

兴华地下商业街



□记者 曾宇凌 文/图

今年1月初,兴华地下商业步行街和爱尚街地下购物步行街相继在我市开业,为市民购物增添了新的去处。

眼下,这两条地下步行街均已“满月”,并经历了春节消费高峰期的考验。在这次“大考”中,他们的成绩如何?今年牡丹文化节期间,我市地下商业又将迎来新成员——华阳·秀水3号地下商业街。这些接连开业的地下商业项目,是否会影响我们的生活?是否会改变我们的购物习惯?

今年1月,我市两家地下商场接连开业
今年将再有一家地下商场开业——

“立体商业”时代 “下一层”也精彩

1 地下商城相继开业 立体格局初步形成

说起地下商城,洛阳老百姓并不陌生,之前我市就有洛阳地下商城、温州新时尚地下商城等。

今年1月初,兴华地下商业步行街和爱尚街地下购物步行街相继开业。这两大地下商业步行街都属于人防平战结合项目,不仅是商场,还具有地下通道的功能,能起到缓解地上交通压力的重要作用,战时则作为人员隐蔽和物资储备的场所。

兴华地下商业步行街紧邻王府井、新都汇商圈,位于纱厂南路凯旋西路路口至唐宫西路路口的地下,总建筑面积1.8万平方米,全长568米,拥有263间商铺。

爱尚街地下购物步行街的地理位置同样优越,处在洛阳传统商圈——原“上海市场步行街”地下,业态包括潮流服装、电子产品、休闲餐饮、新潮饰品等,与现有地上商圈形成互补。

这几年,我市商业发展势头迅猛,王府井百货、丹尼斯百货、中央百货都成功带动了周边商圈的人气。随着万达广场、建业凯旋广场等知名购物中心陆续抢滩洛阳,我市商业竞争日渐激烈,地上商业用地资源也日益紧张。

在此背景下,商家们的地盘争夺战也从地上打到了地下。业内人士普遍认为,兴华地下商业步行街和爱尚街地下购物步行街的开业,对王府井、新都汇商圈和上海市场商圈来说,会起到如虎添翼的作用,与此同时,还能大大缓解这两大商圈的交通压力。

2

潮流店铺鳞次栉比 新风系统换来清新

如果您对地下商场的印象还停留在“卖地摊货”“进去憋得慌”,那就“out”了。在兴华地下商业步行街和爱尚街,不仅品牌专卖店林立、出入口四通八达,还有最先进的新风换气系统。

“我们锁定的消费群体就是追求时尚的年轻人,所以在定位上突出高档的环境,平民化消费。”兴华地下商业步行街相关负责人陆铸说,要想吸引年轻人,业态一定要年轻化。在兴华地下步行街,除了美特斯邦威、卡玛等知名品牌专卖店,还有潮流服装店和格子铺以及各种特色饮品店,都很受年轻消费者欢迎。

在装修设计方面,这两家地下商场都突出了时尚感,无论是材料、色彩还是灯光,都力求营造一个时尚又舒适的购物环境。比如,爱尚街地下购物步行街将牡丹元素作为设计重点,整个地下商业街被分成跟牡丹有关的六大主题色系,每个主题区域都安装了LED灯带,使整个地下商业街犹如一个牡丹盛开的花园。

人性化的出入口设置是这两家地下商场的另一特点。记者在兴华地下商业步行街看到,整个步行街共有中州中路(王府井百货)、凯旋西路(凯瑞君临商务广场)、纱厂南路(同仁堂)、唐宫路(中泰商务大厦)等14个出入口,各个出入口的指示标志都指向明确,消费者能轻松地根据目的地选择合适的出入口。

全场650米的爱尚街地下购物步行街有17个出入口,与上海市场商圈各大型购物场所进行了无缝对接,通过这些出入口,消费者能轻松到达相约淘宝城、金鑫珠宝、永乐家电、新银座商场等目的地。

无论是在兴华地下购物步行街还是在爱尚街地下购物步行街,消费者都不会感到因为空气不流通而产生的憋闷感,奥秘就在于其新风系统。

爱尚街地下购物步行街相关负责人于先生说,为了保证商场里的空气流通,他们使用了目前国内先进的新风系统,所有抽入地下商场的空气,都经过新风系统进行过滤和净化,“每隔二十米就安装了一组新风系统,担负着将外面新鲜空气抽进来、及时将废气排出的任务,保证地下商场的空气清新”。

“与在地上逛街吸雾霾相比,逛地下商场其实更安全。”于先生笑着说。



爱尚街地下购物步行街的牡丹元素

3

开业初期客流量大 春节期间业绩不俗

对商家来说,春节无疑是一年之中最重要的销售节点之一。面对“满月”后的首次“大考”,这两家地下商场交出了怎样的答卷?

16日下午,记者从唐宫路(中泰商务大厦)入口沿手扶电梯进入兴华地下步行街后看到,5米宽的过道两边店铺林立,熙熙攘攘的人流充满了过道。

陆铸说,从开业以来兴华地下商业步行街的人气一直很旺,春节一周客流量高峰期达到四五万人次,整个春节小长假期间,日均客流量稳定在两万人次。

记者在现场看到,不断有市民从各个入口下来,从这家店逛到那家店,累了就在长椅上休息,口渴了随时能找个饮品店歇歇。

同样的热闹场面,也在爱尚街地下购物步行街出现。一家美甲店里人头攒动,门口贴着醒目的美甲师招聘广告。“春节一天都没歇过,人手太紧张了,实在忙不过来。”这家美甲店老板负责人说,开业后生意一直都不错,已经积累了一定的客户群,日销售额也在稳步攀升。

4

错位经营借力发挥 “立体商业”逐步成熟

与过去环境不佳、人气不足的老式地下商场相比,今年新开业的这两家地下商场人气为何如此旺?

“首先要搞清楚自己的优势和劣势,然后再找准目标客户群,与地面商场错位经营。王府井引进的品牌都是‘大腕儿’,面向的是高端消费群体,我们的目标客户群很明确,就是追求时尚的年轻人。”如陆铸所说,准确定位和错位经营是他们与王府井、新都汇等周边地上商场竞争的重要法宝。

于先生则认为,除了这两大法宝,地下商场还要善于借力打力。消费者逛商场本是有意识的消费行为,而地下商场由于具有地下通道的独特属性,很多消费者会在穿越的过程中无意识地进行消费。

“去王府井和新都汇的路上,顺便逛逛兴华地下步行街,去上海市场的途中,逛逛爱尚街地下购物步行街。”在采访过程中,市民王晓的这番话让记者印象深刻。一个多月以来,这两家商业步行街正在悄然改变着洛阳消费者的消费习惯和需求。

值得期待的是,目前的兴华地下商业步行街和爱尚街地下购物步行街都只是一期项目,今年9月,兴华地下步行街将开工建设2期工程,届时将连接家乐福、小商品市场等;爱尚街地下购物步行街的二期工程将继续向青岛路北段延伸,目前已经进入招商阶段;今年牡丹文化节期间,备受瞩目的华阳·秀水3号地下商业街将隆重开业,它地处万达商圈核心地段,整体街区以“一街一世界,一店一风情”为设计理念,浓缩世界五大步行街景观……

如果说目前我市地下商业还处于“吾家有女初长成”的阶段,在不久的将来,“她”将成长为更具风韵的“熟女”,让洛城的“立体商业”展现更为成熟和多彩的魅力。