

调查
北京城市商业综合体

10

冬日的傍晚，北三环南侧的大钟寺中坤广场灯火通明、霓虹闪烁。一个43万平方米体量的商业巨无霸，“跳级”替代了曾经充满吆喝叫卖声、满地鱼虾残骸，甚至是泛着异味的农贸市场。尽管大钟寺地区位于北三环这个寸土寸金的黄金地段，但由于该地区长期缺乏有质量的大型商业项目，附近社区居民消费大多流失于其他区域。随着大钟寺中坤广场这个“跳级生”的出现，很多流失的消费群体开始回流。

中坤广场：“跳级生”留住社区消费

商报记者 王晓然 刘一博/文并摄 焦剑/制图

商业“改头换面”

今年一个冬日的下午，家住大钟寺地区某社区的胡女士和家人从大钟寺中坤广场家乐福超市购物完毕。她手里拎着大袋的食物，走在宽敞的街道上；来商场引人的教育机构上课的小朋友在其身边不时穿梭。这让她不禁想起6年前刚搬到这里的情景。

2005年，胡女士一家搬到大钟寺。其居住的社区离大钟寺农副产品批发市场步行仅需10分钟。尽管交通便利，但社区周边脏乱差的环境却令她十分失望。

“每天凌晨2时就陆续会有海鲜小贩在街上摆好摊了。大清早的叫卖声、讨价还价声、汽车鸣笛声等，吵得人无法睡个踏实觉。”她回忆道，每天清晨一出门，甚至在自家楼道里就能闻见海产品的腥味。出门上班的路上，由于地面流着脏水，总要把裤腿挽起来一些，上车后再放下来。尽管周围的居民们时常抱怨，但有关部门对此现状也有心无力。

北京城市发展进入快行线，只是几年时间，距离大钟寺不远的联想桥等地区的商业环境开始逐步发展。与之相比，同属北三环区域的大钟寺地区显得跟不上节奏。农贸市场、批发市场以及家居卖场的商圈特点，始终让大钟寺地区的商业与北京整体的商业发展存在落差。

商业业态一成不变，让环境问题成了市政管理部门的一块心病。就在海淀区区政府开始规划准备升级改造这一区域时，大型开发商中坤集团的下属企业北京中坤业房房地产开发有限公司承接了这一商业改造项目。这是大钟寺中坤广场背后的一段故事。

从低端的商业业态，迈向了城市综合体时代，大钟寺地区正式进行了一次华丽的“跳级”。

2003年，这个总投资约40亿元的商业巨无霸项目宣布破土动工。中坤集团董事长黄怒波这样表述大钟寺的商业愿景：建成后会成为海淀区重要的商业中心，成为集购物、休闲、文化体验为一体的都市生活时尚休闲中心。

事实上，黄怒波的信心是有的放矢。因为，这里不缺商业氛围，也不缺消费群。周围社区除了太阳园社区、总参家属院还依傍两所高校，西北还可覆盖双榆树区域多个社区。

当时相关政府部门及中坤集团还曾拿出过一份极为乐观的预计数据：大钟寺中坤广场商圈覆盖的人口超过150万，大钟寺二级商圈覆盖的人口超过500万，大钟寺三级商圈覆盖的人口则达700万，各商圈的潜在购买力达到800亿元。

而且，中坤广场北侧坐落着中高档家居卖场蓝景丽家，南侧紧挨两座建材批发市场，往西步行30分钟是双安商场、当代商城与华宇时尚购物中心构成的成熟商圈。

消费不再东奔西走

大钟寺中坤广场的开业，不仅让大钟寺地区脱掉“小邋遢”的外衣，周围环境得到改善，也给周围居民的生活带来了不小的变化。因为，住在大钟寺地区的消费者，有了在家门口消费的场所。可以说，大钟寺中坤广场这个商业领域的“跳级生”，把本该属于大钟寺地区的社区消费留在了本地。

没有大钟寺中坤广场以前，大钟寺地区周边不乏商业娱乐设施，车程10分钟以内的双安商场、当代商城、华宇时尚购物中心都能满足消费者的购物需求；双榆树社区附近形成的美食街也已颇具规模。然而，对于大钟寺地区的居民而言，日常生活消费、休闲娱乐仍需“东奔西走”。

胡女士说，如果晚上下班后想与家人吃完饭看场电影，可以选择去当代商城附近的华星影院，但是即便是步行30分钟的距离，她们还是觉得“有点远”，所有她每次都会驾车出行，但停车又不方便。因此，与她一样的居民都很期待大钟寺中坤广场的电影院尽快开业。

如今这一切随着大钟寺中坤广场的亮相开始改变。一位老居民说：“小区旁边开了家泰国餐厅，我准备周末跟老伴去尝尝，一辈子没出过国，在家附近吃回正宗的泰国菜也不错。”现在，每天晚上都会有附近的居民到商场来遛弯。超市、餐饮设施是广场里生意最红火的。

还有一部分居民看中了大钟寺中坤广场的教育培训资源。“我们选择在大钟寺地区购房，是看中了海淀区的教育资源，希望孩子可以顺利考上海淀区的学校。大钟寺中坤广场有不少教育机构，很多老师就是学校任课甚至统考出题的教师，这方便了孩子的学习。”一位新搬到大钟寺地区的居民说道。他时常在周末带着孩子来上课，还答应下课时带孩子到中坤广场C座的儿童娱乐城去玩。



潜力还在释放的“跳级生”

据大钟寺商业有限公司总经理池淑涛介绍，大钟寺中坤广场的定位为“都市时尚生活休闲中心”，是一家名副其实的“城市综合体”。在总面积43万平方米的体量内，包含了商务办公、商务接待、购物、休闲体验、家庭消费和社交聚会等多重功能，对于改变社区环境和城市格局有很大作用。

事实上，从辐射区域的消费者反应看，大钟寺中坤广场的诞生，也的确给周边居民带来了许多期待。不过，大钟寺中坤广场在北京商业领域仍是新鲜血液，其成熟程度和已经度过培育期的金源新燕莎MALL等相比，仍有提升空间，很多商业潜力亟待释放。其中，就包括和主力店的磨合。

目前，北京本土零售巨头王府井百货在大钟寺中坤广场开出了其首家时尚百货王府井“hQ”尚客百货。记者多次走访发现，与开业之初相比，经过多次有效调整，王府井百货旗下的这家时尚商场已经和大钟寺中坤广场的定位越发契合。池淑涛也介绍说，“开业一段时间以来，根据各品牌的经营状况和项目整体定位，我们在进行局部调整，以便使业态和品牌组合更加突出文化、休闲和体验的定位。”

由此带来的是商场的经营业绩也比以往有大幅提升。除了王府井百货，平价钻石卖场每克拉美钻石商场的销售额也在其兄弟门店中位居前列。

正像大钟寺中坤广场“跳级生”的定位一样，“跳级”在带给大钟寺中坤广场丰厚回报的同时，也同时在经历着“跳级”带来的历练。

记者近期走访大钟寺中坤广场看到，尽管商场的主要店铺均已经亮相，但仍有不少品牌处于筹备中。据一位知情人士透露，其实，大钟寺中坤广场目前的进度存在一定延迟，与其筹备期赶上2008年北京奥运会不无关系。

大钟寺中坤广场方面称，由于体量较大，且“都市时尚生活休闲中心”的定位决定了餐饮类商户占比较大比重，同时餐饮类商户的装修期又较长，目前多数处于收尾阶段，未来将配合加快装修进度，促进商户尽快开业。

尽管大钟寺中坤广场让大钟寺地区的居民感受到了“足不出户”，但业内人士建议，商场还需加快筹备速度。因为，距离大钟寺中坤广场不远即有双安商场、当代商城等老牌商业。

在中坤方面看来，根据体量和项目特性，大钟寺中坤广场与双安商场和西直门凯德MALL等的定位有明显区别。相比传统的百货商场和中小型购物中心而言，作为城市综合体的大钟寺中坤广场，无疑具有更加强大的集聚能力和区域影响力。未来，大钟寺中坤广场将更加突出文化和艺术特色，如开设美术馆、小剧场、酒吧街等文化设施，将项目打造为海淀区乃至北京市的文化聚集区，提升城市品位，改变城市面貌。

专家观点

强化优势 明确定位

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利表示，大钟寺中坤广场的地理优势非常明显，不过就目前商场的情况看，其还应该尽快明确定位，打造更鲜明的经营特色。

他认为，这家商场可以立足大钟寺地区，因为这里更适合发展社区型商业中心。建议大钟寺中坤广场在主力店引进、选择招商品牌、商业布局时都更加符合周边社区消费需求，更多引进符合老百姓生活需求的商业品类和品牌，找准定位迅速占领周边社区市场，尽快改变发展缓慢的现状。

大钟寺地区原有商业的业态主要以家居为主，但家居卖场属于定向式消费，从看到买，消费者目标性明确，对于带动周边共享式消费作用较小。因此，大钟寺中坤广场仅仅是借助家居商业切入市场，但不能指望它们盘活43万平方米的综合体，必须找到自己在地区的定位，迅速占领周边社区市场。

糖价震荡下行压力加大 糖业产业升级迫在眉睫

今年第三季度以来，糖价、调控、库存、需求成为糖市关注热点。业内人士纷纷表示，糖价短期内震荡下行已成定势，2011/12年度中国仍是缺口大，国内糖价高位运行，但随着国家连续投放储备糖，以及进口糖大批到港的情况下，糖价高企的态势得到遏制。更重要的是，目前国内糖业发展瓶颈凸显，产业升级迫在眉睫。

糖价震荡下行趋势明显

今年7月初至8月上中旬，受食品加工企业“双节”食糖采购量较大因素刺激，加上对部分主产区气候干旱的炒作，国内糖价一路攀升，8月中旬一度高达8000元/吨以上。不过，随后在国家连续投放储备糖，以及进口糖大批到港的情况下，糖价高企的态势得到遏制。由于需求旺季接近尾声，中间商囤货心理出现松动，部分制糖企业也积极出货，库存压力逐渐显现，糖价持续下行趋势明显。

总体上看，主产区现货糖价格延续跌势，

广西、云南的部分地区价格已经跌破6800元/吨。短期看，价格越是下跌，商家观望心理越浓厚，成交量继续清淡，预计价格仍有下行空间，直到需求回升。

综观国内外食糖市场，由于前期受到各方面因素影响，产糖量依然充满变数。生产方面，此前广西部分地区甘蔗生长遭遇天气困扰，甘蔗长势也不如预期，产量可能受到影响。

万达期货总经理李晓志认为，目前来看，整个北半球2011/12榨季食糖产量将有近1000万吨的增加，这有助于扭转全球食糖连续三年供不应求的格局。

糖商不再“甜蜜”

随着糖价持续下调，糖业从业者已经早早感受到这个行当不再那么“甜蜜”。华商储备商品管理公司副总经理田耀元表示，目前进口预期逐渐兑现，备糖高峰已过，国内糖价开始显

示出疲软状态，但2011/12年度中国依然是一个缺口年。中国糖业协会副理事长刘汉德则坦言，明年我国食糖消费量将在1400万吨左右，而实际供应量或将在1100万吨左右，缺口达300万吨左右。

吉林华商商贸物流有限公司副总经理孙振和表示，目前糖市的状况是多种因素交织，

震荡延续。他认为，食糖确实已经进入“糖高宗”时代，集团化、集约化使得糖企掌控价格，

但是糖价走高，物流费用增长，增加了成本和风险，赚钱较少，糖企普遍感到压力大，部分糖企已经逐渐退出经营。

中糖世纪股份有限公司副总经理潘毅认为，第四季度糖价反弹是大概率事件。另一方

面，由于未来几年国内食糖消费存在刚性增

长，食糖的生产又不是一年就能大幅增产满足

消费的，因此糖价过低将带来阶段性的买入机

会。

新疆绿原糖业销售公司经理周俊钢表示，中国糖业发展瓶颈凸显，主要表现为糖源不足。究其根源，主要有以下方面：甘蔗受地域限制因素太大，广东、海南甘蔗的种植面积一直在不断萎缩。甘蔗、甜菜种子没有知识产权、缺乏创新机制。种子老化，导致产量下降。水利设施建设落后、破旧，导致糖料产量下降，无法保证足够的制糖原料。

亟须保糖源稳糖价

广西糖网总经理李伟春、糖企负责人孙振和等业内人士认为，破解糖业发展的瓶颈，除了解决企业自身外，更需要政府的扶持和引导。

李伟春表示，首先，应提高农民种植糖料的积极性和稳定糖料种植面积。政府可以从加大资金投入和建立激励机制等方面入手，制定一系列直接面向农民或者制糖企业的糖料生产补贴和扶持政策，如加大糖料种植贴息贷

款，良种、机耕、农膜和糖料生产专用机械的补贴力度等，充分调动广大农民的积极性。

另外，加快农村土地承包经营权流转的探索和实践，使糖料种植朝集约化经营发展。推进高标准糖料农田建设，全面提升糖料综合生产能力及抗风险能力。

周俊钢认为，在保证糖料土地种植面积的前提下，应广泛应用科学技术，提高糖料单产能力，包括含糖度和产量，开发新的糖料品种，在加工过程中加强技术含量，以更科学更现代的生产技术提高产能和产量，降低生产成本。

孙振和说：“糖业也要走出国门，可尝试在适合糖料种植的邻近国家租地种植糖料、进行加工，或合资或自建厂，然后销往国内，满足国内市场需求，这比单纯进口糖成本低。”

云南中糖发展有限公司总经理黄宇飞认为，国家应该突破配额限制，低价进口国外食糖，作为储备糖，以备不时之需。据新华社电