

■ 科技市场转身·尝试

编者按

卖电脑、卖相机、卖耗材……作为IT大卖场的科技市场曾引领着城市的科技潮流，也普及着人们关于电子硬件的大部分知识。不过，随着网购兴起，实体店销售每况愈下，有的科技市场连收租都成了问题。发轫于科技，又被科技一点点反噬的科技市场，该怎样转型？转身的背后又有哪些待解难题？



济南科技市场二楼最显眼的位置让给了机器人体验中心，卖机器人、无人机等产品，传统电子产品商铺被挤到一边。

卖台电脑赚20元，三成摊位空了

济南科技市场不再红火，转型尝鲜机器人卖场

8日，济南科技市场二楼的“e博特机器人梦想体验中心”开业了，1500平米的区域都给了它，卖传统电子产品的铺位则被挤到了一边。

1997年成立的济南科技市场，带动整条山大路沿线形成了电子产业商圈，塑造起“泉城中关村”。然而随着传统电子卖场集体没落，济南科技市场也难以为继。如何转型，它押宝在了开设国内首家机器人卖场上。

济南科技市场近两年三分之二商户撤柜



本报记者 张頔 整理

文/片 本报记者 张頔

错过智能手机行情 加价才到手的摊位空了

“门口都摆出机器人了，看来科技市场转型要动真格的了。”曾经在济南科技市场与人合伙开店的程磊，5月11日途经山大路时，看到科技市场挂出“e博特机器人梦想体验中心”的牌子，忍不住多看了几眼。

做手机生意的程磊曾在济南科技市场卖过几年电脑配件。他回忆，“刚开始每个月怎么也有20万元的销售额，到2014年只能维持到七八万，而且没什么利润。当时其实不光我们一家，整个市场都在走下坡路。”因为生意越来越难做，两年前他被迫离开科技市场。

作为曾经的从业者，程磊认为，电商冲击是传统电子卖场萧条的主要原因，而电子产品功能融合、组装机市场的转变、卖场无序竞争等加速了这一进程。“你看现在一部智能手机有多少功能，把数码相机、视听产品、导航仪、阅读器甚至平板电脑的功能，都集纳在一起了，导致很多单一产品销量下滑，所以我也转行做智能手机了。”程磊说。

“济南科技市场没能把智能手机市场充分做大，现在看来是个不小的遗憾。可能是因为以前生意太好了，在发展中缺少忧患意识。”济南科技市场总经理石俊峰见证了科技市场开业以来近20年的兴衰，他告诉齐鲁晚报记者，“1997年到2007年，可以说是电子市场的黄金10年。只要进入这个行业，不管懂不懂，都能分享高速发展红利。”

程磊从2005年开始做“攒机”生意，组装一台台式电脑，

赚两三百元很轻松。到2008年以后，生意就没那么好做了，首先是品牌电脑大降价，“攒机”业务慢慢淡出，后来笔记本电脑也降价，“一打价格战，卖一台电脑可能就赚20块钱，再算上科技市场的摊位租金，总也比不过网购的价格。”

作为科技市场的管理人员，石俊峰也意识到了行业的危机。“之前你想在市场里找一个摊位，得加钱从别人手里转让，后来科技市场竟然出现摊位空置了，而且空置率越来越高。”近两年形势尤其差，2015年10月，济南科技市场摊位空置率达30%，位置最好的一楼大厅都只有三分之一的摊位在正常经营。

尝试复合经营 有电子市场卖起眼镜

山大路沿线聚集了济南整个的电子卖场集群，最近几年，他们都在研究转型。2011年11月开业的华强电子世界，最初电子产品占到整体业态的90%，但从2012年底开始，华强开始增加各种复合型业态——先有了餐饮业，随后电信营业厅、KTV、金融机构、眼镜市场纷纷跟进。华强东面的赛博，也在电子卖场的楼上开设了影院，来尝试综合体的模式。

去年10月底，有政府背景的济南科技市场进行市场化改制，石俊峰受命任总经理。“电商对实体市场的冲击有多严重，大家心知肚明。既然行业大势无法逆转，市场要发展，只能主动求变。”石俊峰说，为了找到一个适合长远发展的方向，他和管理团队做了大量调研。

“想过引进金融机构，或者把一楼变成彩票大厅，不过这些具有短期收益的方案都被否定了。”石俊峰说，科技市场一

定要主打科技产业，才能把长期以来集聚的产业氛围延续下去，“去年底我去中关村考察了一次，他们的转型之路走得也很艰辛。不过人家毕竟更有眼界，在电子卖场衰落后，转向了智能制造领域。”

在深入调研后，石俊峰认为智能制造领域的机器人、无人机具有不错的市场前景，甚至能引领消费升级。“电子卖场为什么衰落了，像移动硬盘这种标准化的电子产品，你选好存储数量，直接网上下单就行，既便宜又保真，实体店无从竞争。但机器人、无人机不一样，作为新兴事物，还是需要现场体验的，有调查机构做过统计，这类产品70%都是通过线下来销售。”石俊峰说。

打定主意后，石俊峰将市场的摊位做了统筹调整，在二楼辟出1500平米的区域，作为“e博特机器人梦想体验中心”的首期展厅。趁春节商户放假，石俊峰进行布局装修。看到除夕夜亮相央视春晚的跳舞机器人，石俊峰觉得这条转型路绝对走得通。

不再卖电脑 想建机器人专业市场

经过一系列招商筹备，e博特机器人梦想体验中心5月8日开业。虽然号称国内首家机器人卖场，但石俊峰并不想把它只做成一个销售终端，而是将其定位为集展示、体验、销售、培训、研发、服务于一体的高科技智能设备产业载体。

在石俊峰看来，济南科技市场应是济南信息产业和现代服务业的示范窗口、重要的创业孵化基地。“在这里，能让市民近距离接触最新科技，同时这儿也是机器人等智能设备行业全产业链的创客空间。”

目前，体验中心除了市场自营的一块展区，还吸引了五家公司入驻，涵盖了机器人、无人机、平衡车、智能穿戴、3D打印、虚拟现实等智能产品，甚至引入了一家为青少年提供机器人课外培训的教育机构。

11日上午，记者在济南科技市场看到，和一楼、三楼传统电子商铺的冷清相比，二楼的机器人中心吸引了不少顾客咨询体验，跳舞的机器人、遥控翻飞的无人机博足了眼球。“从8日开业算起，每天都要卖出好几部无人机。”入驻体验中心的恒华智能科技有限公司总经理荆振华说，去年发现了机器人这个风口后，和石俊峰一样有了转型的打算。

荆振华早在2001年就入驻了济南科技市场，以前主要做安防，诸如销售、安装监控摄像头。由于行业门槛低，竞争激烈，近几年几乎没有利润。“身边的商户有的去开网店，有的去做投资，甚至还有干餐饮的。但我有个信念，要转型首先得找到风口，要想有前途，还得去做科技含量高的项目。”

去年初，荆振华转向了智能家居领域，但很快发现民用机器人市场会迎来急速的增长。于是，他迅速介入，在体验中心里开起了一个包括无人机、平衡车、3D打印等在内的展厅。

“顾客在我这儿体验这些产品，我会把他们的建议和想法反馈到厂商的研发环节，能直接参与产品的改进迭代。”荆振华信心满满地说，打通了中间渠道，体验中心未来能创造更大的价值。

“这只是一个项目，未来体验中心的规模还会扩大，传统电子产品商铺会逐步让位给智能科技产品。”石俊峰说，他的最终目标，是把济南科技市场建成一家主营机器人的专业市场。