



招商难 人气淡 餐饮救

南京商业综合体渐变成“饭楼”

据365网研究机构数据显示,截至2013年11月,南京商业市场成交约863251平方米,较2012年增长了15%。按照这样的数据,2013年投资者对商铺需求并没有降低热情,但商铺运营在2014年开年表现并不如投资者所愿。

记者在鼓楼和新街口的两大商业综合体的调查中发现,商铺的招商和租赁都出现了断档现象,以服装为主的快消品对商铺热度大减,而餐饮则成为了商铺招商争夺的主要目标。但显然,一家商业综合体仅仅靠餐饮支持是不够的,但由于招商和运营的双重压力,所谓shoppingmall如今正在逐步变成“饭楼”。现代快报记者 蔡旺 王立航

记者调查

采访后记

新街口悦荟广场

背靠大树好乘凉“旺铺理论”如今遇尴尬

悦荟广场位于新街口正洪街广场,记者在一楼走了一圈数了一下,一楼里面共计有60多家商铺,可基本上没有客人光顾,直到午饭时间才有一点零星的顾客。另外三家商铺关了门,尽管门上贴着“提档升级”的告示,但记者并未看到里面有人在装修。记者了解到,以前在一楼营业多年的两家皮具店,如今已合并成了一家,店员告诉记者,原因是不再续租,房东准备自己做餐饮。

记者注意到,进入悦荟广场的顾客,多数都乘坐手扶梯上了2楼的沃尔玛超市,而光顾一楼商铺的人却寥寥无几。二楼超市内的18家商铺也是冷冷清清。“吃喝的生意好些,还有烟酒茶叶,剩下的比如服装、化妆品都是很一般,”小童在一家商铺已经工作两年了,他告诉记者,二楼超市外的店铺生意不错的多是餐饮,剩下的店铺经营情况都不稳定,比如其中一家店铺在短短两

年时间内几经易手。

记者在物业管理中心办公区域看到关于“悦荟”的简介:悦荟也是约会,商场不仅仅是购物场所,也是人们见面交流、共度美好时光的地方。据了解,悦荟广场以前叫“新街口万达广场”,当初开业后,商铺销售非常好,很多投资者都觉得靠着沃尔玛商铺不愁客流,但显然如今“背靠大树好乘凉”理论,在不少投资人心中打起了鼓。

“饭楼”局面如何破?

据中华全国商业信息中心统计数据,2013年春节黄金周期间全国百家重点大型零售企业零售额同比增长14.4%,增速比2012年下降1.3个百分点,仅高于金融危机影响下的2009年春节,创近四年新低。

消费者购买和使用市场研究机构KantarWorldpanel发布的报告显示,截至2013年6月14日,较去年同期相比,第二季度中国城市的快速消费品市场销售额仅增长了7.1%。该增长率低于第一季度的8.4%,并创近两年来季度同比增长新低。分析表明,增速放缓主要是由于家庭支出增长的放慢。与去年同期相比,消费者购买的商品更少。

同时,电商对于实体零售渠道的冲击首次被量化。CTR洞察中国的数据显示,从其他渠道转入的销售额比例为38%。虽然电商对传统渠道的分流作用不断上升,但总体对市场带来的更多是增量作用。

南京问策商业管理顾问公司总经理苏晓晴认为,最近几年南京商业地产发展速度非常快。而老百姓的日常消费增长率仅在15%到18%之间,对于商品类的消费趋于饱和。随着经济的发展,居民收入不断增加,对休闲、娱乐的需求也在增加,因而在一定程度上带动了这些产业的。因此,不少商业地产内的餐饮、娱乐等业态所占比例越来越高也就不足为奇。

另一方面,各个企业都有自己发展规划、发展能力,在一定时期内扩张速度与规模是有限制的。与此同时,商业地产项目却在不断的增加,但可招商的资源是有限的。所以,可以看到,很多商业综合体租户比较少,空置率不断上升。破解这样的局面,还是要从城市规划和开发商两个层面来解决。

鼓楼紫峰购物广场

商场变饭楼 购物给吃饭腾地方

南京紫峰购物广场尽管地处黄金地段,但从地下一层走到六楼,整个商场看上去空荡荡的,电影院和几家餐饮店客流量相对多一些。商铺工作人员告诉记者,从商场开业以来,客流量就不大,周末也好不到哪儿去,也就靠六楼的电影院,带动些周边店铺人气。“店铺这么少,哪像个商场呀。”紫峰购物广场的商户说。

记者在一楼的指示牌数了一下,大约

有32户商家,其中1楼没有商户,地下一层有7家大众餐饮,4楼有11户商家,每个楼层平均下来大约有四到五家商家。在这些商家中,餐饮饭店有10家,服装店约有5家,电影院1家,其余的为各类特色小店。但几乎每个楼层都有用三合板围挡起来的商铺,紫峰购物广场的工作人员说,去年商铺撤柜的比较多,只要是被围挡起来的都是已经撤柜的。

5楼青奥商品特许店工作人员抱怨道,每个月的营业额2万元,但从开业到现在一直在亏,在合同到期后,青奥商品特许店打算撤柜。

对于商场的现状,商户们说,去年9月份就接到管理方通知,说要进行业态调整,但直到现在也没见一点动静。紫峰购物广场的工作人员说,据她所了解,要进来的商家有两家,星巴克和南京大牌档。

中山路艾尚天地

餐饮扎堆 商场人气终于来了

走进南京艾尚天地的大厅,映入记者眼帘的是各家餐厅的促销海报。如今,在不少市民眼中,艾尚天地已被贴上了美食集合地的标签。

艾尚天地企划部工作人员王女士告诉记者,2012年刚开业的时候,餐饮业只占30%,60%为零售部分,还有10%的配套业态。商场以购物、休闲为主,当时每一个楼层都有零售商家。

但由于处在商业微势,加上受到电商的冲击,艾尚天地体量较小,所以从去年下半年开始转型,希望打造一场“时尚的玩乐美学”。

“我们想走差异化路线,更加吸引年轻客户群体。”王女士介绍说,他们引进了新元素餐厅、英国餐饮品牌大波龙、“70后饭吧”等主题餐饮,他们在北京、上海等地运作比较成熟。目前来看,餐饮的比例已经占

到50%,四楼主要就是各地美食。

从实际效果来看,在南京的商业地产餐饮业中,艾尚天地是西餐比例最高的,一楼的蓝蛙、新元素等餐厅已经成为南京老外的聚集地。接下来,艾尚天地将会维持餐饮业的比例,不会再扩大规模。下一步还是发展配套业态,比如早教类,让孩子也能有玩的地方。