

马莎百货4月1日起全线闭店

模式照搬营销缺失或为败走申城重要原因



马莎百货将整体撤离上海。

青年报记者 常鑫 摄

青年报记者 陈诗松

本报讯 “马莎中国上海南京西路店、淮海中路店、环球港店将于4月1日起正式关店，今起闭店清仓，全场商品标签价5折(含食品、酒、减价商品)。”近日，不少消费者都收到了马莎百货的闭店清仓促销短信。青年报记者昨天走访证实了这一情况，这家英国最大的跨国商业零售集团即将全部撤离申城。对此专家分析认为，败走虽有电商冲击的原因，但更多源于自身经营问题，导致水土不服。

马莎百货将整体撤离上海

青年报记者日前来到马莎百货南京西路店看到，马莎百货的入门处写着大大的“闭店清仓全场五折”的字样。门口的通知写着“本店4月1日正式关闭，售出商品概不退换”，另外通知还提醒消费者，“欢迎前往马莎天猫官方旗舰店继续购物。”

青年报记者走进店内，一片冷冷清清。虽然全场商品正在对折抛售，但是前来“捡漏”的消费者并不是很多。收银台前，工作人员在聊天，一楼到三楼的楼层内，四周的货柜已基本全部拆除，楼层的中央区域摆放着各种打折衣物，从女装、男装到童装，等待顾客挑选。不过，购买的顾客也并不多，有顾客看了一两眼就走了，说是没什么可挑的了。相比之下，四楼食品区域的酒类专柜人气挺旺，不少顾客挑选五折出售的葡萄酒、起泡酒等，一买就是好几瓶。“这些存货售完后，我们就差不多打包走人了。”工作人员声音中似乎有些不舍。

青年报记者了解到，马莎百货是2008年开始进入中国内地市场的，在上海、苏州、青岛等地开设了多家门店。

店。去年底，马莎百货宣布将退出包括中国在内的10个亏损的国际市场，中国是最大的市场，涉及关闭10家门店。从上月起，已经关闭了五角场万达广场及莘庄仲盛店两家分店，加上此次三家闭店，意味着马莎百货的实体将整体撤离上海。

消费者吐槽店铺经验太老化

资料显示，马莎百货是英国最大的跨国商业零售集团，也是英国代表性企业之一，在英国零售商当中具有较高的盈利能力。一直以来，马莎百货出口货品数量也在英国零售商中居首。作为英国最大的跨国商业零售集团，马莎百货为何败走申城？

对此，青年报记者现场采访了多位前来扫尾的消费者，在附近上班的白领刘小姐认为，马莎百货的服装过于保守，色调多为黑或者灰，即使是红色也是深红或者枣红色。还有年轻的消费者吐槽说，进入店内没有购物的欲望，“无论是比价格还是比款式，都比不过别的快时尚零售商。”

在马莎百货的左右两侧，同样也是快时尚品牌Gap和H&M，不远处还有人潮涌动的优衣库。在附近逛街的消费者王女士说，虽然马莎的品牌在自己的国家有着多年的历史，但在面对Zara，H&M，优衣库这些快时尚品牌下，品牌呈现出了一定的疲态。

不过，青年报记者了解到，其实马莎百货此前曾做出多种调整以更好地适应中国市场，比如女装方面50%都是小号的，男装方面大都是修身款。此外马莎百货还积极拥抱电商，在天猫开设旗舰店。不过，调整成效仍然平平，记者登录其天猫旗舰店发现，和颇具人气的天猫服装店相比，马莎百货的货品售卖记录都很小。

业内专家 水土不服不应只归因于电商冲击

对于马莎百货败走申城的原因，业内专家分析说，在中国人的消费观念里，对于品牌的认知比较看重，这也在很大程度上主导了中国人的消费方向，购买商品时更倾向于品牌商品。“而马莎百货进入中国至今，一直照搬其在海外市场的自主品牌商业模式，希望通过自主的百货品牌来覆盖门店内的服装、食品等品牌，但同时对于营销和宣传的缺失，使得中国消费者普遍不接受这一模式。”

上海中国市场研究集团相关人士就公开评价过马莎百货，其表示马莎百货提供了一个反面教材，“他们

在租金过高地段开了规模极大的旗舰店；他们的商品价格居于中档；他们的店铺规模完全不对；通常，他们吸引的消费者是60岁的中国妇女或外国侨民。本来他们的目标客户群是较年轻的妇女，然而实际上这个人群中几乎没人会在这里买东西。”

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍分析说，马莎百货进入中国市场以来就经营不顺，不断关店，这有实体百货店不好经营的原因，更多的则是水土不服。“价格高，知名度不大，时尚度不够，这就导致了竞争力不强。”

■都市脉搏

市民微电影大赛正式启动报名

青年报见习记者 陈晓颖

本报讯 为城市喝彩，为美好点赞。即日起，2017年“逐梦新时代”市民微电影大赛正式启动报名。这是记者从3月16日，上海市2017年度主题微电影创作推进会暨“逐梦新时代”市民微电影大赛启动仪式上了解到的。据了解，本届市民微电影大赛主题是“逐梦新时代”，在3月中旬至12月进行，首轮作品提交6月30日截止，第二批作品提交11月1日截止。

据介绍，本届市民微电影大赛将组织创作更多优秀微电影作品，让生动的微电影故事成为鲜活的价值观、

有形的正能量，切实增强社会主义核心价值观的感召力。此次微电影参赛作品要求时长为2-10分钟，字幕一般应为中文简体，其中不能插入商业广告。如何让市民更多参与？身为评委的中国高等影视学会副会长李亦中鼓励市民关心生活中的细节，敢于拿起设备拍摄。

上海美术电影制片厂国家一级导演陈志宏在分享时表述，青年人不应受到设备的束缚，而是关注、关爱身边的人和事，展现真情实感。

此次“逐梦新时代”市民微电影大赛由市委宣传部、市文明办、市网信办、市文广局、文汇报社、市广播电视台、上影集团、市文联主办。

“上海制造”石墨烯纤维亮相

青年报资深记者 郭颖

本报讯 2017年中国国际纺织纱线(春夏)在展览会举办期间，“上海制造”的石墨烯纤维引人注目。青年报记者获悉，有关专家表示，将积极推进制定石墨烯“民用化”的国家标准。

据悉，石墨烯是本世纪最具颠覆性的新材料，是目前发现的最薄的二维材料，10万片石墨烯叠加在一起只有一根头发丝的厚度；石墨烯又是现今最结实材料，其强度是钢铁的100多倍；石墨烯具有很好的导热性、良好的生物相容性与最佳的透光性耐磨性等。将石墨烯与普通纤维复合，具有抗菌、抗螨虫、抗热、抗切割、抗静电、抗紫外线、远红外发热和传导清凉等特殊功能，可广泛应用于面料、服装、家纺、针织等纺织品。

经中外权威检测机构检测，中国

专利事务所审查，上海科技情报所查新，以及以中国工程院院士领衔的技术成果专家评审委员会评审，参展的强生凯瑞石墨烯复合纤维目前单层率已达到99%，纤维24小时灭螨率达到95%的一级标准，远红外发热可提升织物温度摄氏2.5-3度，抗紫外功能是国家标准的4-5倍。

青年报记者留意到，虽说是高科技产品，但经过研发，石墨烯纤维价格并不昂贵。像石墨烯涤纶售价为7.8万元一吨，而市场上同类非石墨烯抗菌纤维都要卖到16-18万元一吨，进口的更是达到25万元左右一吨。

“石墨烯用于纺织原料是新生事物，需要制定市场准入标准。”中国纺织商业协会纺织新技术推广应用中心主任王黎明告诉青年报记者，目前他们正打算与国家标准化管理委员会国家标准技术审评中心一同推进石墨烯“民用化”的国家标准。

多元策略应对市场复杂环境

上投摩根安通回报混合基金3月13日正式发行

2017年市场变幻，债券虽然中长期有支持，短期又有波动。在这样的状况下，立足风险控制，多元布局股、债等各类资产的产品为投资者提供了较好的资产配置选择。

据悉，上投摩根旗下安通回报混合型

基金将于3月13日正式发行，该产品采用目标回报策略，在严控回撤、波动风险基础上，结合对未来市场的看法，适当加强组合的弹性，贴合当前“有机会但也有风险”的震荡市场情况。

建信新兴市场混合基金近一年收益31.68%

新兴市场受到市场资金青睐，今年以来涨势喜人。Wind数据显示，截至2月23日，建信新兴市场混合基金今年以来费后净值收益达9.28%，高于同类基金平均水平。

建信新兴市场混合基金股票投资占基金资产比例不低于60%，其中不低于80%的

股票资产投资新兴国家或地区的公司发行的证券，包括南非、巴西、中国香港等，将捕捉不同国家地区较好投资机会。截至2月23日，建信新兴市场混合最近一年收益率为31.68%，在同类可比QDII混合型基金中排名第3。

富国强回报债基打开申购倒计时

近期股市反弹强劲，有业内人士建议，投资者在布局股市提高收益的同时，也选择一款债基用以分散组合投资风险。据悉，富国强回报定期开放债券基金目前开放申购已经进入倒计时，建议投资者抓紧时间配置。

以正打开申购的富国强回报为例，定开债基因其一定时长的封闭期更具杠杆优势。富国强回报定期开放的运作模式更有利于基金经理贯彻投资理念和投资策略，封闭期内免受申赎的流动性扰动，资金利用率更高。

南方高端装备开年业绩超4%

受益“一带一路”加速落地、两机重大专项全面启动等众多利好因素的影响，高端装备制造业正迎来黄金发展机遇期。受此带动，一些跟踪高端装备行业的主题基金表现良好。以南方高端装备混合基金为例，Wind数据显示，截止3月3日，该

基金年初至今的净值增长率为4.69%，在1368只灵活配置混合型基金中位居前7%。其成立以来的业绩涨幅超过81.19%，年化收益率超14%，跑赢同期业绩比较基准和上证综指的涨幅表现，展现出优异的获益能力。

广告 投资有风险