

继不久前美罗城购物中心挂牌转让后，东四环大郊亭地区的另一个主要商业项目华腾新天地地下一层的乐华梅兰家居建材超市也于近日关闭。事实上，该区域除了燕莎奥特莱斯外，多数商家的经营都难言乐观。坐拥高档社区、毗邻高端写字楼的东四环地区，为何难以成为培育商业企业的优质土壤，成为业界关注的焦点。

定位模糊 大郊亭商圈沦为滑铁卢

商报记者 李锋 崇晓萌/文 暴帆/摄

零售大鳄败走东四环

尽管同属于一家母公司，但乐华梅兰在北京的处境却不如其兄弟品牌迪卡侬和欧尚超市。开业仅仅五年的乐华梅兰大郊亭店，已经正式停业。

记者昨日实地走访看到，位于东四环华腾新天地地下一层的乐华梅兰大郊亭店，其入口已经被一块通知牌挡住。该通知牌显示：本店自7月21日起，所有业务将转移至乐华梅兰科兴店办理。

其实，乐华梅兰的这一决定并不突然，其之前已经留下了伏笔。该通知牌旁边的“顾客告知”，已经用中英文双语明确告知：“自2011年6月1日起，大郊亭店不再接受任何顾客订单，大郊亭店的零售业务也将在未来几个月转移到科兴店。”

对于大郊亭店的停业，乐华梅兰方面昨日表示，目前大郊亭店的零售业务已经停止，今后可能会保留“装潢中心”，但将不再面对零售顾客。

尽管乐华梅兰在北京的知名度有限，但其出身却颇为显赫。资料显示，乐华梅兰集团隶属于世界500强企业法国穆里叶家族集团，同门兄弟还有欧尚超市、迪卡侬体育超市等15个大型国际连锁集团。乐华梅兰则是世界第四、欧洲第二大跨国装饰建材零售集团，在全世界拥有700多家连锁店，中国的两家均在北京，分别为科兴店和大郊亭店。

乐华梅兰进军中国市场还要追溯到2004年，位于丰台区的科兴店是其北京首店。乐华梅兰方面同时宣布，两年内将在京开出3家店；五年内在全国开设20家大型建材超市。不过，这一愿景并未完全实现。乐华梅兰在科兴店开业后的三年才把首家分店开进了东四环。去年7月，乐华梅兰中国区总裁林伯怡在接受媒体采访时曾表示，乐华梅兰近几年一直在夯实基础、培养人才。最后，其还不忘再次表露出对乐华梅兰在中国发展的信心：“乐华梅兰在中国有做到1000家店的实



继美罗城购物中心挂牌交易后，乐华梅兰店关闭。

力，这也是我个人的希望。”

事实与期望总是存在差距。乐华梅兰进京已经超过了七年，其非但没能在北京实现大规模扩张，相反却只剩下科兴店在京“独当一面”。

业内普遍认为，乐华梅兰大郊亭店闭店的主要原因是经营业绩不佳。这从其内部员工对乐华梅兰总部领导能力的质疑就可见一斑。

“乐华梅兰设有培训部门，却没有商品知识培训，在运营上也没有标准、流程、量化。”一位自称乐华梅兰员工的网友，在一篇名为《敢问乐华梅兰路在何方？——内部员工的一些话》的文章中说道。

其实，门店经营业绩不佳导致闭店，只是乐华梅兰在华遭遇水土不服的表象。在不少商业专家看来，在产品和服务上与其他优质品牌雷同、缺乏创新，是乐华梅兰在中国发展停滞不前的重要症结。

记者在昨日的采访过程中，偶遇因不知道乐华梅兰大郊亭店停业而前来索取发票的一位消费者。他表示，无论是商品价位、售后服务

还是店面风格，乐华梅兰都和百安居极为相似。开在华腾新天地地下一层的乐华梅兰，却一直比距其不远的百安居冷清不少。

据记者了解，具有英国血统的百安居，隶属于世界500强企业之一的英国翠丰集团，目前在北京共有5家门店。其中，百安居双井店距离乐华梅兰大郊亭店仅有5分钟步行路程。

在百度“乐华梅兰”贴吧内，不少员工都对其首家分店的选址有诸多非议。一位自称乐华梅兰内部员工的网友认为，乐华梅兰大郊亭店只是位置不好，如果选址好的话，不会是今天的结果。

乐华梅兰并非个案

乐华梅兰大郊亭店以惨淡业绩收场，似乎并非全是自身原因，其所在的华腾新天地只有少量品牌能够吸引客流。

记者昨日走访看到，尽管华腾新天地拥有科勒、特力屋等众多知名品牌，但进店顾客大

多直接前往东都影城和儿童乐园。尽管还不到晚上9时，不少店铺都已经关闭。据了解，来华腾新天地的多数消费者以老人和儿童为主，以周边社区为主。

目前包括华腾新天地、美罗城购物中心和燕莎奥特莱斯等地处东四环的商家拥有很多品牌，但其中不少商户和乐华梅兰“同病相怜”，其中就包括开业以来始终动荡不断的美罗城购物中心。

今年4月，距离华腾新天地不远的美罗城购物中心在北京产权交易所正式挂牌转让。挂牌期间，尽管有不少外资和本土开发商对美罗城购物中心表示出兴趣，但时至今日，美罗城购物中心的转让仍没有实质性进展。

据知情人士透露，尽管美罗城购物中心引进了百盛、沃尔玛等知名零售商作为主力店，但与这些品牌的北京门店相比，经营业绩普遍较为逊色。

业界普遍认为，自身经营不善，导致缺乏有效客流，是美罗城购物中心被挂牌的主要原因之一。

事实上，美罗城购物中心在四年的运营中曾多次尝试通过业态调整扭转现状，不过大多收效甚微。2009年6月引入的“365外贸大集”，曾给一直缺乏客流的该购物中心带来了现金流，但其新加坡投资方认为该业态与购物中心的高端定位不符，被新加坡方面提前3个月叫停。

以股权转让的方式合作，也成为美罗城购物中心经营模式摇摆不定、导致人气低迷的深层次原因。资料显示，主要资产为美罗城购物中心的华茂置业，是中国工艺美术集团和新加坡美罗城北京公司各控股50%的合作企业。

记者昨日走访看到，除百盛、沃尔玛等主力店正常营业外，美罗城购物中心的大量店铺都处于关闭状态，有些区域甚至还堆积着装修材料。即便是正常营业的百盛，其店内也冷冷清清。由于美罗城购物中心挂牌后尚未找到“下家”，项目整体定位模糊，沃尔玛等品牌只能依靠自身品牌知名度揽客。

到了晚间9时，记者看到美罗城购物中心店内漆黑一片，只有墙体上的霓虹灯亮着。

品牌缺乏吸引力

与CBD相邻的东四环一线，拥有珠江帝景、后现代城等众多高端社区。这些社区内拥有众多具备较强购买力的消费者。与此同时，该地区还有多个小区的拆迁回迁居民，明显不同的消费群体给该地区商业企业的项目定位提高了难度。

在商业专家看来，该地区的人口基数大，只要能够符合其中一户居民的消费需求，就很可能获得良好的生存空间。但显然，不少经营困难的商家由于入驻品牌缺乏吸引力，两头都没能兼顾。

以东四环区域的高端消费客群为例，由于该地区不少楼盘的价格都颇为昂贵，居住于此的居民大多在40岁上下，具有很强的购买力。与之相对应的是，这些居民对于品牌的要求同样很高。居住在附近的程女士告诉记者，更加喜欢去新光天地和金融街购物中心等高端商场消费。

其实，百盛购物中心也是一家优质中高端商场，但美罗城购物中心百盛门店和复兴门百盛相比，无论在商品的陈列还是在品牌的丰富度上都有不小差距。这使得不少高端顾客舍近求远。这也体现在东四环一线，只有经营名品折扣的燕莎奥特莱斯时常人满为患，停车位一位难求。

对于东四环地区同样群体数量较大的回迁居民而言，位于美罗城的百盛购物中心定位似乎又超出了其消费能力。

事实上，零售巨头沃尔玛最有可能在东四环商圈取得成功，但沃尔玛主要是以经营食品、日用品为主，仅能起到吸引周边人群的作用。而在美罗城周围，有乐购超市坚守百子湾，有家乐福双井店占据广渠路沿线，另一家沃尔玛则深入了CBD腹地。业态的高度重合，也在无形中挤压了沃尔玛大郊亭店的发展空间。

当代商城

石景山鼎城店

品味精致生活 感受当代风尚

www.modern-plaza.com <http://weibo.com/modernplaza>

TIME:7.29(五)-8.2(二)

大部分商品 7 折起 持军人专属卡独享折上

满 300 元减 100/50 元

女装、男装、青年休闲装、针织羽绒、
体育用品、儿童用品、家居用品、鞋品、
珠宝、箱包皮具 部分品牌及例外

Sale
持军人专属卡独享F1化妆品、F5小家电满300元减50元
持军人专属卡独享F1名表、F5通讯数码满500元减50元
持军人专属卡独享F5大家电满800元减50元

战友大聚“惠”

【超值优惠购】
持军人专属卡可以8.1元/81元/181元/281元的劲爆优惠
价格购买超值商品，让您惊喜连连(数量有限，购完即止)



【资生堂美丽专场】

7.30(六)、31(日)
换购地点:F2社团中心前台
指定款台:二层7、8号款台
持军人专属卡可以6折购买资生堂指定化妆品

SHISEIDO

专属 于你的光荣与梦想

庆祝中国人民解放军

建军84周年

当代商城

军人专属会员卡

倾情推出!



5星级

会员政策

★军人到店即办即用

★尊享商品折扣优惠

★参加会员积分返还

★独享定制专属活动

★高端品牌时尚购物



军人专属卡到店即办

军人本人持军官证，或者军属持军官证及本人身份证件到店可免费办理军人专属卡一张。