

郑州新商业成长之痛系列报道

商业地产销售下滑根源何在
项目运营遭遇困难或成内因

批发市场经营困局



郑州市房管局的公开数据表明,2月份全市非住宅销售244间,较上月下降了68.15%,较去年同期下降了31.27%,销售面积3.06万平方米,较上月下降了68.22%,较去年同期下降了31.24%。这一数据表明,剔除物价上涨因素之外,郑州商业地产的销售并未发生某些媒体所言的“复兴”,反而有下降的趋势。

寻本溯源,要理清郑州商业地产销售下滑的根源,还要看已有的商业地产项目在运作上效果如何。为此,本报记者走访了多家市内投入商业运营的新商业地产项目。

晚报记者 祁京

现状 “大厨房”们的烦恼

“已经有媒体过来了,你们也来看看吧。”4月1日下午,大厨房农副产品物流港的一位刘姓商户在短信里向记者反映。根据刘先生的说法,他购买的大厨房二期不但现在仍没有完工,而且其一期项目也经营困难。“我听说,上海康拓投资有限公司已经把这里开发成了郑州国际旅游港了。”

当记者来到大厨房,偌大的市场内冷冷清清,并未见多少客商在交易,一位一期的商户表示,从他们开业到现在,“除了搞活动的时候有点人气”之外,平时“根本没有生意”。而在“大厨房”的东侧,则是“郑州旅游港”的招牌。据郑州市国际旅游港相关工作人员介绍,该项目就包含着原大厨房项目的二期。

正为未来烦恼的不仅是大厨房,在北环的信基调味品厨具广场,业主李先生紧皱眉头地

看着稀稀拉拉的人气,不禁抱怨道:“当初买铺的时候都说这里人气会旺,为啥到现在都没起色呢?”这样的疑惑也困扰着购买了西郊水岸花木城的赵女士。而在西郊某纺织城内,国棉四厂选择中牟县白沙镇工业园区也让这里的商户脸上多了几丝愁云。

“目前我知道的情况是,大型的批发市场毫无例外地面临困难。”资深商业地产从业者张先生说,“而且不是说哪一两个市场的事情,现在是不管你选址在哪里,不管做什么产品的销售,生意都很冷清。”他排除了物价上涨带来的影响,“从全国范围来看,物价上涨对于批发商来说是一个获利的好时机,并不会影响其销售。”而真正的原因在于,很多新开的专业批发市场其实“直到现在都还没有做起来”。

争议 是开发时没有考虑产业支撑,还是竞争过度

“这些项目全都没能搞清楚为什么要做商业地产。”台湾鸿龙国际商务投资有限公司董事长黄福堂说,“没有搞清楚商业地产的真实特性就盲目地大干快上,是造成今日大面积的批发市场奄奄一息的根本原因。”

黄福堂以“大厨房”为例来解读郑州新建批发市场的困局何在,他指出,在郑州市市场发展局的规划中,大厨房项目一期集厨具、酒类、调味品、农副产品、平价中心五大专业市场为一体,将成为全国最具影响力的厨房产业展示交易及文化传播中心,但是其一开始就处于万客来、华中食品城和调味品市场的夹击之中,所以,定位不准确是其最大的短板所在,这样的道理也同样适用于其他新建的专业批发市场身上。

而接下来,缺乏产业支撑就成为了大厨房之类的项目缺乏延伸度的原因,“比如很多调味品都来自于山东,离郑州并不远,你拉到郑州加上价格再卖,怎么可能吸引采购商?”黄福堂认为,仅以调味品的销售考虑,郑州既没有相关的产业给予必要的支撑,也没有相对低廉的价格吸引客商,没有形成完整的产业链,是造成批发市场大面积陷入困境的原因,

“我们到浙江去看,那里的批发市场卖的很多都是当地工厂的产品,早已形成一个完整而紧密的链条,自然更有竞争优势。”

但是也有人不同意黄福堂的说法,一位参与大厨房整体规划的人士表示,大厨房的二期本来准备去做支撑工业,“二期由现代物流区、高科技示范园区及总部中心构成,集研发、生产、储存、物流交易于一体,将形成一个完整的产业链条,最终实现以市场为龙头,整合上下游产业的大发展园区。”而郑州市市场发展局局长杜金满早在2006年就公开表示:“如果不大力发展生产加工业,郑州的批发市场若干年后会一个接一个被淘汰掉。”这位人士指出,并非市场发展局不能认识到这一点,而是过度的竞争让大厨房难以实现自己的蓝图。

有业内人士表示,郑州现有大小批发市场300多家,其中和大厨房经营产品相似的就有10多家,过度建设只会使已经很稠密的市场更加拥挤,盲目反复建设让大家都在同一层面上互相挤压,经营的趋同性也很容易使同行业陷入不良竞争的恶性循环,这非常不利于整个批发业的有序发展。

一周资讯

一路南征 世纪联华转战社区

4月10日,位于大学路与长江路交叉口附近的世纪联华大型商超将开门纳客。这家商超是世纪联华在郑州的第5家连锁店,它的开业是世纪联华在2008年布局郑州的一个开端。记者注意到,在郑州市区的商业版图上,世纪联华长江路店已经是位于最南边的一家大型商超。

晚报记者 冯刘克

生鲜食品 日用百货 品牌专柜
新店凸显民生概念

世纪联华长江路店定位为社区店。河南世纪联华超市有限公司营销策划部经理杜恒波表示,世纪联华打破常规,改变以往扎堆商圈的做法,将新店选址在新兴社区较多的长江路附近,这家店与商圈中的超市定位不太一样,它的主要功能是服务周边社区居民的日常生活。

据杜恒波介绍,长江路店共占3层,经营面积达2万多平方米,经营品类丰富,预计将达4万多种商品。为了更好地服务周边居民,世纪联华前期已经对周边居民的消费水平、消费习惯做了一定的调查,长江路店的商品经营结构就是根据调查结果量身定做的。杜恒波说:“世纪联华经三路店周边的商务楼、写字楼较多,服务的客群有很多都有办公需求,所以经三路店就比较侧重办公用品区域的建设。而长江路店周边的生活社区和都市村庄较多,商品结构的设置就会侧重生鲜食品和日常家居用品等方面。”

在超市硬件方面,长江路店拥有独特的优势。据了解,世纪联华长江路店所在的建筑在设计之初就考虑了作为商业超市的功能,所以长江路店在商品陈列、展示等方面

能够更好地体现超市的特性,更好地服务消费者,方便选购。另外,长江路店还将贯彻世纪联华“百货+超市”的大卖场思路,将精品百货引入超市,使超市商品覆盖中高低档,真正满足不同层次消费者“一站购足”的需求。

长江路店 汝河路店 碧波园店
构筑南区铁三角

长江路店只是世纪联华2008年扩张计划中布下的第一枚棋子。从世纪联华2008年制定的“3年10家店”总体规划来看,到2010年,世纪联华要开10家店。时至今日,依然有5家店在规划中。

世纪联华现有的碧波园店、汝河路店与即将开业的长江路店在形状上形成了一个三角形,这被杜恒波解读为“构筑成一个铁三角”。这个“铁三角”的辐射范围错落有致,将郑州西南区域网罗殆尽。

长江路店位于“铁三角”的南端,这一区域集中着较多的城中村和新兴社区,亚星盛世家、锦绣江南、兰亭名苑、江山书香名邸等诸多楼盘都在长江路店的辐射范围之内,该区域还有许多在建的社区,这无疑为世纪联华提供了较大的生存发展空间。

奥运来了,大商新玛特做了一件让人感动的事情

捐赠体育器材 帮孩子实现奥运梦想

“以后我们有玩的了。”上百名小学生争着将一箱箱篮球、足球、跳绳、跳棋、羽毛球及球拍、乒乓球及球拍,还有服装、图书等物品搬运到临时库房,稚气的脸上洋溢着幸福的笑容。大商集团通过“迎奥运,关爱贫困儿童”捐赠活动募捐到的上百种学生学习及生活用品,近日分送至郑州德全学校和开封市兰考县城关镇东街学校。

晚报记者 祁京

在捐赠现场,来自两所学校的部分孩子,向捐助者献上了经过他们精心排练的《感恩之歌》、《蜗牛与花仙子》、《蓝精灵》等歌舞、诗朗诵节目,真诚地表达感谢之情。这些孩子们说,有这么多的人关心着他们,他们很幸福,并表示一定好好学习,健康成长,早日成为社会的栋梁。

梦想因为爱心而延续

大商新玛特金博大店营销部副部长郭震表示,活动一推出,大商集团的全体员工积极响应,供应商纷纷伸出援助之手,共捐物品价值近4万元。虽然不是很多,但在改善这些学校的教学现状上会有一定帮助。“商家不但将精力集中在商品活动和促销活动中,注重销售业绩的提升,同时,更对社会承担着不可推卸的责任。今年,我们仍然会积极参与各项公益活动,共同促进社会和谐发展。”郭震说。

郑州德全学校校长释德全说:“这次捐助活动让我心潮澎湃,激动万分。我代表所有民工子弟学校的领导,向关心和帮助民工子弟学校发展的各界朋友表示深深的敬意和感谢。”

紫百店庆更换新店旗、新店徽

4月1日清晨,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货近千名员工举行庄严的升旗仪式庆祝紫百25周年华诞。包括新店旗、新店徽等在内的,融合了先进管理理念的CIS企业识别系统正式启动。

紫百总经理巩玉梅表示,紫荆山百货大楼2007年9月6日通过实施破产重组成功改制转型为“新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货”,不仅使职工利益最大化,确保思想稳定;而且使企业实现资产优化,脱胎换骨,轻装上阵。

新公司紧紧围绕“礼品百货,尊贵消费”主题定位,促进紫百的商品品位和营销品质实现了质的蜕变和提升,形成了区别于其他商场的经营特色,为广大顾客提供着“礼品新概念,名淑新潮流,男士新天地,休闲新时尚,生活新品位,视听新体验”的购物新体验。

新公司专门成立由企业高层和专家组成



的CIS企业识别系统领导小组,经过将企业经营理念和企业精神的运用统一,整体进行整合、设计、传达。记者在现场看到,企业标识、员工工装、店旗、名片、信息纸、打折牌、标价签、导视等VI系统将焕然一新。许多员工和顾客都对新紫百新形象给予了很高的评价。

晚报记者 祁京 周倩/文 赵楠/图