

购物、吃饭、看电影，一样都不少

格子铺小而全拿住年轻人的魂

时下，济南人购买小商品主要去两种地方，一种是以环联、西市场为代表的传统小商品城，另一种是以近年来刚兴起的淘宝街、老东门为代表的“格子铺”。在电商冲击下，传统小商品城牢固占领中老年人群，而格子铺则走起了年轻、时尚路线。营销专家称，格子铺商品更加个性化，营销方式更接近互联网思维，代表着未来零售业的发展趋势。

本报见习记者 刘飞跃 孙业文



淘宝街内的格子铺规整时尚。 本报见习记者 刘飞跃 摄



小商品城内的店铺显得杂乱拥挤。 本报见习记者 刘飞跃 摄

小商品城：以前人挤人，现在生意不好做了

23日上午，二环东路和花园路交叉路口的环联小商品城。商场内商品琳琅满目，有的摆在柜台上，有的摆在货架上，总体来讲商场显得比较杂乱，购物环境不是很上档次，很多中老年人来买日用百货。

“这里的東西非常多，价格比较便宜，而且能够砍价。”六十岁左右的王先生来小商品城购买了一台收音机，准备再给亲友带一台。

王先生所说的价格低廉是环联等小商品市场的优势，但是

在电商的巨大冲击以及同质化竞争日益激烈的今天，小商品城这种优势已经逐渐减弱。

“近几年，电商的发展和附近商场的增加的确对环联造成了一定的影响，部分商品特别是玩具、水杯、钟表等受到的冲击很大。”环联市场管理处魏先生坦陈，现在商场的生意不比从前，以前商场的人还是很多的，基本上是人挤人，现在也就周末的时候人多一些。

在西市场，记者在钟表专卖店咨询了一款电子闹钟。店主告诉记

者，闹钟价格是28元，最低25元。但是记者从网上查到，与此相同款式的闹钟售价为19元，而且包邮。

“像你这样的顾客很多，都是咨询完价格后再去网上查查，然后看看哪个便宜一些。”店主苦恼地说，现在人们都从网上买东西了，钟表行业生意很难做了，因为价格非常透明。

“网上的钟表不但价格便宜，而且样式、功能非常多，现在电脑和手机上网又那么方便，从网上买日用百货的人越来越多。”该店主说。

淘宝街：格子铺走时尚路线，年轻人享受淘宝乐趣

位于洪家楼商圈的淘宝街从2009年正式投入运营，是济南较早尝试运用格子铺模式销售小商品的商场，开创了济南格子铺营销的先河。

24日上午，记者来到洪家楼淘宝街。淘宝街是上午十点开门，虽然天气比较寒冷，但等着开门的消费者已达20多人，除了两位长者，其他的都是年轻人。门一开，大家便一拥而入，开始了自己的“淘宝之旅”。

记者发现，与环联不同的是，淘宝街的店铺都是精装格子

铺，里面主要经营小饰品、手机配件、时尚鞋服、美甲、化妆品等商品。商品的摆放都比较整齐，还放着时尚的音乐，整个购物环境给人一种比较舒适的感觉，很明显年轻人是淘宝街消费的主流人群。

来此购物的小李是附近学校的学生，因为圣诞节马上就要来了，就与同学一起逛逛淘宝街看看有没有新奇的礼物。她说：“基本上隔几天就会与同学一起过来买东西，就算不买东西，出来逛逛，感觉也是非常不错的。”

淘宝街市场管理处孙经理说，淘宝街的定位人群主要是年轻人，所以淘宝街商品也偏年轻时尚化，之所以叫淘宝街，是通过消费者悠闲自在地逛街淘到自己喜爱的商品，给他们一种不同的购物体验。

在此做服装生意的店主对记者说，淘宝街不同于传统的小商品市场，来此购物的多是年轻人，虽然现在受网络冲击比较大，但是这群年轻人就是固定的购买人群，因此淘宝街的商家对未来还是蛮有信心的。

格子铺：店铺讲究个性，理念更加时尚

圣诞节来临，淘宝街商场内节日气氛很是浓厚。不少商铺前贴上了“圣诞快乐”的标语，商场内的音乐也非常欢快，不少商铺还推出了与圣诞相关的商品。

在某家主题店内，店主正忙着与顾客商量着圣诞礼品的价格，而在传统的小商品城内，是不可能看到如此年轻、前卫的主题店。

在淘宝街市场管理办公室，记者看到上百个用彩色塑料袋包装好的苹果整齐地码在桌子上。工作人员称，这是商场专门为圣诞节搞活动准备的，每次遇

到节假日，商场都会组织一系列庆祝活动。

淘宝街市场管理部孙经理称，在淘宝街成立以前，公司考察了北上广深这些大城市的淘宝街，并借鉴了它们成功的管理理念。

“从前期的包装、宣传，到组织协调、策划节日庆祝活动，我们都是按照大商场的模式对商户进行统一管理。”孙经理说，经过五六年的摸索，淘宝街的这种管理理念确实取得了一定的成效。

“淘宝街刚开始的前2年生

意也不好，经过多方面的努力才发展成现在这个样子。”孙经理说，在济南这种格子铺的发展模式淘宝街应该是第一家，刚建立之初名气不大，来逛的人并不多。记者了解到，经过大约2年的时间，淘宝街通过加强内部的统一管理，并借助洪家楼商圈的发展优势不断加强宣传，才慢慢被人所熟知。

“淘宝街是2009年开的，现在在500多家商户，从开业到现在铺子一直都是满的，没有出现空铺的现象。”孙经理说。

立足消费者第二需求，吃喝玩乐一样都不少

“小商品城成了‘精品城’，商户销售就成了问题，买高端大气的商品还是要去大商场。”环联小商品城工作人员魏先生称。记者在采访中了解到，像环联、西市场，它们销售的多是钟表、文具、饰品、洗涤、小家电等生活日用品，而这些产品市民通过网购并不能获得多少优惠。

对于魏先生的说法，淘宝街市场管理处孙经理称，淘宝街与环联市场定位不一样，以环联为代表的传统小商品城

出售的日用百货，满足生活第一需求，而淘宝街的格子铺卖的是相对高端的产品，注重购物体验，而且购物、吃饭、娱乐一样都不少，满足的是年轻人的第二需求。

“现在好多年轻人约会，淘宝街是必选的地方，他们应该不会选择去小商品城。”孙经理称，淘宝街开着空调，环境很舒服，非常适合年轻人。

而改造后的老东门万货汇在其官方网站中也称，老东门万货汇“将着力打造以青春、时尚、

精品为风格的商场形象，提供餐饮娱乐及购物休闲相结合的消费体验，在服务和不断与管理上不断与消费者的需求赛跑”。

小张是位上班族，周末时间不是很多，趁着休息时间，专门来逛淘宝街。他说，只要休班就会来淘宝街转转，并不一定买什么东西。

“有时候陪女友上午逛淘宝街，中午顺便在周围的餐馆吃个饭，下午打个台球，晚上去看场电影，非常方便，也不用跑那么多地方。”他称。

格子铺接近互联网思维，个性化产品是其优势

记者了解到，老东门改造的一个非常重要的特征就是把原先简单的商铺变成了一间间格子铺。

与老东门类似，淘宝街在济南更早地引进了格子铺的销售模式。

孙经理称：“格子铺吸引的就是年轻人，消费者进店后是体验式购物，享受购物的乐趣，并且商场还会策划一系列营销、宣传活动。”

孙经理同时提到，格子铺的

营销理念非常接近于互联网思维，因为消费者在逛淘宝街的时候就是漫无目的，发现新奇的产品就会购买，这是一种制造需求的营销模式。

“从某种意义上说，淘宝街类似于淘宝的实体店，而淘宝则类似于淘宝街的虚拟店，消费者在逛淘宝街购物感觉就是在网购。”孙经理称。

山东大学营销传播学专家王广伟称，像环联、中恒、西市场这种从事批发零售行业的商场，

在未来三到五年内可能也要探索如何转型。

“因为互联网的一个非常大的特征就是去中间化，他们是中间批发商，处于流通环节，而且产品批量化生产，在网购越来越盛行的今天，他们的生存能力就会越来越弱。”王广伟称。

而对于淘宝街、老东门格子铺这样的运营模式，王广伟称，格子铺对消费人群进行细分，吸引的是年轻人，产品多是个性化定制，而小商品城的产品并没有太多特色。