

纬十二路商圈：

差异定位“分食”客群

近年，随着道路两侧大量商业体投入使用，纬十二路商圈异军突起，逐渐形成自己的商业特色，消费者对这个商圈的关注度不断提高。该商圈老商场加SHOPPING MALL的组合，使得消费者的选择更加广泛，而不同的定位影响着各自的客群，商圈客群分层已经完成。

老商场不愁客流

但疲态尽显

纬十二路商圈是以西市场为龙头带动起来的，曾经西市场是济南人周末必逛的商业地带。华联商场即坐落于此，占尽天时、地利、人和，风光无限。

近些年，济南的商业体量大幅增加，形成多个不同的商圈，同时，西市场也进行升级改造，该区域的商业氛围受到冲击，人气下滑。周一下午，记者来到西市场附近看到，客流较旺。在嘉华购物广场，记者看到，商场内有多个知名品牌，正值夏季出清，百余元即能“淘”到一条品质上乘的裤装。但商场内陈设拥挤，看起来更像街头的商业街，少了国营商场的高端范儿。原先定位较高端的华联商厦，现在却鲜见高端品牌，与

新商业魅力强大

但人气平平

没有和谐广场，纬十二路还不能称为商圈。去年国庆节期间，位于经十路与纬十二路交叉口的和谐广场开业，与华联商厦、西市场构成纬十二路商圈。Shopping mall的新型商业业态，集吃喝玩购于一身，被业内人士看好，但是这一年来，和谐广场似乎并没有像大家所期待的那样“木秀于林”。周三的下午，记者在和谐广场看到，广场内的客流稀少，销售员的人数多过购物者。

和谐广场设施先进，空间大，业态全，能给消费者提供良好的逛街感觉，但是由于开业时间短，而且在济南的位置较偏西，不具备泉城路、泉城广场的地段吸引力，因此吸引人气较为困难。刚从和谐广场出来的一对老夫妻告诉记者，他们住在济南东部，第一次来逛和谐广场，发现商



这边看外孙，也不会来逛了”，老大娘说。

其他业态区域性太强

客流堪忧

近些年，纬十二路两侧城市建设较快，出现多个新的社区，像汇统花园、阳光100、泉景天沅，还有绿地卢浮公馆也于近期交付业主。大量居住人口聚集，也促进商业的快速崛起，阳光新路上的阳光100美乐汇、银座超市，都以“迅雷不及掩耳”之势加入进这场战斗。但是仅仅依靠社区的客流，体量如此庞大的商业就难以吃饱，同时还要面对附近大商业对客流的争夺。记者在阳光100美乐汇看到，其客流量少得可怜，沃尔玛超市里人流量也很少。

纬十二路商圈作为后起

之秀，被业界内外看好，缘于有社区客流强力支撑。作为济南的次商圈，纬十二路商圈发展相对较为良性。因为虽然各商场存在竞争，但是不同的定位已将客群进行分层，以华联商厦为龙头的小区位，为中低端人群提供消费需求，质优价廉是其核心竞争力；和谐广场则为中青年以及家庭为单位的吃喝玩购提供服务，快乐是这里购物的最强动力；沃尔玛超市与银座超市则为社区日常生活提供购物需求，快捷便利是这种业态存在的理由。

本报记者 王艳丽



SUNING 苏宁电器

3C发力·全面放价·满千返百·极致低价

坚持到底 [才是真强大]

THANK YOU

苏宁全国大惠战持续升级

8.24-8.26

再相惠!!!

主惠场
泉城路店 (泉城路西首322号)
泉城路二店 (康城路268号)

分惠场
英雄山路店 (英雄山路8号八一立交桥南)
济洛路店 (动物园南邻)
北园大明家居店 (北园大明家居81F)

王舍人店 (王舍人镇政府东)
章丘店 (白云路111号 章丘百货大楼站)
苏宁恒隆精品店 (泉城路恒隆广场5F)