科學時報 SCIENCE TIMES

494 期
总第 4750 期
今日四版
编辑部电话：[redacted]
传 真：[redacted]
广告发行电话：[redacted]
网址：[redacted]
地址 北京市海淀区中关村南一条乙 [redacted]号
邮 编：[redacted]

■ 主办：中国科学院
中国工程院 国家自然科学基金委员会

中关村 ZHONG GUAN CUN 周刊

2009 年 10 月 10 日 星期六

搬迁大钟寺传言搅乱渠道 诸多质疑传言难成现实

2版 中关村将淘汰一批商户在大钟寺另立门户的传言一石激起千层浪，中关村渠道怎么看？

聚集创投企业 中关村 PE 大厦开门迎客

4版 中关村 SOHO 因为 PE 大厦的定位，成为西区向着“创投企业聚集效应”目标迈出的第一步。

评头论足

中关村地价的走高导致租金跟着水涨船高，中小型创业企业在中关村很难生存下去，不得不外移，这与中关村作为“中国硅谷”的定位很不符。

——中国城市商业网点建设管理联合会副秘书长董利

可以为董利这个观点提供佐证的是，现在很多研发型企业都进驻上地区域，一是上地租金成本相对低，二是该区域已经形成研发的区域环境。而对于西区，过高的租金，已经使得不少企业望而却步。

如果给北京的三大商务区域排名，中关村可以排在第三。

——理想阳光房地产综合服务机构项目管理部总监葛红权

葛红权这么排的原因不是因为电子市场，而是因为中关村西区商务写字楼的成熟，包括周边大的企业、研发机构的设置，他认为从这个角度，中关村西区足以和 CBD 与金融街齐名。

中关村西区的业态调整应避免再次出现造成交通拥堵、产业与居住隔离的局面。

——中国房地产研究会副会长顾云昌

西区的调整，目的就是为了改善西区的外部环境，使其符合国家自主创新示范区的身份，因此，顾云昌的这一个提醒，无疑是必要和及时的。

中关村是由专业市场带来的区域发展，整体转移是必然的过程。

——中原地产投资顾问部项目总监誉洪役

中关村和 CBD 不同在于 CBD 一开始就是服务型的金融中心，而中关村是通过一个产业带动起来的，因此现在随着产业的发展出现升级转移是必然的。

（整理 / 阿呆）

正在建设中的大钟寺国际商业广场。 摄影 / 雨田

中关村西区卖场将被“挤到”大钟寺？

□ 本报记者 筱 筠 思 路

就在北京市海淀区政府颁布《关于加快推进中关村西区业态调整的通告》两个多月之后，“中关村 IT 卖场集体酝酿外逃”，“西区里的卖场将全部搬到大钟寺”等言论在中关村经销商中一传十、十传百地传播开了。

经销商们见面聊天时，更是把这一些言论说得有鼻子有眼儿，“知道吗，两年之内就都给咱们搬到大钟寺去。”“海龙、鼎好、e 世界全部都要搬走呢。”

中关村西区里的卖场，聚集了数万靠中关村卖场吃饭的人。这些消息的传播无疑让经销商们有些紧张。毕竟，中关村电子市场是个积累了 10 年的成熟业态，如果真要离开有品牌效应的中关村，还真不知道一下子该如何寻找出路。渠道里有点乱了营的感觉，可是，消息似乎被坐实了，但是，却又没有执行方案，甚至连是否可行都没有答案。

淘汰存量 电子卖场将被“挤走”？

当电子市场中的很多商户为搬迁至大钟寺而沸腾的时候，外界却没有什么消息传出。

直到 9 月 10 日，《中关村周刊》记者从一位商户处获悉，鼎好电子商城台湾高层为此事专程赶赴北京，并开会进行了讨论。据说，鼎好将在一期中腾出相当一部分空间，来配合本次西区调整。正在建设中的大钟寺国际商业广场，地上和地下共 43 万平方米，据说其中将有 10 万平方米用来安置西区“淘汰”商户。对于大钟寺国际商业中心，鼎好也有人前去考察过，无论是层高还是整体环境都很不如人意。

传言还包括一些细节，甚至说到，鼎好现在已经不给一些小型柜台办理续证的业务，以期开始进行慢慢的自然淘汰。

在记者询问此事时，鼎好市场相关负责人予以否认，称“根本没有此事”。

然而，就在 9 月 15 日，关于中关村卖场部分商户会迁至大钟寺的消息在许多媒体上传开了。当天，在中关村 SOHO 大厦签约仪式上，北京市海淀区委常委、常务副区长杨志强说：“在市政府的支持下，海淀区发出了关于调整西区业态的通告。现在，关于中关村西区商业面积过大的情况，海淀区政府要依靠政策进行引导。分为三类，其中，鼓励类的是科技要素聚集的，限制类是已经通过工商等部门等对纯商业进行限制，将不再批准西区商业的发展；而淘汰类的则是现有的存量。”

这里所指的存量，是指目前中关村西区里所存在的卖场性质的商业业态。目前，中关村西区中，有写字楼 250 万平方米，同时，商业面积达到了 50 万平方米，其中电子卖场所占的比例最大，将近 30 多万平方米。因而，西区中的电子卖场成了此次调整的重点。

杨志强表示，在进行西区商业业态调整上，有以下两种思路：一条思路是，政府与拥有家乐福和中关村购物广场的开发商北科建协商，缩小商业面积，达到合理范围；另一条思路是，“政府与西区内的电子卖场在进行沟通，看这样的业态能不能向大钟寺那边东移。”杨志强认为，进行这样的转移，目的就是希望能将配件等一些体现不出高新技术的电子产品转移出西区，从而让腾出来的写字楼空间为科技要素的聚集做贡献，逐渐引进国家版权交易基地、中技所等中介机构。“希望通过这些机构的进入，对现有卖场产生‘挤出’效应。并希望通过几年时间的调整，使西区的业态达到比较合理的状态。”

尽管政府已经出面表态，似乎此事已成定论，但是，很快还是没有了下文，鼎好之外，海龙、e 世界对于搬迁大钟寺的消息都做低调处理，不予回应。

电子卖场乃集贸市场 大钟寺是个更好的选择？

要将处于一级商圈的中关村部分商户搬迁到处于三四级商圈的大钟寺，这看似并非“门当户对”。然而，可以从中关村卖场的性质去理解政府做出的这一决定。

一位电子卖场的老总说，一直以来，电子市场一直被视为集贸性质的业态。所以在管理上，相关政府也一直把电子市场等同于农贸市场。而此次搬迁的目标大钟寺国际商业广场定位以休闲娱乐购物为主，将中关村西区里的部分电子卖场的业务搬迁过去，理应和购物广场的整体氛围不冲突。

但是，显然在搬迁至大钟寺的问题上，卖场是很难达成一致的。中关村电子产品贸易商会会长鲁瑞清认为，业态调整不是简单的加减法。在此次调整中，政府提出了一些观点，比如，保留高端产品，减少低端产品的经营，将这些低端产品业务搬迁到大钟寺，这其中就存在一个问题——通常来说，中关村电子城之所以红火，一个显著的特点就是消费者能享受到产品一站式服务；另外，很多所谓的低端产品实际上和高端产品是配套的，例如，消费者在中关村买了台电脑，难道还要转道去大钟寺买些光盘？同时，也不能单纯地因为产品单价低而被划入搬迁的范围之内。

其次，业态调整也不是简单的复制法。他说：“早些年，在中关村核心商圈之外，很多物业看好电子卖场行业，也投资、招商，可是这些不在中关村核心范围之内的卖场，现在没有几个活下来的。当代商城的中关村电脑总汇、位于紫竹桥的阿波罗数码电子广场，都是典型的例子。而电子卖场行业的规律就是集聚，必须是一条街的形式。”

另外，从经销商的角度出发，期待他们自愿搬过去难度比较大。如果搬迁到大钟寺，有一段时间的免租期，去那里试一试是可以的，但是并不代表大钟寺那边开了 2 万平方米的电子卖场，中关村西区就减少了 2 万平方米；而经销商同时还要考虑人工和库房的费用。

而正当老中关村们对大钟寺国际购物广场与中关村西区卖场是否“门当户对”的问题进行探讨时，更有人提出了一个不用离开中关村就能解决存量的新方案。位于中关村周边的卖场有丰富的卖场经营经验，实际上可以参与到政府的此次调整行动，比如可以将配件、耗材等经销商和产品吸纳到西区外的卖场，甚至有卖场表示，“我们能够在最短的时间内，腾出 2 层或者 3 层，用 5000 平方米的面积接着这些来自西区的商户。”

很显然，5000 平方米远远不能和大钟寺的近 10 万平方米的面积相抗衡，但是这却提供了一个有益的参照，从地理距离来说，比大钟寺显然近太多了，而且还是中关村电子市场中的部分，可能对于商户来说更容易接受这个调整的去向。

另外，无论是否要搬迁，西区整改的决心如此坚定，只是，还需要看到一点，搬迁不能解决中关村市场现有的全部问题，针对一些需要特别治理的问题应该先予以严加整顿，然后再此基础上进行调整，效果应该会好很多。

中关村茶馆

不会消失的中关村

阴 晓 舟

搬迁大钟寺的传闻一石激起千层浪，各种演绎版的传说甚嚣尘上。恐慌、猜疑、思量，没有确切消息，更没有出路和办法，尤其是那些小型经销商，更担心自己将“成为西区整改的必然‘牺牲品’”。

其实，无论鼎好对于将有些商户搬迁到大钟寺的态度是肯定还是否定，甚至连市场方自己也没有一个明确的答案，海淀区这次要彻底整理西区、整饬电子市场的决心已经非常明显了。

由于最后会怎样调整，目前尚没有准确的执行方案，只是关于搬迁至大钟寺，却是一个会引起很多质疑的想法。就凭这些质疑，也不会贸然形成决议。

首先，中关村还存在吗？当然存在。原因很简单，它是中关村 20 年发展的起源和见证，是整个 IT 产业链条中的一环，同时也是积累 20 年一个拥有口碑、品牌、资源的业态。既然中关村不消失，那么搬迁到大钟寺的那部分“中关村”，就缺乏了一个存活的基本前提。今天繁华的新发地市场，实际上是因为原来大钟寺果蔬市场的整体搬迁和这个市场的彻底消失，新的市场通过培育，成为取代原来市场的部分。

其次，谁搬？如果是用大钟寺来安置被中关村西区调整所淘汰的小经销商，那么，这些小经销商本身大多不能靠单独的能力来维持经营，一方面现扎货需要依赖中关村这个大市场，另一方面也需要利用中关村每日巨大的人流。而如果要调整大大小小的商户都过去，在那里形成一个新的电子产品销售商圈，可是，西区的调整本身又是希望利用大经销商的品牌形象和规范管理，解决这种冲突需要增加经销商大量的成本，亦难成行。

另外，一个新的商圈的形成有很多现实问题，要让大钟寺成为第二个中关村，需要宣传、投入，甚至需要扛，在当下环境看，可操作性又大打折扣。所以，搬迁很难解决问题，大钟寺这个传言也不必引起商户无端的恐慌。