

3月闭店 三友商场弃“纺织”改办公

以“纺织”作为特色的三友商场也加入了老牌百货的改造大潮。1月5日,北京商报记者走访位于东四的三友商场发现,该百货店即将在3月闭店,未来该建筑将作为办公场所经营。业内人士分析指出,北京老牌百货陆续进入“改造大潮”,主要是因为商场老化,商品品类、顾客结构及品牌形象多年未变,不符合当下发展趋势,所以老百货需要通过调整,寻找新的机遇再次进入市场。

闭店改办公用途

以大力促销为闭店做准备的三友商场再一次走进了消费者的视线。北京商报记者走访坐落在北京“银街”东四地段的三友商场看到,该商场各层贴满了“清仓甩货”的字样,多数品牌柜台都进行打折优惠活动。其中,三层的羊毛衫、羊绒衫吸引了很多消费者抢购。

对于卖出产品的退换货问题,一家连锁商户店员表示,因该商场面临年后闭店问题,所以退换货在一周内均可进行,但闭店之后该专柜将不再回归。

据了解,北京三友商场成立于1985年,该商场举办的“羊绒羊毛衫节”“中国羽绒服节”和“中国麻纺织文化周”使三友商场成为深受中老年消费者喜爱的特色商场。但随着消费趋势的更迭,三友商场的经营品类从羊毛羊绒衫、羽绒服、针织内衣、床上用品、麻纺织品、丝绸、化妆品等逐渐压缩至目前的羊毛羊绒衫、羽绒服、保暖内衣。

对于闭店原因,一羊毛衫经营专柜的人员表示,闭店结果是商场管理层早已作出的决策,若不是因为打折促销,店内购物的消费者并不会这么多。上述人员还表示,自家品牌会经营至3月撤离,春节前是羊绒制品



三友商场内部

销售的高峰。位于三友商场一层的一点点商户对北京商报记者表示,该门店在2018年11月开业,经营才一年多的时间就需要寻找新店面了。“未来的三友商场所在建筑会作为办公场所继续经营,不再作为商业用途”,上述商户透露。对于商户透露的商场以后用途,收银处工作人员进行了确认,三友商场在3月底闭店不再重开,所在建筑用于办公。

同时,北京商报记者在现场看到,三友商场内部售卖的产品多为中老年用品,业态相对单一。其中,商场一层为羽绒服区域;二层售卖保暖内衣、男女服装、鞋品;三层售卖羊绒、羊毛衫。其次,该商场内部装修老旧,扶梯早已停运,为中老年消费者购物造成不便。



三友商场内部

百货转型新机遇

与三友商场类似,近期还有各类大大小小的百货门店纷纷转型。此前菜市口百货市场刚刚闭店,闭店前夕该百货为小商品零售业态,总共拥有两层区域。据菜市口百货市场总经理李毅透露,改造后的菜市口百货市场将更名“菜市口生活购物广场”,会优化整体内部环境,增加文化产业及注重服务质量的提升。

同时,在长安街东侧矗立27年的赛特购物中心也将于3月进入闭店改造阶段,改造后将更名为“赛特·碧乐城”,定位高端购物中心,将打破原有的百货模式,整合现有业态,引入全新品牌并融入体验、艺术类业态。

此外,近年来王府井集团一直在推动百货板块转型。其中,北京百货大楼引入了该集团打造的首个生活方式类型的自营集合店“尚府”。同时,北京百货大楼地下二层打造了体验场所“和平·局”,在2400多平方米的空间内引入胡同、特色小吃及特色表演等场景,通过还原老北京城的原貌吸引消费者到店体验,加速北京百货大楼的转型升级。

针对这些传统商业转型升级,北京市商务局也提出“一店一策”升级改造方案,利用2-3年时间,选择一批影响力大、硬件设施老化、经营状况不佳的地标性传统商超作为试点,通过“一店一策”政策进行升级改造。

截至目前,长安商场、甘家口百货等传统商业已经完成改造,进入营业期,预计今年将迎来此类传统商业重装亮相的高峰期。

未来方向渐明朗

伴随着北京市商务局针对传统项目改造的“一店一策”陆续落地,百货行业正在抓住契机尝试复苏。在转型过程中,百货行业应通过深入应用数字化,强化商品经营,增加体验元素,精准定位和改善管理等手段,加快转型升级调整步伐。

中国百货商业协会指出,在2019年期间,由于多种不利的外部因素影响,中国零售业各个业态的增幅普遍趋缓,百货企业转型升级迫在眉睫。从业态经营特点看,在人、货、场三个要素中,百货业缺乏对商品的掌控能力,价格、渠道、供应链的管理主要在品牌商。电商需要对市场快速作出反应,需要高效的供应链体系,因此,以百货为主开设电商平台挑战极大,同时电商平台和跨境购需要持续大幅投入。综合来看,百货业在发展全渠道和数字化方案方面,需要更加注重人和场的打造,如会员营销、数字化卖场、停车服务等。

同时,中国百货商业协会还表示,百货业的另一个转型趋势是社区化,把商业空间变成一个高质量的社区生活配套,以满足周边居民生活所需。其中值得注意的是,企业在社区化改造过程中,必须先充分了解目标客群的生活方式、习惯,消费需求及级次等,才能贴近所属社区,提高与居民之间的联系,甚至引领他们的生活。百货业利用社区化突围,相信能提高目标群体的忠诚度和黏性,可改善商场入驻效率及销售表现。

各大百货多为城市或区域的地标,是消费者时尚消费的重要场所。北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,传统百货商场之所以需要转型,大多因为装修和品上逐渐老化。随着商场的没落,随之而来的就是品牌商和消费者的逐渐远离,尤其是位于城市中心的这些传统百货。近年来,这些特色经营的老百货逐渐加码体验消费和时尚消费,吸客能力也随之不断提升。

北京商报记者 王晓然 刘卓澜/文 刘卓澜/摄

聚焦安全《化妆品监督管理条例(草案)》获通过

千呼万唤始出来,1月3日,据中央广播电视总台新闻联播报道,国务院常务会议审议通过了《化妆品监督管理条例(草案)》。虽然《化妆品监督管理条例》最终版尚未正式出台,但在业内专家看来,这是40年来化妆品行业在治理能力、治理理念上最深刻的一次变革。据悉,草案将围绕原料、惩罚力度等方面有进一步规划。

“如果一定要说本次通过的《条例》聚焦的核心,那毫无疑问就是安全”,对于本次《条例》最大的变化或者核心要义有什么不同,广州荃智美肤生物科技研究院研发总监张太军如此回答道。他坦言,过去化妆品行业从生产到经营到消费,只要获得“许可”即可进行,至于后续效果如何,没有强力保障,也没有具体规定,但现在是从简单许可到全链条安全的追溯。

事实上关于这一点,广东省药品监督管理局化妆品监管处处长郭昌茂也曾在2019年底第四届中国化妆品科技节上公开表示:政府对于化妆品监管的本质是“管安全”,其中包括守住安全底线、维护公平秩序、促进产业发展三个方面”。

至于如何更好践行安全宗旨,可以从本次央视新闻的报道中注意到《条例》新规定特别提及,将对化妆品产品和原料按照风险高低分别实行注册和备案管理,并简化流程;完善监管,明确企业对化妆品质量安全的主体责任,加大企业和相关责任人违法惩戒力度。

“首先说原料层面,过去所有的原料统一管理,现在进行分类则是特殊原料高风险严格管理,普通的原料备案后即可开始走向市场,这样分类管理既能最大程度区分管理好原料,又可很大程度释放行业活力。”张太军详细解释道。其次在产品层面,他透露,过去只有防晒产品需要详细注册备案和报告,然而根据最新的《条例》意见征求稿,现在是包含美白、祛斑等在内的产品均需有验证报告,且报告也会公开公示。

“这对于企业来说将是非常有挑战性的,产品功效必须要有实实在在的功效证据,而且相伴相随的产品功效宣传也将更加谨慎,不然将涉及虚假宣传等。”对于报告究竟会公开到何种程度,张太军表示需要配套文件来明确,基本法不可能对细节进行规定,目前功效验证报告公开的程度尚不可知,企业不要太过紧张。

至于央视报道中提到的完善监管,明确企业对化妆品质量安全的主体责任,加大企业和相关责任人违法惩戒力度,张太军直言这点非常明确。就其所了解的最新的《条例》意见征求稿,过去出现违规,企业或个人罚钱即可解决后续事宜,如今启用“资格罚”,化妆品问题严重时,单位和个人将面临3年、5年、10年禁入化妆品行业处罚,情节严重和单位违法的,自处罚决定作出之日起10年内不得从事化妆品生产经营活动。其次,罚款也不再是过去的以违法所得为起点,而是以货值倍数的5-10倍,远大于过去处罚可能不过数千的力度。

在上述《条例》尚未出台前,化妆品行业一直实施的《化妆品卫生监督条例》。据悉,后者由卫生部于1989年11月13日发布,自1990年1月1日起施行,迄今已有30年历史。30年行业巨变,如今的中国美妆市场早已有了全新面貌,《化妆品卫生监督条例》中的多项条款已不符合现今化妆品行业发展。

因此从2014年左右开始,在业内人士的疾呼下,条例更改被相关部门提上议程。2015年,国务院法制办公室关于公布《化妆品监督管理条例(修订草案送审稿)》公开征求意见的通知。2018年10月,国家药监局成立了化妆品监管司,各省成立化妆品监管处。2019年3月《化妆品卫生监督条例》进行修订,其中包括将“卫生行政部门”修改为“化妆品监督管理部门”;“卫生许可证”修改为“化妆品生产许可证”;“工商

行政管理部门”修改为“市场监督管理部门”等。

张太军激动表态道:“这是40年来化妆品行业在治理能力、治理理念上最深刻的一次变革,从过去简单的许可,变成了以风险管控为核心指导思想,影响深远,意义重大。”他直言:“该条例的意义怎么评价都不为过。历时五年,它凝聚了全行业的集体智慧和心血,必将助推化妆品产业高质量发展”。

中国香料香精化妆品协会理事长陈少军在接受北京商报记者采访时则表示,被业内人士称为化妆品行业的最高法、基础法和根本法的《化妆品卫生监督条例》如今终于有了最新动态,令人欣喜:“《条例》填补了自1989年以来老条例的缺憾,是政府主管部门开门立法,历经几年,与协会、企业反复沟通的,符合目前行业发展现实的法规,毫无疑问它将有于行业健康、有序、可持续发展。”

具体来看,陈少军指出《条例》明确了企业及经营者的主体责任,将有利于行业自律;同时它还贯彻习主席四个最严的指示,加大罚则力度,将有利于净化市场,加速行业集中度。而在监管方式上,《条例》由事前监管向上市监管重点转移,同时还简化审批程序,符合化妆品行业时尚性、季节性强的快销品行业特点。”

他表示,总的说来《条例》体现了严管违规与包容创新的新监管思路,能看出从顶层设计到行业人士、消费者等,都真正花费了心血,最大程度开启了思路,或将为化妆品行业下一个30年更好保驾护航。

对此,张太军也表示认同,他坦言,站在30年的节点上,中国化妆品市场蓬勃发展的关键时期,风险管控之下的《条例》总体基本做到了精准管理,即从源头到生产销售经营,环环责任到人、法律法规到位,这是进步,也是未来方向。

北京商报记者 王晓然 陈娟

Market focus

西单商圈将用三年完成业态调整

北京商报讯(记者 陶凤 常蕾)1月5日,北京市西城区第十六届人民代表大会发布会透露,未来三年,西城将着力推动西单商圈更新,以西单大悦城为首的各个商场、店铺都将完成业态升级,打造青春时尚风格,整体工程预计2023年完成。

西城区商务局局长袁利表示,未来,西单商圈将引进更多休闲娱乐和体育健康类等业态,通过政策引导,实现原有业态腾笼换鸟。

新业态入驻后,商户和企业根据现有状况升级改造。其中,西单109大楼将升级为以商务餐饮、城市服务和科技、会议住宿为主打的新型综合大厦,还将引入高端婚庆展示等服务内容。与此同时,西单文化广场也有可能完成更名,彰显时尚气息,目前正在规划中。

据介绍,对于西单商圈的业态调整,将按照“中国元素、北京印记、国际品质、时尚之地”的标准,将西单商圈打造成具有广泛影响力的国际一流商圈。

早在去年7月,西单商场已经开始进行改造。彼时,西单宣布2020年起将通过三年的时间对商场进行全面升级,打造以5G基站为基础、无线互联为手段的高科技、高体验、高融合智慧商业。10月,西单商场与北京戴德梁行物业管理有限公司(以下简称“戴德梁行”)进行合作。公开资料显示,戴德梁行已经为北京东方新天地、万科集团、太古集团、花旗集团、中粮地产等企业做过

相关服务。

对于当前西单商场的改造进展,袁利介绍称,西单商场作为北京重要的商业文化地标,正在深入进行市场调研和改造方案设计。

实际上,包括西单商场在内的一批老商场当下都在寻找着转型路。曾以韩国服装城闻名京城的华威商场,改变了从前的传统市场形象,统一打造成“潮铺街”;汉光百货历经五年多的调整,已经在化妆品领域全国领跑;曾经的美特斯邦威大楼,已经变成美食综合体。

据悉,2019年,西城商贸服务业实现稳定增长,预计全年实现社会消费品零售额1089亿元、增长4.5%,预计实现出口总额1230亿元、增长10%。

此外,袁利还透露,2020年,西城将新建和提升便民商业服务网点40个、百姓生活服务中心5个。保持基本便民商业服务功能社区覆盖率100%。

同时,2020年,西城将实现全区建成百姓生活服务中心55个,其中优选15个作为首批社区生活“第三空间”亮相,进一步促进社区服务业态多样融合,打造社区共享交流空间。引导社区型购物中心不断丰富便民消费综合功能,推动社区便民消费服务圈建设。在全区百姓生活服务中心和商业服务项目上建立“服务直通车”机制,通过召开现场座谈会等方式,了解居民、消费者的需求和意见,持续提高社区便民服务质量。