摩尔流行街区商铺空置率高

商场“没人气”,经营户缺乏“安全感”

受网购、租金等因素的影响,租赁式商场中经营户的生意越来越难做。近段时间,龙江新城市广场旁边的摩尔流行街区的多位业主向本报反映,该商场多数铺位空置或关门,招商管理公司更换、商场人气差再加上租约到期产生的一系列连带问题,不少业主钱没赚到反而还赔了不少。 现代快报记者 刘德杰

多家商铺“铁将军”把门

位于龙江核心地带,周边政府、学校及社区密集,对于摩尔流行街区的业主来说,选择在这里做生意看中的就是地段和消费力,可是理想丰满,现实却表现得不尽如人意。

4楼某童装店的张女士告诉记者,店面13平方米左右,一年的租金加上物业费算下来近三万块钱。“租金还算划得来,可是就是人气做不上去,有的时候好几天也做不了一单生意,邻家的好几家店铺都关门了。”

昨天上午,记者来到龙江新城市广场旁边的摩尔流行街区二楼,看到这里除了空置的商铺,一些经营户也是店门紧锁,大部分经营户都表现出和张女士一样的失望。“很多客人看到不少商铺都关门了,扭头就走。”在该流行街区经营一家外贸成衣店的余小姐告诉记者,旁边的一家商户很长时间都不进货了,隔三差五开开门,店门口早就贴出了转让的牌子。某服装店主透露,开业之初还好点,几年下来,客流跟不上再加上生意不好做,不少商户都陆陆续续地撤离了。

经营户越来越没有“安全感”

记者在摩尔流行街区采访时发现,不少商户都在调侃一些大市场里的商铺转让费都几十万了。“在这里能够有生意做就不错了,店铺的转让费根本不敢奢望。”张女士告诉记者,生意不好做是次要的,管理公司的更换,以及宣传力度小,再加上人流量少,做生意就像“做一天和尚撞一天钟”的感觉。

通过相关搜索,昨天记者在“江苏声海外企业集团有限公司”的网站上看到,摩尔流行街区所属的商管公司为江苏摩尔商业管理有限公司,为该集团旗下所属公司,在与南京新城市商业置业有限公司谈判交接后,已在今年4月底完成对摩尔流行街区的交接工作,“五一”期间开始自主经营,同时也意味着该集团开始涉足商业服务领域。

商圈繁荣何时再现

除了摩尔流行街区,与其紧邻的龙江新城市广场的运营情形也不容乐观,百货同质化,顶层和底层改造成餐饮,多半处于举步维艰的地步。在业内人士看来,随着新一代购物中心的不断出现,以新城市广场为代表的早期购物中心也面临着提档升级的问题,改造得好或许可以重现繁华,反之也许会成为市场的牺牲品。

租金逐年上涨让小本生意的经营者们雪上加霜,再加上网购极具竞争力的价格进一步压缩了经营户们的经营空间。一位老百货人称,商场如果不在经营环境的营造上为业主着想,再加上宣传力度不到位,小经营户们的经营环境只能越来越糟。

丹桂飘香时抱得美的归

今天起,国庆提前放大价,美的空调发红包

这几年,家电业说得最多的就是“转型”。美的也不例外,早在2011年就全面实施转型升级。目前,已经尝到了阶段性成果:美的集团市值两次超过竞品。继8月5日上午收盘美的集团市值超过竞品后,8月8日下午收盘时,美的集团报收21.21元,以总市值894.21亿元再超竞品。

而在其主营业务——空调市场,更是一路领跑。另据据奥维咨询最新数据,2014年第27–30周(6月30日–7月27日)整体空调市场,美的品牌的份额占比全面超越竞品。

日前,在美的集团半年报公布后,公司董事长兼总裁方洪波在与机构投资者沟通时首次指出“美的要做时代的公司,而不是传统的公司”这一长远发展战略和目标。围绕“深化转型,勇于改变,重新增长”的发展方向,方洪波认为,“未来美的集团收入达到2000亿元空间是存在的。”

不过,当前美的集团的首要任务,是要基于满足市场和用户需求的好产品力打造:今年初以来,一晚低至1度电”的ECO节能技术全面扩容到三大系列16款空调上,形成精品组合战,就是追求创新和完美,坚守品质刚性不动摇。只有这样,才能赢得消费者的口碑,为企业的持续增长获取动力。形成“科技产品力+营销整合力”双轮驱动体系。从1000亿元到2000亿元将是“水到渠成”的事情。

“国庆提前放大价,美的空调发红包,9月19至21日,买美的空调最高获赠3600元美的高端空气净化器大礼!”南京美的空调销售有限公司总经理谢琦如是说:“选择9月19日提前放大价,我们考虑的是这些年,尤其是2014冷年,南京美的取得高额的同比增长,首先是消费者的支持,还有经销商的努力,我们只是想创造更多的机会感谢消费者对美的青睐,另外,美的空调上个月获得2014冷年空调行业变频空调领军品牌,这是社会的认可,代表着美的空调是真正的高效节能,所以我们选择的主题也是‘美的空调,节能风暴’震撼来袭。好产品就是要让大家分享。”

家电圈动态

“金九银十”,传统意义上用以形容房产及家装行业,近年来,与此相关的数码家电业也逐步感受到这一词的召唤。除了近期拼命发布的各家新款手机,家电业也打着“智能”的旗号向我们踏步而来。 现代快报记者 俞婷

“金九银十”效应带动家电业

智能家电踏步而来

林内智清洗吸油烟机

智能厨房 与油污say goodbye

现今,智能厨电成为未来家居生活的趋势已经毋庸置疑,厨电业近年来在智能节能的基础上不断推陈出新,更多的人开始享受科技给厨房生活带来的便利快捷与高效。

大家都知道下厨做饭总会产生或多或少的油烟,厨房油腻不说,同时弥漫着呛人的油烟,势必会严重影响众人心情……

在不少家电品牌都推出吸油烟机的今天,林内的一款超智能型油烟机进入了我们的视线,它具有欧式吸油烟机的现代化外观,同时拥有大容量的集烟罩,可以达到15m³/分钟的超大风量,使油烟在不同高度被吸走,吸烟更彻底。更令人惊喜的是,该油烟机具备智能自动清洁系统,当油烟机累积工作10个小时以后,机器就会开启自动清洗功能,整个过程只需要40秒,可以完整清理机内的油污,让家庭从油腻的厨房中解放出来。

激光影院 挑战超大液晶平板

我们对客厅的要求是越来越大;我们对电视的要求,也是越来越大。可是液晶平板电视大的都那么贵,而投影的效果又貌似不能达到我们对清晰度的要求……怎么破?

最近倒是常听人说到激光影院,简单说来就是由激光主机、菲涅尔无源仿生屏和5.1声道专业家庭音响组成,是全球首套兼备影院、智能电视和家庭音响功能的激光影院产品。听上去如此高大上的东东,其100英寸的价格只有同尺寸液晶电视的1/10。

推出这一产品的是海信,据了解,这是海信全球首发完全自主研制的100英寸激光影院系统。与目前市面上大尺寸液晶电视相比,激光影院仅需3.5–4米收视距离,对消费者室内空间要求比同尺寸液晶电视更低。预计在即将到来的十一市场,这一激光影院将会成为彩电市场最有亮点的品牌。

骄人利润 新技术带来喜人半年报

八月底九月初,是数码家电行业争相发布半年报的时期,在研读了若干家半年报后,我们看到格力电器的半年报成果十分喜人。

在报告期内,格力电器实现营业总收入589.30亿元,较上年同期增加10.17%;实现净利润57.73亿元,较上年同期增长42.71%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润63.89亿元,同比增长96.14%;基本每股收益1.90元,同比增长42.86%,行业龙头地位进一步巩固。

能够取得这样的重大突破,其光伏直驱变频离心机组、磁悬浮变频离心式冷水机组等系列“国际领先”产品进一步拓宽市场份额,同时旗下的生活电器品牌“TOSOT”推出“不用插电的电风扇”“苹果电饭煲”等新品,均在多个产品品类上取得革命性的技术突破。