

主题商场,吸睛容易留客难

■记者 朱蓉

兼具电商平台商品款式多与实体店眼见为实、随买随走的优点,由多个小商家集聚而成的主题商场正在成为长沙商业中的新生力量。

被视为湖湘商业“霸主”的五一商圈,在过去的一年里迎来3家主题商场相继开业:解放西路旁福达万代、黄兴南路步行街南段摩方百货,还有位于地铁2号线出口的7UP。新开业的商场总有法子吸引年轻人的目光,免费吃喝、著名餐饮品牌入驻、大牌打折都成为这些商场的人气推手。

这些主题商场的火爆人气大多像一阵风般的刮过,如何保持高人气成为其最大课题。

【没落】 传统百货面临转型,主题商场兴起

全国百货业似乎都已处在发展的十字路口。4月19日,中华全国商业信息中心发布的数据显示,2015年1至2月份,全国百家重点大型零售企业零售额累计下降1.0%,增速较上年同期下降2.5%,这一数字也达到了5年来的历史新低。

而国家商务部于2015年1月底公布的数据显示,2014年1月至12月5000家重点零售企业销售额增长6.3%,较上年回落2.6%。在已发布财报的百货企业数据中,王府井百货去年营收与净利润同比下降7.6%和8.4%。营收下降最为明显的区域为华北区和华南区,跌幅分别达到14.6%和14.26%,而天虹商场去年实现营收169.98亿元,归属于上市公司股东的净利润5.38亿元,同比下降12.52%。

不过,一种不算太新的百货经营方式在这种重压下有复苏的势头——2015年初,黄兴南路步行街中心广场南段摩高百货开业,这种以单个门面租赁形式进行招商的主题商场经营形式,吸引了以运动品牌为主的入驻,同时搭配数个个体经营中青年服装的商家。

相继开业的还有福达万代商业广场、7UP购物美学中心两家年轻的主题商场。两家商场的经营内容类似,均以年轻消费者爱逛爱淘的服装、小玩意搭配餐饮的方式进行。

以集结小卖家为经营理念的主题商场,成2014年至2015年长沙商业最活跃的因子。

【新生】 特色商品成卖点,新型餐饮成“标配”

在解放西路上,弥敦道可以说是“元老级”的主题商场,场内以经营服装生意的小卖家为主。4月17日上午,三湘都市报记者来到这家商场,却发现它大门紧闭。营业告示上写着,冬季工作日营业时间为13时至24时,夏季工作日营业时间为13时至第二天1时,非工作日营业时间提早1.5小时。

“上午不营业,现在的年轻人起不了那么早,都是夜猫子,所以晚上关门的时间晚一点。”4月19日下午2时,刚刚开门营业的一名商铺老板说。记者发现,这家主题商场虽然单个商铺经营面积不大,但商品却是满满当当。

在2楼夹层,一家经营服饰生意的店内有3名衣着时尚的女生在挑选服饰,记者注意到,该店打出了“韩国进口”的名号。其中一名女生说,“买这里的衣服至少很难撞衫,价格相对大牌而言也不算太贵。”

除了韩国、日本进口的噱头,主题商场的另一个吸引客流的利器无疑是新派餐饮。就在本月初,7UP购物美学中心有一家全国连锁烤肉店开业。该店开业第3天(4月1日)19时左右,当记者来到此处时,发现该店门口已有至少20名客人在等位,店门口的营业员称“今天的号已经发完。”也就是说,停止接待新客人了,其火爆程度可见一斑。

除了7UP,福达万代商业广场2楼也聚集了不少餐饮商家。为了吸引客流,去年“十一”期间,这里还曾举行了“霸王餐”的免费吃活动。而步行街中央广场经营面积并不大的摩方百货也在2楼入门处的显眼位置,引入了一家轻餐饮。



在7UP,开业时曾火爆异常的重庆刘一手火锅“一座难求”的景象一去不复返。

后市

新鲜过后 生意冷清

业内认为,电商时代体验式消费如餐饮可以为商场聚集更多的人气。于是,越来越多的百货开始寻求转型,加大餐饮比例成为必经之路,而对以做年轻人生意为主的新开业主题商场而言,有特色的餐饮无疑被看做一大“必杀利器”。

但是,如何保持人流量与客流仍然是这些年轻商场需要面对的难题。4月19日上午,虽然黄兴北路上人流不算少,但在福达万代商业广场里逛街购物的消费者却并不太多。

在7UP,开业时曾经火爆异常的重庆刘一手火锅“一座难求”的景象似乎也一去不复返了。在4月17日午餐时间,记者来到这家两个月前“永远要排号”的火锅店,发现店内客人寥寥,在1个小时内,该店的生意不到5桌客人。“周末晚餐的情况会好很多。”店内一名服务员说道。

原本被寄予吸引客流重任的餐饮项目,似乎自身也要面临如何吸引客流的尴尬境地。如果说这两家时尚感不错的主题商场面临的只是留客问题,那么摩方百货首先要解决的,恐怕是吸引客流。在过去1个月的时间内,记者曾3次前往该商场采访,时间分别为上午、中午和下午。不过,在这家商场内,始终未见到顾客很多的热闹景象。

记者手记

让商业回归本质

“7UP里有和厦门鼓浪屿岛上一样的盆栽冰淇淋呢。”“转转乐口味不错,如果回长沙的话还想再去吃。”在新浪微博上,这些商场的热度挺高,始终有网友对商场内的一些特色商家念念不忘。

20元左右一盒的冰淇淋、动辄要价大几百元的一件衣服究竟能在多大程度上吸引消费者?这对商家而言是个问题。

一名从事连锁商业管理多年的业内人士认为,新鲜却华而不实的生意,能吸引到同一名消费者3次以上的几率是十分低的,因为不会有人愿意为自己的好奇心多次买单,“简单来说,新鲜劲一过,如果没有核心竞争力,终究还是会遭到市场淘汰。”

这似乎像极了轻餐饮的经营模式。曾经在长沙掀起一阵芋圆热的某品牌餐

饮加盟商湖南代理称,轻餐饮就是玩新鲜劲,它的投资时间不会超过5年,在它最火爆、同类专卖店开得到处都是时,也就该是寻找下一个全新项目的时候了。

经营一家商场当然不可能用这种打游击的方式进行。上述业内人士认为,生意始终是靠物有所值才能有源源不断的客流,创新可以成为商业的一部分,但商业本质依旧是顾客和产品,知道顾客想要什么的商家用心做出的产品才具有核心竞争力,如果整个商场都靠“噱头”支撑,那无疑是危险的。

更多的顾客调研、在“新鲜”生意与主流生意配比上进行更细心的划分、更用心的产品与服务、更准确的市场定位或许能够帮助新一代的主题商场在商业竞争这条难言平坦的大路上走得更远。

动态

数千万翡翠 友阿黄金国货陈列馆展出

4月18日,我省首家文化珠宝收藏会所“名门汇”,在友阿黄金国货陈列馆开业。

记者发现,这里不仅有价值不菲的翡翠珠宝及宝石设计作品,如2240多万的祖母绿翡翠;更有价值达千万级的慈禧太后御赐《曾国藩油画像》、明清木雕画,以及齐白石、徐悲鸿、黄宾虹、吴冠中等名家的绘画作品。

友阿黄金国货陈列馆总经理刘立坚表示,友阿黄金与名门汇强强联手,不仅给友阿消费者带来更多的选择,提供高端珠宝定制服务,也是一场文化传承的盛宴。

“展出的产品都是老板的藏品,本来决定免费展出三天,直到昨晚老板才拍

板,只要这些藏品不上拍卖会,就将长期在友阿黄金国货陈列馆五楼免费展出。”名门汇相关负责人介绍。

名门汇董事长汤冰冰表示,开业及展览的意义在于传承,这些传家宝一方面传承的是家族精神,但更重要的是传承一种文化,不论是皇家御画,还是文化珠宝定制,都能让人感受到珠宝文化与历史文化收藏激情碰撞。

据悉,紧邻国货陈列馆历史博物馆的“名门汇”,展出面积300多平方米,在这些展览的作品中,有不少价值不菲、由卡地亚设计师设计的半成品产品,还可以按照购买者需求,独家定制设计。 ■记者 杨迪



福彩爱心行动 帮扶贫困女孩

近日,湖南福彩“福彩帮帮帮”爱心行动小组驱车5小时,来到了武冈市龙溪镇中心小学,看望这里一年级的学生喻海婷。见到陌生人的小婷一脸甜笑,瞬间融化了我们旅途的疲惫。

就像喻海婷的笑脸一样,她黑色的棉鞋也是“开口笑”的,当我们问她为什么穿“笑脸鞋”,她笑着说这双鞋是妈妈送的,穿着舒服,她很喜欢。小婷妈妈残疾,只有一只手,爸爸做了多年的挖煤工,患上重度尘肺病,于2014年大年初二丢下母女三人和四万多债务撒手人寰,妈妈经医院检查确诊为严重肺气肿,稍稍活动,就会喘不上气来,家里没有经济来源,哥哥不得不辍学外出打工,但因年龄小,很难找到事情做。生活的种种不顺,喻海婷从来没有抱怨过,一个7岁的孩子,帮妈妈做饭、洗衣服,放学路上还不忘扯笋子回家做菜,以减少家庭开销。她的懂事与体贴让妈妈心疼,更让妈妈看到了希望。

喻海婷最大的爱好就是画画,见到湖南福彩“福彩帮帮帮”爱心行动小组的叔叔阿姨,小婷又拿出了画笔,画了一幅“春天来了”,画里有蓝天、白云、彩虹、大雁,还有穿着五彩裙子的妈妈,小婷和爱心小组的三个阿姨。

正如小婷的画,福彩公益金给小婷一家送上了“春天的温暖”,让这个难以为继的家庭,有了继续生活的动力,而小婷的“笑”,给了我们爱心行动小组“春天的力量”,让我们在公益之路上坚定前行。 ■木子

