



众多百货商场已升级改造。本报记者 于伟 摄

重塑自身吸引力,太白楼路众多商家欲“变脸”

商场引进体验式业态聚人气

本报记者 于伟 马辉

太白楼路商圈的商家更迭和升级从未停止过:从华联到银座,从百货大楼到中央百货,贵和购物取代了宁安商场,世纪联华的败走麦城,本土商业mall运河城的崛起,拉长了商圈长度的万达广场……2015年的这个夏天,贵和、运河城、万达百货正在进行新一轮的内部调整,或服务取胜或携优质项目出击,渴望通过一系列努力阻击电商,重塑自我,支撑起济宁城区的这—“黄金商圈”。

百货商场借餐饮等聚人气

每年七八月份,天热客流少,传统百货商场进入一年中的销售淡季,也进入一年中的调整升级季。

引入新品牌、更换新展柜、互换品牌店位置……作为每年的常规动作,百货商场进行升级改造,把商场营造出焕然一新的场景,以给消费者新鲜感。不过,今年调整不再是简单换换位置,各大商场的调整,可谓大动作频频。

“璀璨升级、共谱新篇。”在位于太白路的贵和购物中心,其一楼超市已被装修布遮

起,靠近商场进出口的一部手扶电梯也正施工。5楼将会增加餐饮、娱乐等项目。对于这次商场的重装升级,商场工作人员均用大调整来答复。

10年间,贵和购物中心从济宁商贸流通行业中脱颖而出。谈到卖场的经营策略,贵和购物中心副总经理张静告诉记者,除了不断更新品牌外,服务也要升级。“经过这十年的沉淀,随着消费者对贵和中心店的要求越来越高,加之周边商场不断紧跟的节奏,作为有着扎实顾客群体的商场,

贵和中心店升级改造势在必行。

“我们客观地分析了市场,展望了未来的行情,将顺势增加餐饮品类,让消费者在我店享受更多元化的体验。我们还将继续引进新品牌,从而巩固贵和中心店在济宁高端市场的龙头地位。”张静表示。

这个夏季,太白楼路各大商家集体选择调整业态组合。尤其像贵和、银座等百货商场,将开辟新功能区,增加餐饮、美容、娱乐等体验式业态。

8月中下旬,运河城也将

进行升级调整,扩容餐饮规模。在运河城运营总监张营看来,餐饮本身就是体验项目,能积聚人气,而目前的现有布局,也无法满足消费者需求,本轮调整重点放在餐饮上,以期丰富商场体验消费内容。

同样,作为全国商业地产龙头,今年,万达集团也开始着手调整国内商业板块,其中,济宁的万达百货也在调整行列。据济宁万达方面透露,通过调整,肯定会带给消费者更加愉悦、周到的服务。

固守单一购物模式难留人

随着餐饮、娱乐等新业态引入,本轮调整中,百货商场把调整方向不约而同指向服饰类等零售业态,其占比空间将被压缩。一向被百货商场看中的服饰类,处于业绩下滑的困境,这让商场不得不忍痛割爱。

“往年进入7月,夏装才会进入集中处理期,商家忙着打折促销去库存,可今年刚进6月份,夏装就开始打折处理,这整整提前一个月。”在城区一家百货商场,相女士经营着一家女装服装店。今年甩货期的提前,让夏装销售旺季缩短近一月,让她店内的销售额相比去年下滑三成还多。夏装销售的不给力,也只是百货业不景气的一个缩影。

“现在商场更多了,竞争加剧,有不少的同类品牌,分散了

客流。”张营认为,这几年,包括服装等在内的品类,受电商冲击尤为厉害,一些实体店陷入困境,而传统的零售店模式沦为重灾区,再加上受大环境经济影响,原本品牌服装所依赖的大企业等消费群体,也发生了变化。这让今年百货业倍感压力,更像一场被追着跑的转型。

在张营看来,比如珠宝、黄金、手表等高端品牌商品,以及餐饮、美容等体验式业态所受电商冲击就很小。因此,作为传统的百货商场,本次转型升级,将朝着集购物、餐饮、休闲、娱乐等多种业态于一体,提供一站式服务的购物中心发展。

“以前逛商场,买了就走,就是纯购物,可如今逛商场,不再是买了就走,得要吃个饭,看个电影,再顺道买点东西,购物

已经成为一种娱乐休闲方式。”银座策划科一位负责人张效杰告诉记者,如果还单纯购物,就还是专卖店模式,难以满足如今的消费需求变化,也迫使

传统百货商场转型,也就是要重新定位,要为消费者带来全新的消费方式,让购物变成休闲、体验的娱乐方式,让市民感受到逛街的乐趣所在。



太白楼路商圈的档次日益提升。(资料片) 秦明 摄

专家声音

升级别丢了特色 业态避免同质化

“价格低廉,消费便捷,这是电商的优势,实体商场难以匹敌。”汤焕磊说,面对电商的冲击,实体商场的服装、鞋帽、化妆品等零售份额被分流,这是不可避免的大趋势,而餐饮、电影院、美容健身及KTV、影院等体验式服务,却是电商难以触及的,这也正是实体商场的机遇。

汤焕磊表示,面对电商冲击,调整业态布局,百货商场里划出专门的区域引进更多餐饮、娱乐业态,减少服饰类业态,增加体验类业态,正转型的一种有益尝试。但在调整引过程中,也得避免业态的同质化。

并不是所有的传统百货在新增业态、引进餐饮等新业态就一定会成功。“传统百货商场受制于面积、物业及配套等局限,引进新商业业态,毕竟会有限。”汤焕磊认为,这就需要与商场定位相匹配,真正能够长久吸引消费者的“体验式商业”,肯定能给消费者带来较好的感受,让消费者对接产生依赖。

不论百货商场或购物中心,也要有自己独有特色。“一想到哪个服装品牌、或吃喝玩乐的其中之一方面,首先想到的是这家商场,而不是另外的一家或其它家。”济宁市商务局相关负责人表示,商场首先得能吸引消费者,再加上能够提供体验式消费,就能够延长消费者的停留时间,这也就为商场内的各个业态带来了客流。

“太白楼路商圈服务济宁20多年,已经形成了自己的特色和品牌,商业格局的变化属于正常,不断迎合市场需求,才能保持商圈的永久活力。”该负责人表示。