

# 金街上撑了一年半,时光海关门

## 体验式商业业态未聚来人气,不少入驻商户赔了钱

“时光海怎么突然关门了?”3月3日,济南市民杨女士到时光海体验广场消费时吃了闭门羹。时光海接盘百盛打算在泉城路好好干一番,没想到时隔一年半竟然重蹈覆辙。记者看到,商场大门紧闭,人去楼空,门口贴的通知说是升级改造,但是并没有写开业时间。

本报记者 任磊磊  
实习生 郭丹宁 刘若瑶

### 消费者吃闭门羹 担心充值卡的钱蒸发

3月3日,天气暖和,济南泉城路上人潮涌动,而2015年“十一”开业的济南时光海体验广场却门可罗雀。商场大门紧闭,透过大门,还能看到闭店前,这里搞过一次大型的清仓活动。

门上贴着一张通知,通知中说:时光海体验广场于2017年3月1日进行商场整体升级改造,即日起停止营业。不过,记者发现,通知上并未提及再次开业的时间。

在大门另一侧,还有一家牛排店的通知。牛排店的通知上写道:因为商场的原由,本店也暂停营业。现正努力寻求解决方法,争取在最短的时间内营业。本店会员客户,因暂停营业期间造成的代金券过期无法使用的情况,会在营业后继续使用。

市民杨女士看到时光海停业了,感到很吃惊,“之前也没啥征兆,怎么说就关了。”杨女士在时光海的海贝湾儿童职业体验王国办了一张500元左右的卡,一年内可以不限次数带孩子来玩。之前只来玩了两三次,不知道钱该怎么退。杨女士赶紧查了店家的电话打过去,没想到电话一直没人接。杨女士又打了商场客服电话,谁知电话也没人接。

记者在门口站了很久,有不少市民经过时都会驻足,很多受访市民表示,他们也是突然发现这家商场关门了。

有不少消费者像杨女士一样担心自己团购的券和会员充值卡里的钱会莫名“蒸发”。

3日,记者拨打了多家在商场内经营的商铺电话。韩盛炭火自助烤肉的服务人员说,他们只是暂停营业,但重新营业时间不确定。

美丽湾甜品店的工作人员说,如果想要继续消费,可以去绿地中心店,会员卡是通用的,也可以联系他们办理会员卡退钱。

记者拨打了时光海通知上留的电话号码,客服人员称,消费者如果在商场内的店铺办理

过会员卡充值的话,应当尽快联系商家退款,如果想要继续消费,可以到其连锁店。对于商场何时能够开业,客服人员称,暂时不清楚。同时,客服人员还提醒说,如果商家不给消费者退款的话,消费者可以及时跟客服人员联系,商场方面可以出面帮助消费者协调。

### 合同签了十年 人气一直不旺

时光海经营了一年半即关门,而此前的百盛也仅仅维持了两年时间。

采访中,记者从多家商家了解到,时光海关门是因为与泰府广场之间发生了一些问题。据悉,时光海属于租赁泰府广场的大楼进行招商经营。

2015年3月份,从百盛手里接盘的时光海对商场进行整体改造。当时时光海商场的运营总监告诉记者,时光海是面向妈妈宝贝群体的体验式商业业态,与泉城路上传统百货经营业态完全不一样。其消费对象定位是家庭和孩子,涵盖母婴产品、时尚女装、家庭服务配套、家居馆、儿童体验馆集合店、餐饮消费等。经营面积包括地上四层和地下一层,共31000余平方米。另外,还将把泰府广场旁边的商业街纳入,该商业街面积4000多平方米。

可是,自从2015年“十一”开业以来,时光海人气似乎一直不旺。“每天商场里服务员比顾客还多。”附近珠宝店一位工作人员说。

关于关店原因,骑兵陶艺的工作人员说:“因为经营不善的问题,泰府广场想收回经营权,现在时光海要重新招商、装修,收益好的店会留下,收益差的就会被剔除。”

2015年,记者采访时了解到,时光海方面的负责人透露年租金四千万左右,这一租金肯定比原百盛的租金要高。这是时光海项目的首个实体店,合同签了10年,租金将逐年递增,公司希望将其打造成品牌形象店,未来将向青岛、济宁、潍坊布局。

可是没想到,短短一年半的时间,时光海关门了。



▲大门紧闭人去楼空,通知说是升级改造。

◀时光海经营一年半,人气一直不旺。  
本报记者 任磊磊 摄

### ■商户经历

## 租个80平米商铺,3个月赔了10万

“时光海人气真的太差了,我曾经在那里经营了3个月麻辣涮肚,净赔了10万元。”曾经在时光海体验广场经营麻辣涮肚的孙先生颇为感慨。

孙先生说,他在时光海四楼餐饮区租了一个面积80平米的商铺,“十一”刚开业的时候,生意还可以。但是“十一”一过,生意就一天不如一天。“这个店我装修等共投了15万,可是经营了3个月,不但没赚到钱,还净赔了10万元。”最后,眼看着每天五六百元的房租都赚不出来,孙先生就及时收手了。

“我听说里面门面比较大的店,少的赔七八十万,多的赔一二百万的都有。”孙先生说。

孙先生在百盛时期也租赁了同样的位置,经营的也是麻辣涮肚。孙先生说,自从入驻时光海之后,他的生意还不如百盛时期。“我在百盛的时候,生意很好,但是没想到时光海接手后,生意会这么差。”

说到原因,孙先生认为,与时光海的业态、管理经营以及硬件设施等都有很大关系。时光海定位的消费群体是母婴,但是平时很少有家长带着孩子来消费。而为了吸引多层

次消费者,商场一楼是珠宝,负一层是奥特莱斯,整体显得杂乱无章。另外,商场的管理经营也比百盛差一些,百盛毕竟是国际大品牌,顾客群体多样化,而且当时进入济南时,从济南本土商场里挖了不少高级主管,百盛的管理比时光海好很多。时光海最大的硬伤是停车问题。泉城路是单行线,而且停车非常难,来时光海消费的市民想要停车,只能把车停在旁边的泰府广场,加之车位又比较紧张,所以很多市民都望而却步。

本报记者 任磊磊  
实习生 郭丹宁 刘若瑶

Joyoung 九阳

约惠315

公益五免 以旧换新

更有3月8日女王专场

免费清洁 | 免费保养 | 免费检测 | 免费饮品 | 免费测水质