

从购物中心到商业生活广场

省城商圈再上加速快车道

——领秀城贵和购物中心、CC PARK艺术生活主题购物中心即将亮相泉城

□ 胡建平

从万达广场开门纳客到恒隆广场落户济南，从经七纬十二银座中心和和谐广场到即将开业的领秀城贵和购物中心……越来越多的商业巨头瞄准了济南这块人杰地灵的商业宝地。大批高端百货齐聚济南，数家大型购物中心相继开业，商业供应量翻倍增长，促使济南的商业水平发生了天翻地覆的变化。在商业布局上，济南的商圈开始以卫星状从核心城区向东、西、南部辐射，在商业模式上，大型地产商业综合体规划也在逐步推进和完善。

体正在逐步推进和建设中。在济南东拓计划中，会展中心商圈逐渐发展为东部核心的成熟商圈，未来将形成银座、美莲、丁豪和万达这4大商超组成的完善商业体系。而以和谐广场和银座为核心商圈则抢占了市中商圈的发力先机。在匮乏商业配套、人口密集的济南南部，领秀城贵和购物中心店的打造成为了一颗商业的璀璨之星，随着华润五彩城、中海环宇城、祥泰广场等商业项目的聚拢，济南南部商圈成为备受关注的商业新势力。

“未来的济南南部都会形成自己的核心购物生活区。”王宝华认为，“随着城市发展和生活节奏的加快，大家更看重时间和交通成本支付，‘家门口’式的购物方式备受欢迎。领秀城贵和购物中心店定位于全能的生活广场，总面积的41万平方米的体量容纳了购物中心、希尔顿五星级酒店、服务式公寓、甲级写字楼等高档配套。其中，购物中心部分预计今年年底开业。作为南部商圈的亮点，贵和购物中心在经营理念上也推陈出新，打破了传统购物中心中百货、娱乐、餐饮简单组合，增加更多了家庭休闲、旅游、娱乐元素，业态由冰场、影院、超市、运动户外抓卖店四大主力店及快时尚品牌、儿童体验馆、家电家居等多个次主力店和众多优质商业街品牌组成。作为鲁能集团的大手笔打造的商业巨擘，领秀城贵和购物中心店将辐射3公里内稳定的居住客群，满足高端

的多元消费及家庭生活和社交的不同需求，为其提供更优质的消费场所。”

未来商圈竞争加剧 体验式社区商场成主流

随着济南商业地产的逐步成熟，购物中心体量随之增大，彼此之间的竞争压力也随之增强，以各大社区为中心的配套商业逐步出现，出现了一大批各色的Shopping Mall，即“购物中心”、“生活广场”、“娱乐休闲一条街”等众多社区商业项目，它们多数以服务周边社区居民为主要目的，特别是居住区内部商业设施。

“未来商业发展的业态一定更注重体验。这种重视社区体验式的商业配套，改变了以往松散、粗放的商业模式，更加细致、精准、人文化。”CC PARK总经理安丰梅认为，“一般的商场比较注重环境体验，业态体验，但是现在人们更关注精神体验了。我们去商场，不仅仅是满足物质需求，更多的也是精神享受和进阶。CC PARK也希望为消费者打造出这样一个有交流体验的空间，让人和人的社交更有去处。因为在项目规划上也，也强调人的精神属性。我们会定期举行主题沙龙活动，像艺术策展、艺术评鉴、艺术沙龙、读书会、插花、老电影放映、手工、涂鸦、软陶、小剧场等活动。”

CC PARK正是遵从这样的人文艺术精神，即将绽放泉城。

CC PARK的艺术眼光在吸纳的商业项目

上处处彰显，连一向对市场和环境挑剔的“漫咖啡”也首次进驻济南，成为CC PARK的“麾下之客”。“漫咖啡”不同于已驻济南的星巴克等快消咖啡，它提倡“可以坐下来、呆得住的”慢节奏的生活方式。在CC PARK的功能区域设置中，对于人文艺术的重视无处不在，“我们的品牌定位就是以文化艺术体验为主。也是为了服务于周边历山名郡、佛山苑等几大社区。周边众多的高校和省级文化、金融机构也多是以高文化、重艺术为主，人群的文化特质和较强的消费能力为后期项目运营奠定了扎实的消费基础。CC PARK致力于实现艺术、自然、生活的结合和互动的商场，在济南乃是第一家。”安丰梅说。

值得一提的是，颇具艺术风格瑞斯艺术精品酒店也将荣耀入驻。CC PARK以颇具艺术的眼光瞄准国际市场，浪漫艺术之都的瑞士文化精心展现。酒店规划有时尚精品店、伯爵之家主题餐厅、瑞斯丽SPA水疗、瑞士风情酒吧和酒廊、瑞斯舒适角，在这里，顾客将真正体验到瑞士风情的待客之道。



△济南领秀城贵和购物中心店

国庆“价格战”失效 大家电线下销售负增长

□ 王新华 徐明明

十一长假，向来是家电厂商与线下家电卖场促销的黄金时机，商家纷纷采取降价措施刺激销售。然而今年大家电线下市场却遭遇销售下滑。

奥维咨询(AVC)的最新数据显示，9月22日10月5日，冰箱零售额同比下滑6.8%，洗衣机零售额同比下滑3.7%，空调受价格战影响零售额同比下滑8.7%，大于零售量降幅。彩电零售量437万台，同比下降8.1%，零售额165亿元，同比下降15.6%。

笔者发现，三大原因造成大家电规模增长低于行业预期：一是“家电下乡”“节能惠民工程”等政策刺激作用减弱。二是宏观经济环境和房地产销售的低迷对消费需求形成抑制，尤其对一二线城市市场更新换代需求抑制明显。三是对比2013年中秋国庆连档促销，2014年国庆促销时间短，中秋假期和线上渠道节前提前分流，促销效果不明显。

反观线上，电商增长依旧强劲！十一期间各电商平台又纷纷造节跟风，出现线下体验、线上下单的特点，特别是在年轻消费者身上，表现更加突出，不断抢夺线下市场成交量。

2014年国庆，家电整体市场虽然低于预期，但依然存在亮点。产品销售结构依然在提升，高端新品销售良好。奥维咨询(AVC)荆静静认为，在规模增长进入平稳发展阶段后，行业整合会加速，马太效应会更加明显。在新一轮行业竞争中，企业应将视角从规模需求转向效益和质量的提升，立足产品，聚焦用户，加快渠道和营销模式转型。

第十届中国艺术节指定用茶
咱济南人自己的茶
泉城绿 泉城红
全国免费咨询热线 400-0902-888
http://www.jnnyhl.com
济南南湖玉露茶叶科技开发有限公司
济南市长清区龙泉街东段路南616号
□ 责任编辑 郭盼

△CC PARK外部全景图

商业整体分布不平衡 新商圈发展已初具规模

一个城市的核心商圈，代表着整个城市的经济及消费状况。而在济南，商业的核心区域一直围绕着泉城路商圈和大观园商圈。泉城路上的恒隆、银座、世茂等几方成熟购物中心聚焦了济南大部分的购买热力，万达广场、绿地·普利中心等城市综合体的兴建，也丰富了商业业态，打造真正意义上的商圈效益。

领秀城贵和购物中心总经理王宝华表示：“济南市整体商业市场发展不平衡，商业格局核心商圈集中过度开发，其他次级商圈发展不足的局面。济南传统商圈最初以百货、超市大卖场等传统零售业态为主，发展较缓慢，水平急需进一步提升；随着恒隆广场、世茂、万达等为代表的新型商业模式兴起，一站式购物中心逐渐成为主流，商业市场由传统百货向购物中心发展。”

聚焦济南各大生活圈，大型地产商业综合



△CC PARK顶层平台



欢庆 慈铭6周年生日

2008.11—2014.11

周年庆特惠体检套餐

◆套餐一(限时优惠, 仅售600元):

一般情况、免费早餐、人体成分分析、内科检查、外科检查、眼科常规检查、耳鼻喉科常规检查、口腔科检查、妇科常规检查、腹部彩超、女性盆腔彩超、男性前列腺彩超、甲状腺彩超、泌尿系彩超、乳腺彩超、心电图、尿常规、便常规、静脉采血、血常规、血流变、血沉、肝功七项、肾功能三项、血脂四项、空腹血糖、男/女性肿瘤四项、幽门螺杆菌抗体检测、胸部正位片

◆套餐三(限时优惠, 仅售1000元):

一般情况、免费早餐、人体成分分析、内科检查、外科检查、眼科常规检查、耳鼻喉科常规检查、口腔科检查、腹部彩超、女性盆腔彩超、男性前列腺彩超、泌尿系彩超、甲状腺彩超、乳腺彩超、心电图、动脉硬化检测、骨密度、尿常规、便常规、静脉采血、血常规、血流变、血沉、肝功七项、肾功能三项、血脂四项、空腹血糖、男/女性肿瘤五项、甲状腺功能三项、幽门螺杆菌抗体检测、癌抗原242、神经元特异性烯醇化酶、癌抗原CA-724、同型半胱氨酸、胱抑素-C/胸部正位侧位片

注: 以上仅为套餐内容简介, 更多详情请致电400-619-0517咨询或关注慈铭官方网站及微信公众平台, 未婚女性不做妇科常规检查。



山东慈铭健康体检管理有限公司

地址: 济南市历下区奥体中心商业区B6号(奥体中心分院)
济南市天桥区少年路4-3号(明湖分院)

预约咨询电话: 400-619-0517/0531-88201999
官方网站: www.ciming.com