

# 苏宁易购家广场店进京 豪赌还是机遇

近日,苏宁首家新业态“苏宁易购家广场”门店在北京四元桥开业。北京商报记者在走访时看到,曾经的四元桥购物中心已完全改造为苏宁易购家广场门店,门店面积超过2万平方米。不过整体而言,除了数码家电业态,商场其余业态如餐饮、娱乐等门店数量仍较为匮乏。逐步走向没落的四元桥购物中心能被苏宁救活吗?苏宁又能否靠新业态翻身?

苏宁易购家广场店发展历程

苏宁易购

8月 规划落地广场店、旗舰店和社区店三种店面模型  
11月 旗舰店在重庆观音桥开业  
12月 广场店和旗舰店分别落地北京四元桥和南京新街口

2023年

计划落地30家苏宁易购家广场店及旗舰店

2022年前三季度门店关闭数量

● 家电3C家居生活专业店382家  
● 家乐福超市54家  
● 自营店面436家

苏宁

店。不过,当前这些新门店在客流上依然面临瓶颈。

以国美电器西坝河门店为例,12月25日上午,北京商报记者走访时了解到,由于疫情造成客流减少,该门店营业时间调整至上午九点半至晚上六点,比日常营业时间缩短了超过3个小时。一位门店的工作人员表示,此前店里有举办和世界杯相关的线下观影活动,客流量还算不错,但是世界杯结束以后到店的人数一下少了很多。不仅如此,部分产品的配送时效也出现延迟,据一位美的展台的工作人员介绍,目前在店内下单,北京同城需要3-4天左右送达。

在苏宁易购2022年第三季度的财报中,苏宁坦言报告期内消费市场波动较大,企业所在的家电行业复苏缓慢,外部发展环境较弱。9月受疫情管控政策影响,虽然企业加大促销力度,但销售规模仍下滑较多,第三季度家电3C核心业务营业收入同比增长3.2%。

与此同时,苏宁也在大幅调整门店结构。财报显示,2022年前三季度,苏宁关闭了382家家电3C家居生活专业店,54家家乐福超市和436家自营店面。而针对一二线城市升级后的“苏宁易购”店面模型为苏宁的线下销售恢复带来了一定成效,家电3C家居生活专业店可比门店销售收入继6月增长转正,第三季度销售收入同比增长12.18%。

赖阳认为,眼下,以苏宁为代表的家电商业模式在市场竞争中未必能够获得足够的性价比来争取消费者,因此体验型的商业模式是一种值得尝试的焕新方向,“例如家庭科技馆、艺术馆等沉浸式体验场景都能够满足消费者享受型的购物体验,而这恰恰是一个项目聚客的关键”。

针对四元桥苏宁易购家广场店接下来的发展规划,苏宁相关负责人向北京商报记者表示,苏宁易购家广场店将继续丰富高端进口家电、新能源汽车、餐饮、少儿素质类培训等业态,打造成一站式家庭消费综合购物中心,而B1层将打造成健康时尚并融合中西餐、网红餐饮的美食街区。

公开资料显示,到2023年,苏宁易购将开出30家苏宁易购家广场店及旗舰店。  
北京商报记者 何倩 乔心怡

## “包场”四元桥购物中心

目前,四元桥购物中心已经被苏宁进行了大幅度改造。近日,北京商报记者观察发现,苏宁易购家广场店的一、二层分别售卖手机、智能数码产品和冰箱、洗衣机等大家电,入驻的品牌包括康佳、美的、海信等。在12月24日下午四点左右,不少居民受优惠活动吸引前来逛街。据了解,部分品牌在开业日期间推出了较大的优惠力度。例如海信的部分冰箱产品在12月23日-25日直降1399元,而美的的年货节购物活动将持续到2023年1月底。

据介绍,苏宁易购家广场店作为苏宁旗下的零售新业态,融合了家电、家居、家装等商品和服务能力,能为用户提供整屋定制、空间场景改造等一站式置家服务。

“苏宁易购家广场店开业前已经向周围的居民进行两个多月的宣传预热了。”据一位现场的工作人员介绍称,目前门店的产品优惠力度要高于京东等电商平台,且能实现北京

全城免费配送和上门安装。

另一位接近苏宁的知情人士向北京商报记者表示,目前苏宁易购家广场店的商家招租和管理是家乐福的团队进行运作,在此之前,家乐福在四元桥购物中心占据了三层的位置,改造后为了腾出空间进行了缩减,而当前一、二层入驻的家电等品牌很多是与苏宁合作很久的老厂商。“剩下的店铺余量集中在三层和B1层,B1层计划打造成美食广场。”

除了数码家电这类主营业务,苏宁易购家广场店的业态还包括少量的餐饮品牌如星巴克、詹记桃酥、半天妖青椒烤鱼、喜家德虾仁水饺等,而其余业态如儿童娱乐、品牌服饰等较为匮乏。

## 客流量能否稳住

事实上,在四元桥购物中心被改造为苏宁易购家广场店之前,也曾有过一段热闹期。既毗邻宜家能共享客流,又靠近望京这片北京中高端住宅项目聚集的区域,成熟的家庭消

费氛围可谓是四元桥购物中心的先发优势。

据过往媒体报道和消费者的描述,2015年时,四元桥购物中心迎来亚洲最大的家乐福门店,整体商户数量达到80家左右,涵盖时尚、儿童、餐饮等各业态,几乎是满租开业。彼时,不少居民在逛完宜家后会选择前往四元桥购物中心用餐和购物。

但今年以来,四元桥购物中心商户的入驻率出现明显变动。根据大众点评上用户的反馈,一些消费者从5月起便发现B1层美食广场的一些餐饮门店出现了退租情形,在7月美食广场整体暂停营业,商场内变得冷清许多。“商场连商铺都租不满了,也就家乐福、迪卡侬和几家教培机构能带动点人气。”一位用户称。

尽管此次苏宁改造后增添了大量的家电、数码类产品,一定程度上能与人们前往宜家的家居消费需求实现呼应,但也有居住在四元桥附近的居民向北京商报记者提及,由于商场整体业态的丰富度较低,餐饮、娱乐这类业态吸引力不够,如果没有明确的家电购物目的,相较之下,附近的凯德广场和新世界

百货更具有可逛性。

“如果仅仅以‘家电’为卖点,苏宁易购家广场店是很难吸引客群的。当下的市场环境里,一个所谓‘一站式’的解决家庭全面需求的概念在线下其实很难成立。”北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳认为,目前线上云端的体验和消费内容几乎可以覆盖消费者购买家电的全部需求,如果无法在实体店中获得独特的体验价值,那么线下大型的家电购物卖场很难有持续且稳定的客流量。

从全国市场来看,家电消费需求仍处于下行期。一组来自国家统计局的数据显示,1-11月,家用电器和音像器材类零售额为8114亿元,同比下降3%。其中,11月的零售额为938亿元,同比下降17.3%。

## 新业态“回血”缓慢

为了强化家电卖场的吸引力,不止苏宁,今年以来,国美也在北京、福州、武汉、重庆、广州等城市加速落地“真快乐APP体验中心”这类强调场景、沉浸、时尚体验的新模式门

# 出海热潮持续升温 商务部多举措助力商贸回暖



## 商务部出手

据商务部新闻发言人介绍,当前,外贸形势复杂严峻,不少外贸企业在手订单不同程度下滑,一些劳动密集型产品受影响较大。针对上述情况,各地积极采取多种措施帮助企业应对。商务部将继续指导各地方,支持广大外贸企业开展贸易促进和供采对接,更大力度推动外贸稳规模、优结构。

具体而言,商务部将便利商务人员往来,继续支持各地方利用商务包机和商业航班资源,便利外贸企业人员出境参加展会、开展商洽等商务活动。同时,还将适时推动优化对入境人员的服务保障措施,为境外商务人员来华开展商务洽谈活动提供更多便利。

另一方面,商务部还将发挥各类展会作

用,会同各地方加大对企业参展的支持力度,研究符合条件的展会适时重启线下展,继续高质量培育线上展。积极支持有条件的地方扩大境外办展规模,服务更多外贸企业。

此外,针对部分中小外贸企业反映海外市场信息获取难、贵的问题,商务部将指导地方、相关机构提升海外市场信息服务供给能力,支持中小外贸企业获得更多优质服务。

“实际上,与省市组织商团直接对接客户和订单相比,商务部是通过产业链、供应链的市场经济模式来扩大业务规模,促进内外循环的发展。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛告诉北京商报记者,“在当前情况下,我国进出口贸易既要在点上做到切实有效,也要在面上做到有条不紊,因此,我赞成这种将市场与政府相结合的方式,能够点面结合地探索和促进我国进出口贸易的发展。”

## 热潮正盛

出海抢单热潮已然持续了一段时间,并在持续扩围当中。12月3日,浙江启动了“千团万企拓市场抢订单行动”。此次行动是疫情以来浙江省首个省级层面组织的境外商务团。

“国内仅有的存量市场同质化严重,竞争激烈,积极开拓海外市场,有望短期内快速带来新的增量,注入经济发展新活力。”海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东在接受北京商报记者采访时表示,“而国家商务部和各省政府是促进经济恢复的主力军,出海拉订单拓市场,找准了方向,是主动出击、真抓实干、务实有效的举措。”

因而,各地相继开展出海行动。12月5日,由四川省商务厅组织的商务包机“组团

出海”赴欧洲拓展市场活动正式成行,31家外贸企业共40人飞赴法国、德国、意大利,开展为期9天的经贸促进活动。这同样是疫情以来,四川首个省级层面组织的境外商务团。12月9日-18日,苏州市商务局组织开展的赴法国、德国包机服务启程,此次包机是自2020年疫情以来中国首个赴法国、德国经贸团组包机。

随后,海南则创造了疫情以来全国首个由省领导率团赴境外招商的先例。据海南日报报道,12月9日,由副省长倪强率团的海南省政府代表团从海口出发,将先后在我国香港和德国开展招商推介。山东省商务厅拟组织企业赴日本、韩国、越南、马来西亚、欧盟开展商务洽谈活动,时间拟定于12月中旬至明年1月中旬,活动对象重点面向中小企业。大皖新闻报道,安徽也将很快在出国招商、抢订单方面有所动作。

商务部国际贸易经济合作研究院副研究员田原曾在接受北京商报记者采访时预测,未来,将有更多的省市加入到出海“抢订单”之列,全力以赴稳住外贸基本盘。

## 进入“下一棒”

出海之后,外贸回暖迈入下一步。当前,随着订单的增加,首先出海的省市已打响了招工“第一枪”。12月19日-20日,广东人社部门组织10家重点企业和人力资源机构奔赴广西贺州,第一时间为企业解决岗位需求,在全国率先跨省对接用工。期间,中山与贺州召开劳务对接座谈会,双方人社部门签订劳务合作协议,预计此行将为中山补充劳动力近3万

人。据悉,广东还打算到明年3月底以前,与省外重点劳务输出省开展线下、线上多种形式对接,举办2000场以上招工活动。

“最近我们订单暴涨,各类产品订单都排到明年一季度的了,亟须补充用工。这次省里早早行动,在春节前一个月就组织我们去省外‘抢人’,简直是解了燃眉之急。”在前往广西的大巴上,格兰仕人力资源部工作人员吴业燕在接受媒体采访时表示。

海南紧随其后。12月20日,海南“百场万岗·四城同办”2023年校招活动举行出发仪式,21日,海南省在上海市、湖北武汉市、湖南长沙市、四川成都市同步开展招才引智活动。

洪涛指出,接下来可能还有更多省市加入“招工”行动中。“人口大省、劳动力大省与工商业大省的相互对流和交流具有重要意义。”洪涛表示,“四川、重庆、河南、湖南、湖北等与广东、福建、海南具有相互补充的特点,而山东、安徽、江西、河南也往往与浙江、江苏、上海等相联系,这些都具有某种规律性,需要按照其客观性进行引导。”

从出海抢单到跨省抢人,都是促进外贸回暖的系统性举措,但要加力促进外贸恢复,还需适时稳健地走出“招工”的下一步。“单一的抢是抢不来的。‘出海抢单’具有政府推动的性质,给予出差补贴、展会补贴,都会促进‘出海抢单’的火热,但是可持续发展十分关键。”洪涛直言,“所以,‘出海抢单’要真正成功,得考虑几点:一是外单需要中国来做,二是中国需要参与其他国际性的展会,三是长期的业务伙伴关系的存在。这几点都是抢单时需要考虑的‘下一步’。”

北京商报记者 方彬楠 冉黎黎