

编辑 刘宇 美编 韩玮 责校 刘凯晶 电话:64101879 syzk2008@126.com

电子卖场商户的去与留

继中关村e世界后，17年的老店百脑汇也于不久前闭店，曾经风光无限的电子卖场走向没落。电商将生产商和消费者直接串联起来，代理的弱化与利润透明化让传统电子卖场卷入变革风暴的中心。北京商报记者调查发现，在卖场改造有些乏力的状态下，商户也开始了自救之旅。

商户自救

衰落的电子卖场亟待转型，曾经压垮电子卖场的线上渠道成了救命稻草。北京商报记者了解到，部分商户推出微店和淘宝店销售商品。商户张先生表示，比起传统电商，他们的优势在于专业性强，上门装机和售后服务是传统电商无法提供的。一些商户已经自发地组织成团体，进行电脑售卖维修的O2O服务。

张先生告诉北京商报记者，目前他们只是通过QQ和360的同城服务平台做生意，微信服务平台已经在筹备了，将来很有可能建立手机App和网站，走上真正的O2O之路。

北京商报记者了解到，装机、维修服务的市场需求依然存在。张先生介绍，现在的游戏发烧友大多不买品牌的账，而是自己攒机，水冷和固态硬盘是标配，但装机并不简单。

虽然电脑已经很普及，但基本保养和维修对于女性仍是难题，仅风扇清灰这一项业务就有不少需求。

渠道变革

北商商业研究院特邀研究员赖阳认为，电子卖场业态与零售业类似，品牌商的线下商铺转型为展示中心和售后服务中心，卖场衰落是业态发展趋势。

电子卖场兴起于2000年左右，于2005年形成规模。中关村被称为“中国的硅谷”，更是如日中天。鼎好的铺面刚刚开始认购时，排队的商户将现场挤得水泄不通，许多商户因没有买到铺位而后悔不已。海龙电子城一位店主介绍，他八年前租下这个摊位，月入1万元很轻松。

一位业内人士表示，在这样的环境下，做电子卖场非常赚钱。当时，绝大多数卖场都是先打着“旺铺传三代”的旗号把铺位卖给大业主，大业主再转租给商户。



商户生意兴隆按时交租，业主自然不会过问经营问题。层层转租缺乏统一管理，同质化的竞争局面导致品牌销售价格体系混乱、经营商品真假难辨。

一位商户坦言，对于个体消费者，以次充好、偷梁换柱的招数并没少用。“我也不想这么做，但整个卖场都这样。懂得的消费者少，大部分消费者只看价格和个别参数，你卖得贵了就面临着倒闭。业主忙着数钱不想管，卖场管过几次，但发现根本管不了，最后都不了了之了。”

赖阳表示，电商将生产商和消费者直接串联起来，代理的作用被弱化了。利润透明化使过去因信息不对称而产生的欺诈行为逐渐减少。对于电子卖场而言，体验功能将被品牌商的线下体验店取代，加强额外服务或成为电子卖场商户的自我

救赎之路。

尴尬未来

北京电子卖场业态经历了十几年的发展，2011年中关村电子卖场进行了最大、最彻底的业态调整，结束了疯狂扩张打造高端卖场。北京商报记者走访了鼎好、海龙、百脑汇三家卖场，昔日的热闹已成过眼云烟。曾经租金为中关村之最的鼎好，目前腾空了一栋楼；与鼎好仅有一步之隔的中关村e世界已关门谢客；靠近地铁站的海龙门口仍然有大批拉客的导购；朝阳门外的两家百脑汇已有一家倒下。

曾经一铺难求的中关村电子卖场，因为行业的没落与生意的清冷商户纷纷离开。中关村e世界宣布停业后，北京商报记者

者当时走访了解经营商户的安置情况。不过，一位商户坦言，不必担心没地方搬，附近多的是空铺。另一位商户坦言，电子卖场已今非昔比，曾经仅靠一个铺面就能养活一家人，许多店铺都是“夫妻店”，生意最忙的时候还要雇一两个小工，现在连一个人都养不活。

北四环外的广安中海电子市场也是承接中关村e世界商户的主要卖场之一。杨先生夫妇曾是一个品牌打印机的代理商，在中关村e世界和鼎好电子城均有商铺。中关村e世界关门后，他们搬到了广安中海。杨先生告诉北京商报记者，诸如打印机、摄像设备等产品，公司订单是“大头”，但近两年生意也不好做了。

北京商报记者 李铎 肖鹏/文并摄
韩玮/制表

业态创新 永动不竭 ——

燕莎奥特莱斯作为国内奥特莱斯业态的领航者，打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯既是燕莎奥莱不断追求的企业目标，也是燕莎奥莱致力于与国际商业同步发展的企业责任和民族情结。引领都市生活新概念，为广大消费者提供更具品质的购物体验，更是燕莎奥莱回馈消费者，回馈社会的不竭动力。

地址：北京市朝阳区东四环南路九号
A座服务电话：67395678
B座服务电话：67395800
C座服务电话：67396666

创始者

中国奥特莱斯业态的
燕莎奥特莱斯购物中心
打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯

名品 + 实惠

轻松 + 便捷

品类 + 规模