

“无中心”商业时代也许已来临? 济南商圈“裂变”

文/片 本报记者 仲爱梅

伴随着兔年第一个黄金周的落幕,济南各大商场的春节促销大战也画上了一个圆满的句号。来自济南市商务局的监测数据显示,春节期间,省城商贸流通企业实现商品销售额44.9亿元,同比增长了19.6%。

44.9亿元,对于普通市民来说,这样的数字或许过于抽象、意义不大,而人们能够真切感受到的是:这个春节,济南值得一逛的地方越来越多,无论你居住在城市哪个角落,总能在附近找到一个融“吃喝玩乐购”于一体的大型商圈,购物便利多了。

商圈裂变

“无中心”商业时代

还有一天就是春节了,忙碌了一年的刘女士终于有了休息的时间,而置办年货这件大事也随之提上了日程。

以往这个时候,刘女士总是很头疼:偌大的一座济南城,可以逛的地方并不多,想来想去,仿佛就只剩下个泉城路还可以选择了。然而,从她居住的省城南部开车到泉城路,路远不说,人也特别多,停车难,购物也难,逛不了多久就很心烦。

“现在好了,我们家附近的省体育中心就能解决问题。”刘女士喜滋滋地告诉记者,儿子过年穿的运动服是她去贵和体育中心店买到的,打折后只花了两百多;自己的羊绒大衣、裸靴和老公的羊毛衫、皮鞋则来自于银座玉函店;至于过年必备的各种年货,干果、蔬菜、肉禽蛋类、零食水果等等,在银座地下的超市里就全部采办齐了。

“不用去泉城路人挤人,在家门口就能一站式购物的感觉真不错,轻松多了。”刘女士说。

与刘女士不同,家住北园大街附近的张老师则选择了经四路商圈。新开业的万达广场、重装后的振华商厦济南人民商场,再加上大观园和经四路地下商城,在张老师看来,如今的经四路商圈其整体繁华程度丝毫不亚于泉城路,足以满足一家大小的购物需求。

泉城路商圈更加繁华稳固,经四路商圈重新崛起,省体育中心、洪楼、燕山立交桥渐成气候,西部振兴街地块等新兴商圈的开发也已开启……济南商业正呈现出“一个中心商圈与多个区域性商业中心并存”的格局,部分区域性商业中心甚至可以跟中心商圈分庭抗礼。

“以前济南的商业发展比较落后,因此,泉城路附近便成了济南唯一的商业地标。而现在,经四

路、省体育中心甚至洪楼、燕山立交桥等都值得一逛,西部、北部很快也会出现大型购物中心。可以说,济南商圈正在进入一个‘无中心’或者说‘多中心’时代。”就职于省城某时尚杂志的李女士认为。在她看来,“无中心”恰恰是一座城市商业繁荣的体现,因为随着人口的增多,城市规模的扩大以及新居住区的不断涌现,出于时间跟交通成本的考虑,人们不可能总是到某个中心商圈购物,而“无中心”的“多商圈并存发展”格局显然更能满足人们就近购物、消费的需求。

模式进化

“吃喝玩乐购一个都不少”

利用假期举行同学聚会,是大学生小王在春节期间的一个“重头戏”。

与往年大伙儿随便找个饭店撮一顿不同,今年春节,同学们把聚会地点定在济南万达广场:一方面是因为这里吃的东西不少,可选择的余地多;另外一个很重要的原因在于,这里休闲娱乐的项目繁多,吃完饭后,同学们还可以三五成群地逛逛街、喝杯咖啡,吃个下午茶,甚至看电影。

“以前在济南想找个集吃、喝、玩、乐、购于一体的地方太难了,吃饭与购物、娱乐很难统一。”小王说。

“过去济南的商业模式确实比较单一,基本上就是单纯购物,然后便离开购物场所。”作为一名老济南人,市民李女士对济南商业的发展演变了如指掌,而她至今仍清楚记得,当年银座地下广场引入“康康快餐”时,在济南市民中引起的轰动。“那时候可没有什么shopping mall,能引入简单的快餐已经是了不起的创举了:至少解决了购物时的吃饭问题。”李女士回忆说。

从单纯购物,到集购物、餐饮、休闲、娱乐于一体,在济南商圈的“裂变”过程中,传统以百货

业为主体的消费模式也在悄然发生改变。历数最近两年济南出现的商业项目不难发现,无论是已经营业的万达广场、银座玉函店,还是即将开启的香港恒隆广场以及泰府广场,几乎无一例外地全都采用了当前流行的“shopping mall”模式,即大型城市综合体。以万达广场为例,逾16万平方米的商业地产内,包含万千百货、万达国际影城、国美电器、TESCO乐购、ZARA等七家主力店,以及丝芙兰、星巴克、哈根达斯等200多个国内外知名品牌,其中有近半数品牌都是首次登陆济南。

“作为一种新兴业态,shopping mall给济南消费者带来了全新舒适的消费体验,受到了越来越多的认可,也因此,未来济南还会出现更多类似的业态。”业内人士认为。

规模效应

“‘蛋糕’做大了更好吃”

万达广场来了,万千百货来了,恒隆广场定于今年下半年开

业,上海世贸、百盛百货等据说也都要来……济南,到底能容得下多少mall呢?面对激烈的市场竞争,本土商家又该如何应对?

“商业越繁荣,竞争就会越激烈。特别是随着万达广场、恒隆广场等大品牌的强势进驻,各个区域多个商业中心的兴起,济南的商业竞争会异常激烈,战国时代的群雄逐鹿局面即将上演。”省城一家商业地产的策划负责人认为。

事实上,繁荣背后,竞争的暗潮已经在涌动。

年前腊月二十八泉城路贵和商厦内仍然是一派紧张忙碌的场景。卖场工作人员告诉记者,尽管每年春节期间商场都会推出很多促销活动,忙得大伙人仰马翻的,但这个春节感觉尤为强烈,“促销方案改了又改,不知道调整过多少回了。”她说。

“竞争肯定会越来越激烈,优胜劣汰也很正常,不过我们觉得这样的竞争并不是坏事,可以把市场这块‘蛋糕’做得更大,让商业更繁荣。”济南银座商城相关负责人在接受记者采访时也

表示。记者了解到,截止到目前,银座已经在济南市区开设了20家门店。未来银座在济南的发展将继续以“百货店+超市”业态为主,同时还将加大对shopping mall这一新兴业态的建设步伐。“不光外来商家不断进驻,银座自己也在密集展店,而从目前的销售情况看,这一战略比较成功。”该负责人认为。

规模产生效益,“蛋糕”做大了才更好吃——这也是本土商家的普遍看法。因为竞争固然会给本地市场带来压力,但也带来了更多的机遇:外来企业特别是shopping mall的大量出现,不仅可以突破济南原有的传统商业模式,打消和改变以往人们对济南时尚消费的疑虑,引来更多时尚品牌的加盟;还有助于把济南商业这块“蛋糕”做得更大,形成真正意义上的“省会经济圈”,吸引济南周边城市的消费者也来济购物。

“竞争肯定会带动济南商业的整体发展,对消费者也是重大利好。至于济南到底能容下多少个mall?这个问题需要让时间来考证。”业内人士称。



如今的经四路商圈,其整体繁华程度丝毫不亚于泉城路。