

# 谁能熬得过黑夜，就等得来黎明

## 我省中小微企业艰难中咬牙坚持，有的通过“触网”寻找机会

今年上半年经济数据发布后，齐鲁晚报创客团里也激起热烈讨论。上半年，中小微企业尝尽酸甜苦辣，无一例外。在市场形势不好的大背景下，中小微企业在艰难中依然咬牙坚持，或转型升级，或在市场缝隙中寻找机会。

本报记者 李虎

### 同质化市场竞争惨烈，已是一片红海

在枣庄从事重卡销售的李亮告诉记者，今年上半年重卡整车销售的形势不好，车都是赔钱卖，根本不挣钱，上半年的销量相比去年同期保守估计下降了60%，加上重卡市场同质化严重，可以说是竞争惨烈，已经是一片红海。

“现在是一场消耗战，比的是谁的资金雄厚，熬得下去，谁能熬过这段黑暗，谁最后就能活下去，大家都在咬紧牙关坚持。”李亮说，3月份作为重卡传统的销售旺季却意外的成为淡季，由于各地工程项目开工继续减少，与去年一季度相比，各家企业业绩无一幸免地全部下滑。

南方家具企业的大举入侵，让济宁马氏木作有限公司这样的本地家具企业，感受到了利润摊薄的压力。马氏木作销售副总马明文说，近

几年房地产降温，直接影响到房地产的下游行业家具产业，虽然公司在当地有些知名度，但是生意依然不好做。

“家具制造中人力成本占到一半，现在一个木工一天的人力成本在180—200元左右，过去仅有100元。”马明文说，成本压力未来还有可能继续上涨，家具行业没有绝对的壁垒，热销的款式很容易被模仿复制，相比南方企业在款式、成本上已无优势可言，只能在销售模式上做文章。

马明文说，虽然成本高利润薄，在经过商量后，公司还是决定增加投入建设网络销售平台，提供定制化的实木套房家具，不再单一的依靠线下营销，希望通过“触网”后销售方式的更新帮助企业挺过这段低潮期。

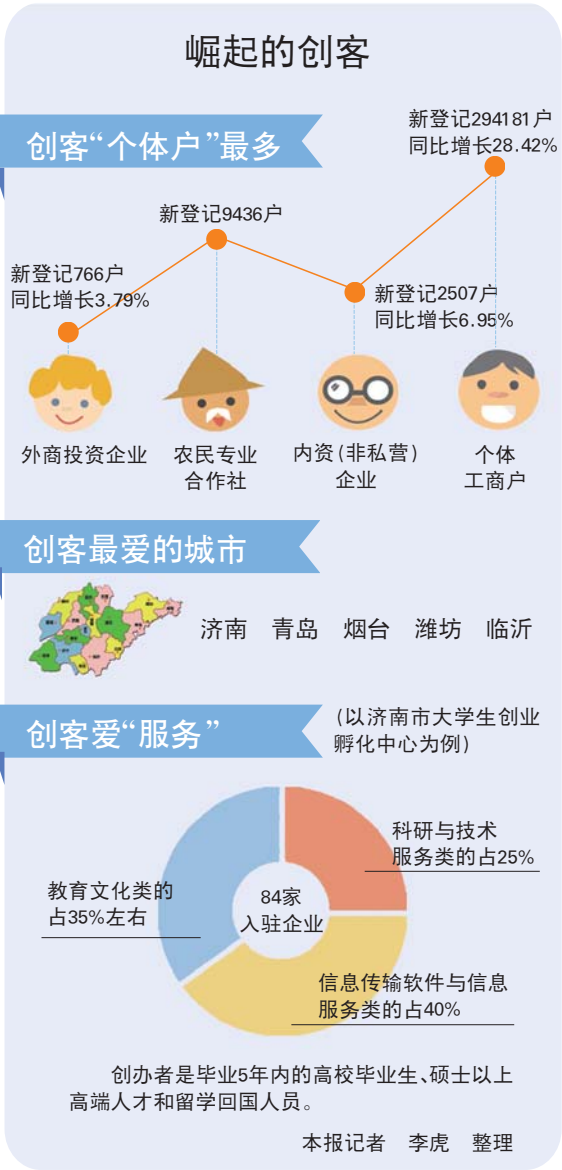
### 互联网企业推广成本高，推广靠烧钱

“传统商业与电商相结合，再加上移动终端的支付功能，电商平台的快速发展是必然的。”2011年开始建立扫铺网的赵忠东从开始的几百家客户，发展到了如今的3万多家付费客户。今年上半年，济南科技市场、济南通讯城等一些批发市场的商户，很多都入驻了他的网站。

借助移动互联快速发展的东风，赵忠东的业务规模正在快速的扩大。赵忠东说，把线下的商铺搬到网上一开始让他费了不少力，随着商家对互联网营销认知的提升，过去免费入驻的客户居多，现在愿

意付费入驻的客户正在越来越多。济南一家网络代购平台的负责人蔡文成经历了平台的快速发展，现在他开始为资金发愁。蔡文成说，互联网平台不光在技术投资上多，在推广方面对资金的需求也是很大。

蔡文成告诉记者，现在获取一个客户花费的资金越来越多，他在用户体验和引导上花了大量的人力和精力，很多平台都是在烧钱推广竞争激烈，对于很多缺少资金的互联网平台来说，快速发展的繁荣之下是并不好过的日子。



### 收益普遍减缓

### 盼下半年行情好转

“传统产业的研发、制造、推广投入很大，但收益却慢得多。”山东山姆自动化设备有限公司总经理邱洪波说，在此之前公司做了十几年的工程机械，从去年4月开始主营工业机器人系统应用。虽然工业机器人行业整体向好，但现在他们依然面临资金、销路的问题。

“山东没有像南方一些省份一样出台工业机器人替代人力的补贴政策，一台动辄几十万、上百万的机械手让很多想更新换代的企业望而却步。”邱洪波说，政策、行业景气程度对我们的影响更直接，制造行业的整体不景气影响了制造业设备的更新，很多原来想用机器人替代人力的企业暂缓了更新计划，暂时只能等待行业整体向好。

济南力生体育用品有限公司董事长刘伟告诉记者，对于实行订单制生产销售的室外健身器材行业来讲，政府采购一直占到器材销售总额最大份额。由于上半年政策形势不是很明朗，很多地区的政府采购项目出现了调整或是延后，上半年的订单量不是十分理想。

“月初有几批订单我们都是连夜加班制作，上半年则很少有这种情况。”刘伟认为，下半年政策稳定后，销量肯定会慢慢上来，因为未来市场对体育用品的需求仍然是在一个日趋增长的过程中。

## 济南万达百货撤柜、韩国连锁超市关闭四家店，坏消息频传

# 实体店困局，棍子别都打在网店上

本报记者 任磊磊  
实习生 刘腾飞

继济南万达百货撤柜之后，韩国连锁超市巨头乐天玛特宣布关闭我省四家店。在泉城路上的某大型购物中心，最近又有一批店撤柜，商场围起了标志性的海报。实体店难做早已是不争的事实。如今唱衰实体店的声音不在少数，未来实体店的路在哪里呢？



万达广场里有不少专柜已经撤柜(资料片)。 本报记者 刘雅菲 摄

### 商场开成饭店成为普遍现象

“我们今年业绩要比去年同期下滑30%。”济南某女装品牌区域经理王菲表示，该品牌在济南有四家实体店，今年四家店的业绩与去年同期相比下滑了近30%，如果按单店来算的话，下滑的数据要远远大于这一数据。

家电行业也受到了巨大冲击。一位从事多年家电行业的王女士表示，这几年各大家电卖场受网店冲击非常严重，保守估计业绩下滑超过两成。“家电本身同质化比较严重，而且家电行业本身也比较成熟，价格也很透明，

所以家电销售行业利润越来越薄。受网店冲击后，实体店的业绩下滑就非常快。”

如今实体店的转型趋势正在走向餐饮和体验式消费。记者对济南各大商场做了调查发现，单从数量上来说，大型购物中心商业模式黄金比例即“购物、餐饮、娱乐”比例为52:18:30”已被打破，取而代之的是购物、餐饮、休闲“1:1:1”的消费模式。以世茂为例，世茂百货、餐饮、娱乐、体验的比例约为“76:81:5:15”。经四路万达(在万达百货撤柜前)的比例则约为“162:

80:4:17”。世茂餐饮的数量超过了百货的数量，而万达则接近1:2的比例。

泉城路上的一家大型购物中心最近又在进行调整。据悉，该购物中心正在调整目前的百货品类结构，改为主打年轻时尚的品牌风格。同时增加餐饮和体验式消费的部分。而经四路上的万达百货撤柜后，将其改为步行街模式，打造成餐饮、体验式消费一体的商业模式。有网友打趣说，未来购物中心的说法将消失，应改叫餐饮中心，同时兼具购物功能。

### 做好转型，实体店仍大有可为

网店冲击实体店是个不争的事实。这从数据上也能看出来，国家统计局数据显示，2015年前5月全国网络零售同比增长38.5%，高出全国5000家重点零售企业34个百分点。靠“双十一”、“双十二”这类网购狂欢节，有的电商一天的销售额甚至超过某些实体店一年的进账。

“但是网店并不是洪水猛兽。”北京昭邑零售商管理

咨询有限公司首席顾问刘晖称，网店兴起也不是一年两年了，要说冲击也不可能这一两年就如此明显。另一个重要原因是全国的消费环境都不景气，“这两年全国遏制奢侈风，也在一定程度上起到了抑制作用。”

而在整体业绩下滑的现状下，主打奢侈品的泉城路贵和商厦业绩却一路上扬。6月份的大牌折扣季，贵和的

销售业绩同比上升了30%，其中打折季初曾创下一天百万的销售业绩。该商厦业务经理表示，公司业绩上扬主要是与差异化经营有关。“我们走的是高端品牌路线，这和其他大型商场形成了差异化经营。购买奢侈品的顾客一般喜欢到店里试穿购买，你想一件好几千甚至上万的衣服，如果网购的话，风险要比在实体店大多了。”

### 专家建议

### 实体店不妨

### 下潜三四线城市

咨询顾问刘晖称，实体店业绩缓慢增长甚至下滑的新常态至少未来5年内很难得到扭转。因此实体店应该寻找新的利润增长点，探索新的经营模式。以大型购物中心为例，他认为未来商场应当考虑自营品牌，踢掉中间代理商环节。“比如说，商场直接与厂家合作，代理当地的品牌，这样就可以把收入掌握在自己手里。”

同时，刘晖认为，实体店应当考虑多业态发展和下潜三四线城市掘金。数据统计，2014年我省乡村社会消费品零售额增幅快于城镇，乡村实现社会消费品零售总额高于城镇2.8个百分点。随着城乡差异化的缩小，未来三四线城市的消费能力不可小觑。

他说，目前一二线城市的商业中心已经饱和，如果大型购物中心能够快速占领新兴的二三线城市人口密集区域，或可迅速打开局面。

另外，实体店也应探索多业态发展之路，比如社区便利店等。据中国连锁经营协会透露：2014年，以经营超市为主的快消品百强企业销售增长6.5%，门店增加5%，比百货业高。便利店销售增长较快，全国排名前55家的便利店门店数增长7.8%。