

由安徽南翔集团开发的华夏国际茶博城近日曝出多家知名茶企商户“关门”以反对茶博城管理公司提出的“租金翻倍”方案。茶业商户反映，入驻茶博城五年来，仅有微小的“散客”流量，原先宣传的“茶博物馆”等战略规划至今也没有实现。而茶博城管理方则称，目前运营五年来持续亏损，涨价系市场行为。

□ 记者 赵汗青 文图



华夏国际茶博城茶都

华夏国际茶博城内多家茶企商户“关门”？

商户：人流量低迷，店面租金还翻倍
管理方：运营五年来持续亏损，涨价系市场行为

反映：茶博城很多店面大白天却关着门

本报记者接到合肥市民王正义(化名)反映称，12月16日，他来到合肥市的华夏国际茶博城，却发现茶都内很多店面大白天却关着门，这令他很不解，到底是怎么回事呢？

“茶博城多年前是一个聚集多个安徽省内名牌茶叶企业形象店的地方，为什么突然关门了？”王正义向记者提供了当时拍摄到的店面锁门的照片，拍摄到的多家茶叶店都锁上了大门。

据华夏国际茶博城官网显示，茶博城是由南翔集团斥百亿巨资打造的国际级茶文化特区。项目定位为“世界知名的茶叶专业交易市场和集散地、独具特色的茶文化大观园、中国一流的茶主题旅游休闲胜地”。

12月18日下午，记者来到华夏国际茶博城走访发现，店面正常营业，但有店主告诉记者，16日关门是因为茶博城运营公司方面突然要对店面租金涨价，翻了一倍，引起了大家的共同抵制，商家以“关门”反对管理公司的政策。

“我是五年来到华夏茶博城的，是最早的一批业主。”一位经营知名品牌茶叶的店主告诉记者，茶博城分为“茶都”和“茶市”两部分，其中“茶都”只出租，且入驻的都是知名品牌；“茶市”是对外销售的，基本都是零售批发；早期华夏茶博城为了招商，推出了“交六免六”的政策，也就是交六个月租金免六个月租金的营销策略，并且提出了以打造茶博物馆、举办各类活动的策略，吸引了一大批知名品牌入驻。

“但是五年的时间了，茶都内基本没有人流量，如果我年销售一百万，那么只有五万元是茶博城的流量带来的。”该店主称。

“那么问题是，我们每年花几十万租金，而且租金含公摊面积近50%，人流量几乎没有，带不来散户销售，在这个情况下涨价，我们无法接受。”该店主认为。



商户门面大门紧锁



关着门的茶叶店

五年时间“流量”效益为何持续低迷？

记者又随机走访了茶都内的几家知名品牌。

商家反映，早在2014~2015年，华夏国际茶博城营销人员声称，茶博城将打造以“茶博物馆”为主题的销售聚集区，此外，配套相关地产，以此带动茶博城的人气和销售。

“但至今也没见到茶博物馆，地产倒是建了不少。”一位店主称，早先将茶都和茶市分开营销，就是要将茶市打造为一般意义的销售市场，而将茶都打造为“品牌体验店”，但目前来看，“茶都”和“茶市”没有什么区别。

此外，茶博城的营销推广也遭到诟病，“茶博城刚开业时，还能在公交、小区见到宣传投放，最近几年根本没

见外界的宣传投放，名气越来越小。本来就距离市区较远，更多的消费者更趋向于江南名茶城、巢湖路茶叶市场进行消费。”

一位店主同时在茶博城和合肥市政务区租赁了店面，但两者由散客带来的销售根本无法比较，“更关键的是，综合体之外的店面租金，一般不含有公摊面积。如果一个地方免费提供给我，但不能带来效益，那我宁愿不租。茶博城如果坚持涨价，那我只能选择搬走。”

记者在走访中了解到，商户同茶博城管理公司的矛盾并不仅仅在于店面租金翻倍涨价，没有分户电表、茶博城欲将停车场收费未征求意见等问题已导致各商家长期不满。

五年来运营亏损无法承受 涨价系市场行为

为什么五年的时间茶博城人流量依旧持续低迷？为什么原先欲打造的“茶博物馆”迟迟没有建设？为什么南翔方面会突然间翻倍涨价，是不是资金流趋紧？对于未来的发展，管理方究竟如何规划？对于商户提出的这些问题，安徽南翔茶博城的管理方到底如何看待呢？

记者来到安徽南翔茶博城投资发展有限公司，该公司负责人告诉记者，茶博城仅茶都建设投资1.9亿元，大量的物业投入，五年来茶都的运营一直都在亏损，其中茶市销售带来的利润也均“沉淀”在茶都，公司无法承受。

该负责人表示，茶叶的销售本身季节性很强，茶博城的市场宣传一直在投入，但呈逐年减少趋势，像每年的春茶采购节这些线下活动还在持续举办。“茶博物馆”的规划原本在二期建设，但未能得到土地供应，所以现在无法建设。

对于茶博城未来的发展，该负责人称，周边配套在逐渐增强，小区会逐渐成熟，茶博城也会成熟起来。取消原先的租金优惠，收入还是用于投入到茶博城的运营上。

“承受不了可以不租，租金涨价是市场行为。”该负责人表示。

市场星报
公益广告

垃圾分类 从我做起

垃圾分类处理，文明社会靠你我共建

