

运营17年 北京华联“急刹车” 停业改造 闭店原因“无可奉告”



运营17年的北京华联郑州二七店下月起停业改造

►7月2日,BHG(北京)百货有限公司郑州店(以下简称“北京华联郑州二七店”)一纸公告在商业圈激起千层浪。公告显示,北京华联郑州二七店将于2019年8月1日起闭店停业改造,会员可在7月31日前到店办理积分兑换、清理手续以及退换货等,落款处盖有“BHG(北京)百货有限公司郑州店”的公章。

►北京华联郑州二七店为何闭店?在商业大潮的冲击下,北京华联郑州二七店的“改造”到底是阵亡还是重生? □东方今报·猛犸新闻见习记者 王琳/文图

【消息】北京华联郑州二七店下月闭店改造

闭店公告中显示,北京华联郑州二七店将于2019年8月1日起闭店停业改造,会员可在7月31日前到店办理积分兑换、清理手续以及退换货等。但对于商场的改造情况及再开业时间等,公告只字未提,只是提示

会员可在7月31日前到店办理积分兑换、清理手续以及退换货等。显然,多数人对于公告上的闭店原因并不买账。

3日上午,当记者再到北京华联郑州二七店的时候,这座商厦的所有门上都

干干净净,甚至丝毫没有贴过公告的痕迹。那么,这座在郑州运营了17年,曾创造和见证了郑州商业辉煌史的百货商厦“闭店”的公告到底是真是假?像北京华联郑州二七店一样的老百货商场的未来又在哪里?

【调查】多数专柜3到5折处理商品

距今17年前的2002年,北京华联初入郑州之时,在郑州的第二轮商战中,它像一位身强力壮而又武艺超群的将军,所向披靡,一时风头正劲,曾经创造和见证了郑州商业的

辉煌。

然而,3日上午,当记者跨入北京华联郑州二七店的大门时,整个商场冷冷清清,多数专柜贴着“3折”“5折”的红牌子,货架上的商品摆得稀稀疏疏,整个商场

甚至不见一名保洁人员。

随后,记者从1层逛到5层,多个楼层都有不少空铺,不少品牌店里甚至没有开灯,营业员不知所终,只有5层的影院和饮食店稍显热闹。

【走访】不少商户称“很震惊”

记者在走访的过程中发现,多家商户表示自己2日才接到通知,说商场要进行升级改造,但是对于再开业的时间,却没有人告知,商场要求1到4层商户7月31日前撤离,5层的餐饮可以延期到9月份搬清,只会保留负1层的超市和5层的电影院正常营业。这种说法在5层电影院的工作人员处得到证实,他表示影院未受商场升级改造影响,将会继续营业。

“昨天中午从邻柜听说要闭店,一开始不相信,以为

是假的,毕竟这么多年了,后来看了门口的公告才知道是真的。”一家品牌美妆专柜的导购告诉记者,对于商场闭店具体的原因,她并不清楚,公告上说是升级改造,但是商场并未通知再入驻的时间,不过因为他们是连锁品牌,在郑州的各大商场都有专柜,所以影响并不大。

记者发现,无论是美妆、服饰还是鞋子等,对于大多数的连锁品牌,华联的升级改造对他们影响并不大,目前陈列的商品公司会撤回

去,人员可以到其他店支援;影响比较大的是一些自营品牌或者餐饮。

5层一名火锅店的工作人员告诉记者,收到闭店通知的时候很震惊,以为是开玩笑的,他们跟商场的合同是今年8月份到期,前几天还通知他们让去续签合同,直到昨天(2日)租赁部的经理突然通知要闭店改造,而且其他什么消息都没了,也没说什么时候改造完,自己一下就蒙了,不知道下一步该怎么办。

【探因】闭店原因“无可奉告”

对于北京华联郑州二七店的闭店原因,公告上称是为了停业改造,然而,记者发现,在公告突然发布的同时,却没有任何改造方案或改造时间公布,无论是商场的内部员工,还是商户对于商场的情况,都处于“茫然”状态,没有人知道确切的原因。

总服务台和商场收银台的工作人员均表示,除了从公告上得知商场要闭店改造,没有收到其他通知,具体情况自己不太清楚,有相关问题可以咨询公司的行政部。

3日,记者拨通了北京华联郑州二七店总经理张晓霞的电话,她表示,自己两个月前已经调离郑州,具体情况并不是很清楚。在商场3层办公区,记者见到了行政部的2名工作人员,但是对于商场闭店和公告只公示了一天就被撤掉的原因,工作人员表示“无可奉告”。

按照正常逻辑,既然“官方”公告说是“停业改造”,北京华联郑州二七店的闭店已经是“板上钉钉”的事,为什么商场行政部又对闭店原因讳莫如深呢?



商场货架上的商品摆得稀稀疏疏

■专家观点 未来的商业 应具备“城市会客厅”功能

省商业协会会长何宏剑表示,商场正常的闭店改造一般会公布改造需要多长时间、什么时候再开业,以及改造后的形象和成果等,还有比较显著的一点是,商场会持续招商,如果这些都没有的话,这个“改造”就是比较蹊跷的。

另外,目前中国的百货店大部分在走下坡路。随着混合业态的购物中心及电商的出现,对百货店造成了不小的冲击。尤其是对二七商圈,包括德化街一带而言,整体租金在郑州算是最高的,如果这些商场没有及时改变产品适应所在商圈消费者的需求,出现闭店的情况也不是不可能。

何宏剑认为,对零售业来说,最大的不变就是“变”,原来那种纯百货形式的实体店日渐没落,这个发展趋势没有人能阻挡,再加上一些品牌商将商品放在网店销售,对百货造成冲击是必然的。原来郑州的商业中心,只有二七商圈,但是现在城市的商业已经多中心化,多中心化之后,对这些传统百货商场的生意肯定是有影响的。对于传统的百货商场,只有根据消

费者的特点和结构不断调整自己,不断突破,才能更好地满足消费者的需求。

RET睿意德华中区总经理石俊东认为,北京华联的闭店改造只是二七商圈老百货业态面临新环境下窘迫的缩影。事实上,随着郑州商业项目如雨后春笋般出现,多个优质商业加速分化了老商圈原有的消费客群。无论是物业舒适度、品牌丰富度,还是空间体验感,相对单一的老百货都难以再有昔日风光。

在石俊东看来,伴随外来知名发展商(如大悦城等)陆续到来,郑州商业格局也会有明显变化。下沉的一线品牌与大量资源优势会反推本土商业从粗放的开发朝向精细化运营转变,从重视地段到更重视客群,由盲目趋于成熟。

而每个城市都应该有能承载当地文化与文旅标签的商圈,既有代表城市消费顶层的高端零售,又有年轻活力的消费群体。它应该具备“城市会客厅”功能,正如成都的春熙路商圈等,二七商圈可延展并丰富二七塔、的历史文化,再升华年轻客群的消费场所,这应该是未来商业发展的方向。