



频遭“滑铁卢”的百货业去向何方?——从北京 SOGO “撤柜潮”说起



坐拥北京宣武门黄金地段的 SOGO 庄胜崇光已有近 20 年历史，这个曾经见证并创造百货业辉煌的高端商场，从去年底至今持续经历着令人尴尬的“撤柜潮”，引发了消费者和业界的广为关注。

相对于今年一季度消费对经济增长的贡献攀升至 77.2% 的佳绩，传统百货业发展却在放缓，频遭“闭店潮”。在这些个案的背后，如何通过供给侧改革振兴实体百货业，值得思考。

高端商场遭遇“撤柜潮” 个性与共性问题并存

庄胜崇光百货于 1998 年开业，曾是北京单体面积最大的商场之一。“地处黄金繁华位置，从一度辉煌走到面临调整凋零，让人觉得惋惜。”一些业内人士发出这样的感慨。

记者近日在走访 SOGO 庄胜崇光百货老馆时发现，一层的高档化妆品专柜全部撤销，成了服装大卖场，二、三层正常营业，四、五、六层的销售柜台已人去楼空。在之前的很长时间里，逛 SOGO 是不少消费者拥趸的时尚生活方式，而今这里却渐成了大卖场。

男装品牌九牧王的销售人员告诉记者，一层大部分男装品牌原来都在四、五层经营，但因为商场要进行整顿，便转移至一层销售。

“正在等商场通知，具体原因不好说，反正我们的服装在这个月合同到期后也就撤出 SOGO，所以商品都是赔本甩卖。”服装品牌“城市骆驼”的销售人员说。

关于 SOGO 未来发展，各方传闻不断，有的说是 SOGO 多元投资失误导致，也有的说商场要走向关闭，还有的说这里将改为写字楼。对于种种传言，SOGO 方面始终保持缄默。记者试图联系采访商场有关负责人被婉拒。

业内人士表示，在电商大潮澎湃兴起的背景下，SOGO 走向萧条，尽管在很大程度上与其主营业务调整和自身经营不善有关，但也从中折射出我国传统百货业发展面临的共同困境。

据中国商业联合会、中华全国商业信息中心统计，2016 年，全国百家重点大型零售企业零售额同比下降 0.5%，降幅相比上年扩大了 0.4 个百分点。华堂、百盛等老牌百货在北京关闭部分门店，进一步引发百货业是否再遇寒冬的质疑。

品牌少、个性缺、不好玩 百货业需“自我把脉”

个性问题固然为主因，但事件透露出的百货业更深层次的问题更值得重视。

业内人士认为，SOGO 一直以传统的百货形态经营，受电商冲击严重，也不具备价格优势。加上北京南城新建的不少商圈对客户分流的影响，最终造成了如今的尴尬局面。

其实，这在百货业中并非个例。记者在走访位于朝阳区东大桥附近的蓝岛大厦时发现，虽然离使馆区不远，但商场内冷冷清清，营业员比顾客

数量还要多。不少名牌服装打出 3 至 5 折的优惠价，却无人问津。

百货零售业近些年频遭闭店，显示出发展的严峻态势。除了受实体经济增长放缓，租金成本高企，电商冲击等影响，百货业自身还有哪些值得反思的地方？

中国连锁经营协会副秘书长彭建真指出，现在涌现出网购、海淘、代购等多种模式，消费者有更多选择，实体店如仅靠打“价格战”而不推出性价比高的产品，势必不能长久。

百货业的联营扣点模式，也被认为是导致其走向衰落的重要原因，自采自营则被视为拯救百货业的“良药”。“由买手直接从厂家购货，信誉、特色、成本上都有诸多优势。”北京电子商务协会副秘书长魏波说，而且能推出更多满足消费者个性需求的品牌，打造百货店的软实力。

日前，王府井集团就推出自有品牌“王府井梦工厂”，展示带有北京文化符号的自主设计文创产品。尽管整体定价处于中上水平，但相比其他品牌店的人流，这里却吸引了更多的顾客。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32384

