



又一家！重庆一知名购物中心即将撤离 传统百货 下一站去哪

对于很多重庆小伙伴来讲，百联南岸上海城购物中心大家应该不陌生。然而，陪伴重庆人15年的它，将迎来告别时刻。

11月5日，重庆百联上海城购物中心微信公众号发布了两则公告。百联上海城购物中心在转营公告中称，因租约到期，百联上海城购物中心将于2024年12月31日21:30营业结束后将经营主体转交业主方。

近几年，重庆，乃至全国各地都出现传统百货商场、超市闭店或者转型的情况。实体商业再也没有“躺赢”的时代，不仅要站起来奔跑，还要比一比谁跑得更快。



陪伴重庆人15年

百联南岸上海城购物中心地处南坪商圈繁华地段，紧邻上海城小区。该商场是百联集团登陆西南地区的第一家购物中心，集购物、休闲、餐饮、娱乐为一体，进入重庆后，首选世界500强企业、国内一线品牌、南坪独有品牌等，像华谊兄弟影城、丝芙兰、星巴克、必胜客这些品牌，那个时候还是很洋气。自2009年开业至今已有15年，是不少重庆人的回忆。

这一下突然宣布要撤离，也让不少重庆人直呼不舍。更有网友直言，自己从上课到上班都在百联，现在也有很多娃儿的课外活动在这里进行。

住在南岸福利社附近的市民谭小姐表示：“我在南坪住了十多年了，感觉上海城就是南坪数一数二的大商场，逢年过节一家人都会来这里采购商品。”

目前，百联南岸上海城购物中心到处贴有“感恩十五载，品牌回馈特卖”的标识，部分店里也在打折，一些折扣确实看着比较低，但并没有写明是闭店或者搬店折扣。

因为是品牌方撤离，商户经营没有受影响，一切照常。好几户商家的工作人员表示，百联确实要撤离，不过商场依旧还会在，但是具体的店铺是否有变动，目前还不清楚。

百联南岸上海城购物中心业主方重庆嘉廷祥投资管理有限公司表示，为确保商场正常运转，将自2025年1月1日起临时过渡接管本商场，商场新的经营管理方正在做进场前的准备工作。在此期间，将保持商场的正常运营，后期将及时公布相应计划。

传统百货业态的节节败退，近几年似乎已经成为趋势。据不完全统计，2022年全国至少有35家百货闭店，2023年则有21家百货商场停业。今年上半年，百货业态有13家门店关闭。从关店品牌看，基本上都是经营十年以上的老企业。例如上海六百，成立于1952年，距今已有72年的历史。

据报道，业内人士表示，许多老百货商店开业十年以上甚至几十年，装修往往较为陈旧，业态占比也较为传统，主要以服装、家用百货等传统商品为主。随着时代的变迁和消费者需求的升级，这种传统的经营模式已经难以满足现在消费者的需求。“除了商品本身，消费者更看重购物过程中的舒适度、便利性和趣味性，这恰恰是百货业态的短板。”

百货业态阵痛转型

今年6月底，同为传统百货的重庆远东百货江北店也正式停业了。

但它的停业代表的另一种业态的亮相，就在与远东百货相距不远的“下个路口”——观音桥商圈东段，远东集团在大陆布局的首座远东城购物中心已开门营业。

2004年，作为台湾远东百货进入大陆的首家门店，重庆远东百货江北店迎来了盛大开业。当时，在不少重庆人眼中，远东百货是潮流、时尚、高品质的代表，买进口时装和食材都来这里。每年的周年庆活动，更是人山人海，热闹非凡。

“转折点发生在2016年前后。”

2016年前三季度，重庆百货关闭2家门店。同年，万达集团也对其在重庆南坪和万州两地的万达百货下达了撤场指令。

这一年，有关电商冲击实体商场的话题频频登上热搜。电商巨头阿里宣布了两个重磅消息：其一，阿里巴巴集团2016财年电商交易额突破3万亿元；其二，阿里巴巴将借由淘宝平台试水直播。

“商业发展是有生命周期的，伴随着实体商业‘一大一小’——购物中心、社区便利店对百货业态的双重夹击，以及电商不断分流，百货业尽显疲态。”远东城相关负责人告诉记者，1993年开始，远东零售跨越台湾海峡，来到大陆开办百货零售的三十余年，几乎贯穿中国百货行业蓬勃发展的全部历程。而当下，远东城要走的是另一条路——彻底转型为购物中心。

2021年6月，远东百货与重庆时代中心签订合作协



曾经的远东百货江北店 据新重庆-重庆日报

议，宣布打造大陆首座远东零售旗下购物中心项目——重庆远东城。今年5月1日，重庆远东城已以崭新的面貌开门迎客。

远东城和远东百货有何不同？

记者在现场对比发现，最明显的区别在于，百货卖场空间紧凑，多是由一个个商品专柜组成，而远东城则拿出不少面积打造体验式场景。比如，观音桥之眼观景平台、风情连廊及空中露台，为消费者购物之余提供足够的休闲空间；在美食板块，选取吊脚楼、喀斯特地貌等重庆元素打造“山城步道”美食空间。

“我们整个商业体量8万平方米，只用3万平方米开店，5万平方米做公共区域，用于休闲体验。”

“所谓的百货商场，它就是一个商品集散地，顾客在柜台购买服装、家居用品等各种商品。”在戴德梁行重庆公司商业部高级助理董事及主管唐正艺看来，如今的购物中心，与时尚、商业、艺术是分不开的，只有让消费者在个性陈列之间穿行、探索，购买兴趣才会在此过程中被激发。

不仅如此，购物中心和百货商场两者还有一个区别就是，在购物中心里消费者能找到的不仅是美妆、服饰，可能还有书店、滑雪场、小型主题乐园等等，而百货商场里可能只有商品专柜。

传统百货出路在哪里

百货行业日日新，闭店不一定是坏事，或许是涅槃重生的机会。

“传统百货业态要突围，首先要用清晰的定位在差异化竞争中赢得立身之地。”重庆市宏观经济研究院宏观经济大数据实验室副主任夏梁颖说，购物中心高能玩家的核心优势，是通过打“组合拳”为消费者提供良好的空间环境服务，打造场景话题亮点，成为线下流量的集合地。

老瓶装新酒，也可以焕发新的生机。如北京SKP，自2014年以来，在卖场环境升级、提升顾客购物体验等领域不断推陈出新，连续多年位居全国商业营业额首位，成为全国顶级的高端百货商场。

又如，世界上第一家被广泛认可的百货商店——成立于1852年法国巴黎的乐蓬马歇，时至今日仍拥有极高的话题度。“这得益于它一直给市场带来新的玩法和概念，比如送货入户和商品更换、私人音乐节、书香品酒区等，都是在更好地为商品负责、为消费者服务。”在唐正艺看来，传统百货转型重要的是内容而不是形式，只要肯花心思，再传统的业态都会焕发新的生机。

龙湖打造的重庆北城天街，称得上是重庆购物中心的“鼻祖”。早在2006年，北城天街就引进了星巴克咖啡；2014年，落户重庆首个Apple Store。其商业核心，就是注重体验式消费。近年来，龙湖“天街系列”已成为重庆各大商圈的流量品牌。

延伸

重庆传统商超 探索突围新路子

除了传统百货，传统商超衰落速度也比较快，过去几年有大量超市被关停。

据永辉官网公布的数据，过去5年间，永辉超市关店数量超过了40%。2019年，永辉超市的门店数量达到1440家，现在仅剩815家。

西南地区“零售一哥”重庆百货，也面临着与永辉、大润发等国内零售巨头一样的营收和利润双降局面。

在重庆工商大学应用经济系主任李然看来，今天传统商超的困境，主要是未能在长期的经营中尤其在商品层面打造出竞争力。另一方面，传统商超的流量也正在被折扣店、专业店、线上等渠道不断瓜分。

近年来，会员店、折扣店、零食店兴起，成为零售行业最主要的增长动力。“条马、嗨特购这类零售新业态，对传统商超的零食板块以及生活快消品带来的冲击可谓强烈，甚至推动了整个零售行业的发展和变革。”西南大学经济管理学院教授涂建军说。

与此同时，社区团购、便利店也在大量分流传统商超的生意。以便利店为例，《中国城市便利店发展指数》显示，2023年，重庆便利店数量增长速度排名全国第五。

实际上，传统商超式微确实是不争的事实。国家统计局最新数据显示，今年1~8月，传统商超规模增长为2.1%，增速不足便利店、专业店的一半。

“消费者需求变化最重要的两个特征是追求性价比和便捷。”在涂建军看来，传统商超的转型需要紧跟市场变化，不断创新和优化，才能适应消费者的新需求和市场的竞争态势。

放眼全国，传统商超谋求转型已屡见不鲜。今年以来，永辉、步步高、中百、联华等纷纷以帮扶或自主调改的名义借鉴胖东来。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员莫远明认为，重庆传统商超转型升级，除了提升商品品质和服务质量外，还应该抓住重庆加快建设国际消费中心城市的机遇，瞄准经济发展风向标，及时创新消费新业态，提升消费者购物体验；培育企业品牌和商品品牌，增强品牌特色。

综合重庆日报、每日经济新闻等



百联南岸上海城