

商业创新不足,深圳拿什么打造国际消费中心?

证券时报记者 吴家明 卓泳

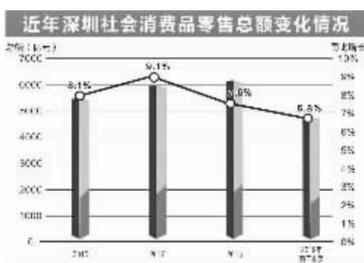
11月,消费是人们热议的话题。但在深圳,消费却一直是块短板。

深圳几乎没有诞生消费领域的巨头。”中国《深圳综合开发研究院金融研究所所长张建森提示了这么一个现象。

花巨资修建的地铁商城却空荡荡,赴港“周一行”政策之下水客开始转战中英街,自贸区的港货购物中心面临转型……深圳的消费规模与自身在全国中的经济地位极不匹配,这在证券时报记者的实地调查后得到进一步的印证。如何击破消费动力不足这个痛点,成为深圳经济转型升级中必须要直面的课题。

购物中心空铺现象突出

虽然互联网消费发展势头良好,但实体消费仍是重中之重。在深圳,遍地开花的商业综合体是市民消费的主要载体之一。不过,深圳一些商业综合体面临同质化、消费力不足的挑战,空铺现象仍十分突出。



在深圳,关于华强北人气的讨论一直没有停止过。昔日“中国电子第一街”谋求转型,但整体人气已不如以往。从华新地铁站到华强北地铁站,曾经为了修建地铁7号线而同时修建的地铁商城,在风光开业后却冷清了下来。证券时报记者近日前往华强北地铁商业街看到,正式营业刚一年多,这条地下商业街两旁商铺却几乎全数关闭。有曾经在此经商的商家告诉记者,华强北的人流大不如前,地下商城的客人多是匆匆而过,而且消费力不足,很难经营。

“地下”冷清,“地上”又如何?记者调查发现,华强北一些曾经主打电子产品的商城悄然转变成美妆城,这些店铺主要集中在明通数码城、远望数码城二期、紫荆城以及曼哈广场4家商城。只是,记者在远望数码城看到,多数店铺依旧大门紧锁。

除了华强北,还有从深圳地铁2号线后海站出来就能直达的南山海岸城商圈。这里是深圳西部商圈崛起的见证,其中的深圳湾大街是整个海岸城经营坪效最高的区域,商铺曾创下每平方米60多万元天价,掀起一轮商铺投资热潮。

不过,近日记者走访发现,深圳湾步行大街一些商铺贴上了旺铺转让、招租的广告,有的商铺经营几个月就退租、关门。根据中指研究院调查的数据,2018年下半年深圳湾步行大街平均租金超过每天每平方米60元,仅次于东门步行街。有中介告诉记者,深圳海岸城商圈的很多商铺都散卖给了个人业主,业主买商铺的主要目的也只是想收租,不会看重商业的招商运营,而且租金太高,很多商户都表示经营压力大。

对深圳各商圈出现的空铺现象,有人认为是消费升级所致,也有人认为是高租金逼退了商户。近日,深圳传统商圈东门步行街刚刚经历一场延续17年的商战。虽在互联网购物的冲击下商战人气不如以往,但这场由商圈内各商家自发组织的打折促销活动仍吸引不少购物者。



深圳东门商圈商战人气依旧。

深圳就是缺乏类似的知名消费活动,虽然政府也有推出诸如购物节等活动,但效果不及商家自发组织的活动,香港的打折活动还不是各个购物中心自己打造的品牌?”在东门经营服装生意的陈先生感慨,深圳的商业规划应该更尊重历史和人流特征,并不是购物中心越多越好。”

消费外溢:水客转战中英街

赴港消费也是突出的“深圳消费”现象之一。



“深圳的商业规划应该更尊重历史和人流特征,并不是购物中心越多越好”

——在东门经营服装生意的陈先生感慨,深圳仍旧缺乏知名的消费活动。

▲深圳华强北地下商城变得冷冷清清。
▶深圳中英街人头攒动,“水客”正在交换货品。

一。虽然这个话题已不算新鲜,但众多深圳市民仍喜欢赴港购物。深圳市零售商业行业协会曾在2014年公布《2013年深圳市民赴港购物情况调查报告》,当年人均赴港消费约11566.5元人民币,若按当时深圳常住人口估算,总额可达455.4亿元。

除了价格,品质依旧是我最为关注的因素。”家住福田的陈小姐告诉证券时报记者,没结婚之前我经常去香港买化妆品,现在去香港主要就是买婴儿奶粉还有品牌服装。”正是因为赴港消费的热度,“水客”成为深港市场之间一种特殊存在。深圳居民虽已实行“周一行”的赴港政策,但水客现象依旧存在。

退休之后,陈女士和身边的一些朋友做起了水客,经常以“蚂蚁搬家”的方式往返深圳与香港。以前一天最多能跑两三趟,货也比较多,一个月下来的收入有时会接近一万元。”陈女士回忆,现在一周只能去一次,就当赚点零花钱。”从下单、仓库派货、走水、最后到收货,水客团队已经形成分工明确、联系紧密的利益链条。陈女士告诉记者,年轻的水客会带一些风险较高的电子产品,他们这些年纪稍大的水客主要带的一些日用品和食品,一次大概可以拿到150元到300元不等的报酬。

不过,鉴于目前香港的情况,水客开始转战位于盐田区的中英街。上世纪80年代和90年代初,中英街曾有过一天10万人蜂拥购物的热闹景象,也可说是那一代深圳人的“集体回忆”。

近日,记者一早来到中英街,发现已有不少人在排队办证。记者发现,与过去以传统小店为主不同,中英街里新开了一些如华港百货等规模相对较大的百货商场,还开始打起了“品牌战”。记者观察了多种商品,发现中英街的这些商品,价格基本和香港持平。在中英街口岸前的广场,记者发现了一些水客,把自己从中英街“运”出来的货物交给老板,这些货物多数是一些日用品甚至是益力多饮料。

这些货有些被买走后拿去网上卖,但一部分还是留在本地的港货店。”水客黄先生告诉记者,港货还是很有市场,很多人不想麻烦跑去香港买。”

前海蛇口片区做跨境电商的“潜水”也一直颇浓。2016年12月,深圳前海周大福全球商品购物中心正式开业,成为前海深港现代服务业合作区的首家综合性的大型港货购物中心。公开信息显示,周大福珠宝执行董事郑志刚曾表示,争取整个购物中心的70%至80%商品的售价接近其在港价格,甚至可比香港价格更便宜。不过,记者近日前往前海自贸区调查发现,周大福全球商品购物中心已经关闭,多位工作人员证实,该商城将变身家居店。

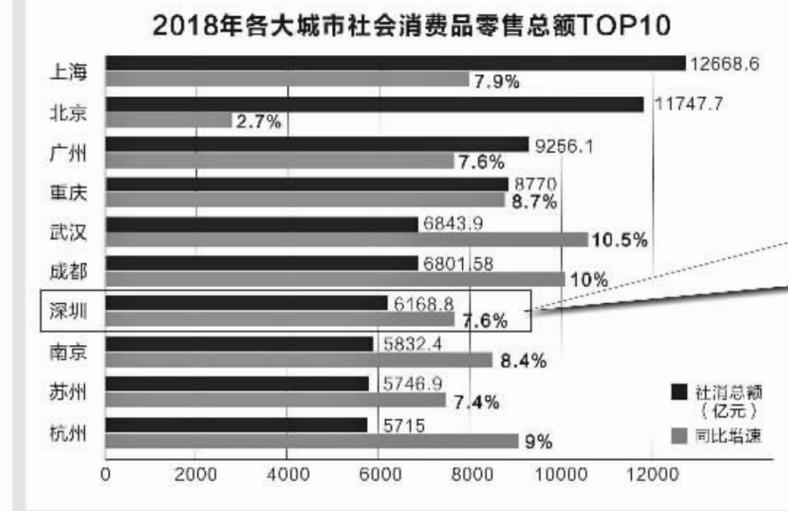
抓住时机 直击消费短板

东边的中英街“水客”现象依旧存在,西边的自贸区港货中心却面临转型,实体商业商圈



证券时报记者 吴家明

消费是经济增长的重要引擎,也是城市发展活力的重要体现。2019年初,商务部提出要开展国际消费中心城市试点。随后,国内一线城市和许多准一线城市迅速响应,并密集出台刺激消费的行动计划,其中不乏北上广深这样的“老资历”,也有成都、重庆这样的“后起之秀”。深圳没有落后,甚至可谓非常超前。早在2010年,深圳市政府五届十一次常务会议就审议并原则通过了《罗湖先行先试建设国际消费中心城市行动计划》等事项。《行动计划》提出围绕加快转变经济发展方式这条主线,通过城市更新改造和拓展产业空间,以时尚产业为引领,将罗



深圳虽然在经济总量、财政收入以及资金存量等方面都居领先地位,但社会消费品零售总额甚至还不如成都和武汉。

作为对比,2018年广州社会消费品零售总额仅次于北京和上海,人均社会消费品零售额居全国城市第一位。

中国(深圳)综合开发研究院企业与市场中心主任刘鲁鱼分析,

深圳消费表现较弱主要有三个原因——

- 1 消费结构发生变化,政府的统计口径和方法却没有随之变化,落后于消费更新
- 2 深圳年轻人聚居多,他们的消费比较多元化,而以家庭为核心的消费却比较弱。邻近的广州,有大量的本地人口已实现住房等需求,有足够的流动资金去消费
- 3 深圳外地人口多,很多人赚了钱后回家消费,并没有留在本地

数据来源:各城市统计年鉴 本版制图:吴家明
吴家明/摄 本版制图:彭春霞

空铺潮随处可见……这些现象都值得反思。

社会消费品零售总额是衡量一座城市消费力的重要参考指标。证券时报记者梳理了全国各主要城市的相关数据发现,2018年社消总额前十名的城市分别是上海、北京、广州、重庆、武汉、成都、深圳、南京、苏州和杭州。深圳在经济总量、财政收入以及资金存量等方面都居领先地位,但社会消费品零售总额却不及成都和武汉。此外,2018年广州社会消费品零售总额仅次于北京和上海,人均社会消费品零售额居全国城市第一位。

近年来,深圳也多举措促进消费增长,连续出台《深圳市商贸流通业发展“十三五”规划》《深圳市培育新兴消费热点工作方案》《深圳市扩大消费重点行动计划(2017-2018)》等多个文件,加强行业引导和规范。去年年底发布的《深圳国际消费中心城市建设行动计划(2019-2021年)》(征求意见稿),明确提出将深圳建设成为国际消费中心城市的目标任务,以进一步激发居民消费潜力。此外,深圳还出台了《深圳市关于进一步促进消费增长的若干措施》,主要围绕商贸企业规模化发展、提升消费载体、推进新业态发展、培育消费新供给、挖掘居民消费潜力、加大政府扶持力度等六大方面开展。

不过,在中国向消费驱动型经济转型的过程中,深圳的消费支持力度依旧较弱。对此,中国《深圳综合开发研究院企业与市场中心主任刘鲁鱼认为,深圳消费表现较弱包括几个客观因素:消费结构发生了变化,而政府的统计口径和方法没有随之变化,统计口径落后于消费更新。其实,深圳人不少花钱,但钱花去了很多地方却没有算进统计,比如住房、交通、医疗等。其次,深圳的人口结构与广州、上海和北京相比都非常特殊,深圳的年轻人聚居多,他们的消费比

较多元化,而以家庭为核心的消费却比较弱。邻近的广州,有大量的本地人口已经实现住房等需求,有足够的流动资金去消费。此外,深圳外地人口多,很多人赚了钱后回家消费,并没有留在本地。

刘鲁鱼认为,深圳消费市场的商品供给也是个问题。我们的商业业态和商品结构跟国际化大都市和湾区核心城市来比仍很不相称,商业发展在这些年并没有什么进步,电商这块也不是发源地。十三五规划之前,深圳的商业曾经领先全国,后来技术进步,但商业创新却没有跟上。”刘鲁鱼认为,深圳现在的商业主要是以购物中心为主,但已经出现过剩的现象,而且商业变成了房地产的“仆从”,更多的利润是来自于房地产,商业地产的利润不是来自于商业与经营本身,所以商业创新动力不足。事实上,深圳的购物中心也没有比其他城市的购物中心先进,现在的购物中心都是趋向餐饮娱乐化。从商品看,深圳没有注意提升商品进口的能力,比如跨境电商就多次受到打击。对于高端奢侈品的进口,深圳只有一个“万象城”是不

够的,当然部分原因在于进口管制制度。

一直以来,赴港消费等异地消费对深圳消费存在虹吸效应,也让水客拥有存在的空间。有市场人士也建议,目前赴港消费有所放缓,深圳应抓住时机直击消费短板,打造与深圳经济相适应的消费升级。

刘鲁鱼建议,深圳政府在消费政策上要紧跟时代的发展。实际上深圳把大量的商业规划都放在前海,可是政策承诺和企业的期望却难以落实,导致当年的跨境电商纷纷撤走,港货购物中心做不下去,前海自贸区并没有在消费和商业这块给予特殊的政策。其实,商品进口问题不完全是关税问题,国家是有相关的政策可以实现,但地方在政策的把握和操作上不够创新,因此政府要不断改革和创新,比如在商品监管、统计方法、商品渠道等方面。此外,深圳立下建设国际消费中心的目标,但多年来一直没有明确的政策指引,仅用购物中心试图取代商业中心,实际上是取代不了的。”

建设国际消费中心 深圳应打造自己的“品牌”

证券时报记者 吴家明

湖打造成为联手香港、融合珠三角、服务全国、辐射亚太、影响全球的国际消费中心。去年,深圳又提出了国际消费中心城市建设行动计划(2019-2021年),提出到2021年全市消费贡献度、业态创新度、品牌集聚度、时尚引领度、环境国际化迈上新的台阶,成为全球消费创新重要策源地、国际品牌的“重要驻地”、中国制造的“世界橱窗”、引领潮流的“时尚之都”、世界消费电子新品首发地,基本建成具有国际竞争力的消费中心城市。

只是,近10年过去了,在一路向西发展的背景下,深圳在消费领域虽然做出了很多努力,但国际消费中心建设似乎仍不够给力。如今,西部许多商圈的商业人气仍有待积累,中部的热

门商圈发展也遭遇一些瓶颈。

深圳是一座富裕的城市。2018年,深圳全市GDP就已超过2.4万亿元,高居全国第三。然而,与之相悖的是,深圳的整体消费数据并不亮眼。2018年,深圳社会消费品零售总额为6168亿元,不仅落后于北京上海等其他一线城市,还低于武汉、成都等准一线城市。

中国消费者的消费模式,因为移动互联网的崛起和电商的发展,已在发生根本性的变化。不过,正如笔者调查时所发现,深圳许多商圈的同质化发展严重,网购日益方便的情况下赴港消费等消费外溢现象依然存在。如何留住消费?深圳早已提出建设深港边境购物中心,但却只听雷声不见雨,深港两地民间对中英街商贸旅游价值都有强

烈的共识,“中英街模式”能否推广?

还有人认为,由于深圳北倚千年商都广州、南邻购物天堂香港,这也在一定程度上减弱了深圳对周边城市的消费吸引力。深圳还存在一个现象,就是来的人很多,但是留下来消费的偏少。此外,深圳也缺乏在全国范围内具有巨大影响力的消费节庆品牌,这些都是深圳建设国际消费中心需要直面的问题。

其实,不同类型的国际消费中心城市,应具有相应的建设特色,这是由其城市禀赋和消费特点决定的。深圳的创新与活力,均可成为建设国际消费中心城市的优势因素。深圳在建设国际消费中心城市的过程中,也应抓准自己的消费特点,将其打造成竞争优势,打造自己的“品牌”。