成了1万多单。我们还提供免费WiFi和手机加油站服务，每个手机一把钥匙，锁好就可以放心地买东西，也可以在餐台吃完东西再取。此外，还有复印、自助缴费等。最近，我们正在谈代收快递服务。”店长来皓表示，现在竞争非常激烈，要想胜出主要靠服务，这些便民服务就很受欢迎。“社区店就要一点点做、一点点养人气，服务上去了，消费者才会青睐。”来皓说。

不少便利店还与拉卡拉合作，开展自助缴费等业务。在7-11、好邻居等便利店，记者都看到了拉卡拉的自助缴费机。这些增值服务给便利店增添了吸引力。劲松社区一家快客便利店的墙上，张贴着“免费提供开水、手机卡充值、免费微波炉加热、金融支付拉卡拉、公交卡充值、ATM取款机”等服务项目的告示。这家店开业已10年，融入了周边居民的生活。

电商冲击实体零售业，但便利店行业却逆势增长，源于其不断完善服务、发掘新的机会。近年来，知名电商纷纷与便利店合作，用户下单后，由离家最近的合作便利店配送货物。一方有线下门店，另一方有线上庞大的商品体系，二者携手为消费者提供更快捷的物流。去年，亚马逊中国联手好邻居便利店在京布局自提点，消费者可以到门店自取快递包裹。北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司副总经理毕震说，开展这项业务能帮助消费者解决收快递的难题；店家能得到服务费，还能吸引顾客进店，目前每天有近200到300单。代收快递正成为不少便利店的新服务。

最近，家乐福宣布今年底将开出40家“Easy家乐福”直营店。家乐福新业态项目总监杜立伟说，这些店除了购物还提供附加服务，如WiFi、音乐、服务区，店里嫁接了电子支付的方式，还设置了手触屏幕，嫁接家乐福的网上商城。此外，在打印区，消费者还可以通过微信打印图片。

前不久在广东东莞举行的“2016中国便利店大会”上，广东天福连锁商业集团有限公司董事长兼总裁欧阳华金说：“电商来了，我们不但不会被他们吞掉，而且还可以与他们合作，成为电商‘最后一公里’的提货点、服务点。他们做线上，我们做线下，双方结合起来，可以优势互补。”

服务是增强“黏性”的重要一招，但并非每家企业都有这样的意识。在全时便利店尚都国际店，记者看到店铺内有不少自有品牌商品，但问到有无便民服务，服务员回答“不清楚”。采访中，不少业内人士反映，中国的服务业与发达国家比还有不小差距。在便利店行业最发达的日本，便利店里有缴税、复印、银行贷款、金融、票务、外送、预定等多种服务，服务收入占总收入的40%以上。业界期待有关部门能给这个业态更多支持，也呼吁更多有眼光的人投资这个行业。更重要的是，便利店业自身要拥抱变化，开放共享，坚定信心，不断拓展发展空间。

一席谈

二手车限迁解禁不应『打折扣』

刘 瑾

继新疆伊犁州从5月5日起对凡是转入该地区的车辆不再有国四标准的限制后，二手车限迁解禁近日又传利好，兰州市也将自今年7月1日起取消二手车迁入限制。

限制二手车跨区域流通使二手车市场面临供需旺盛却无法交易的尴尬局面。3月25日，国务院办公厅发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》，提出“营造二手车自由流通的市场环境”等8条意见，明确要求各地在5月底之前，取消对“符合国家在用机动车排放和安全标准”二手车的限制迁入政策。这是国家层面首次对二手车市场发展提出系统指导意见，体现出对二手车市场地位及作用的认可。

然而遗憾的是，目前仍有很多地方限迁。地方政府应有一盘棋意识，严格落实解禁要求，让国家政策不打折扣，让市场活力得以释放。

取消限迁是市场回归，也是行业机遇。长期以来，各地对二手车流通的限制，成为制约二手车市场发展的最大瓶颈。根据中国汽车流通协会统计，目前全国有95%的地级市实施二手车限迁政策，导致车源优质、丰富的一二线城市中，8年以上的老旧二手车无法正常落户，严重制约了二手车流通。旧车的价值直接影响下一台车的购买，这种影响直接反映到新车市场。而所谓二手车对地方经济没有帮助，更是局部、片面的认识。

要充分发挥市场作用。电商圈已经兴起一股二手车平台投资热潮，要利用好电商平台，借助互联网的便利，提高二手车交易的透明度和售后对接，从而把市场与互联网融合，高效而准确地将二手车信息送达消费者，将消费者需求送达电商平台。二手车电商必然是线上线下相结合，更具有实体产业的特征。电商平台要打造核心竞争力，构建强大的检测、交易、数据能力，做大做响自己的品牌。

要坚持一把尺子量到底。政府相关部门严格监管，引导和推动行业稳定发展。国家层面应充分利用信息化、互联网等新技术和新手段，打破各地区、各部门间存在的信息不对称、标准不统一问题，共同营造让二手车自由流通的市场环境，进而有效开拓市场、促进消费。售后监管也必不可少，一旦引入监管，售后市场就能依托规范化流程逐步树立良好口碑和诚信基石，实现市场良性发展。

服务贸易在成长

搭建六大平台

青岛为小微外贸企业提供一站式服务

本报讯 记者刘成、通讯员孙永波报道：山东省即墨市小微外贸企业综合服务中心5月26日正式启用，这是青岛市首个为小微外贸企业量身打造的外贸供应链服务平台，以加快进出口通关和收汇速度、降低企业外贸环节成本、增加企业融资源头为目的，为即墨众多小微外贸企业提供国际贸易报检、报关、外汇、核销、退税、融资等“一站式”服务和“个性化”增值服务。

据悉，即墨市共有进出口外贸企业1300多家，其中年出口300万美元以下的小微外贸企业占多数。即墨市小微外贸企业综合服务中心由即墨市政府与新华锦国际商务集团共同打造，重点搭建互联网技术、国际贸易服务、融资保障、海外订单拓展、人才培训、创业创客孵化（市场采购贸易）等六大服务平台，推动小微外贸企业发展。

“目前小微外贸企业普遍面临开拓市场难、融资成本高、收费环节多、外贸专业人才缺乏等问题。通过建成启用小微外贸企业综合服务中心，可有效解决企业发展面临的问题，促进小微外贸企业出口倍增发展。”即墨市商务局主要负责人介绍说，即墨市将服务外贸企业发展作为应对外贸稳增长严峻形势的重要抓手，今年初与新华锦国际商务集团正式签署了战略合作协议。

新华锦国际商务集团有限公司总经理王辉道表示，一单贸易融资，直接找银行审批可能需要一个月，小微企业大多数情况下贷不到款。而平台拥有银行A级评级资质、统一授信，提供出口发票融资、订单融资等多种项目。若急需资金，平台还能垫资、垫税，3个工作日即可完成。

“通过入驻小微外贸企业外贸供应链服务平台，可为小微外贸企业融资、报关等各环节省去不少时间和财力成本。”青岛迅福达五金有限公司副总经理邢蕾告诉《经济日报》记者，该公司在入驻平台后，从对外贸业务一无所知，到年出口额稳定增长，产品由以前的内销为主转为外销为主，2015年出口额达到100万美元以上。

服光掠影

2016中国供热展6月1日在北京落幕。本届博览会吸引了22个国家和地区的1200多家展商及5万名左右的国内外观众参与。智能暖通空调、新风、热泵等前沿供暖技术和产品受到追捧。图为2016中国供热展现场。

本报记者 李 景摄

本版编辑 杜 铭