



节后开业,淄博义乌小商品城客流量大。



市民在居然之家淄博店排队参加活动。



周村不锈钢市场,工作人员在出货。

“变”字写出开门红

记者蹲点专业市场触摸淄博新春经济脉动

“我们考虑到疫情放开后,生意会更好,但没想到升温这么快。”这些天,“乔迁新居”后迎来首个新春的淄博市京东(云仓)海月龙宫物流港里,大小货车进进出出,商户老板们都在为出货奔走忙碌。山东海月龙宫商业管理有限公司总经理梁栋介绍,从正月初五到正月十五期间,海月龙宫平均每天的车流量在5000车次以上,相较于往年过年期间增幅达到了40%—50%。

超乎意料的“开门红”,在防疫政策优化后的首个新春开市,出现于淄博市大多数专业市场。淄川服装城日均客流量达到2万人次,销售额同比增长超过20%;淄博义乌小商品城年后正月十二开业至正月十六,市场客流量日均7万—8万人次,人流总量恢复至疫情前水平;齐鲁国际塑化城,初八以后企业陆续开门营业,上午9点以后,市场1300余个停车位基本处于饱和状态……

专业市场,往往经营单一商品或某一大类商品,因规模大、活力强,常被视作经济的晴雨表。近日,大众日报淄博融媒体中心记者蹲点采访淄博市多家专业市场,触摸新春开市后淄博经济的强劲脉搏。

客户客商来得早,开单早,行情早 消费市场火热超出预期

“正月初七一开业,就迎来了一波爆发期。”居然之家淄博店办公室主任唐金华明显感觉到今年市场消费“梦幻升温”:较前年和往年同期营业时间的客流都有显著提升,商家全部开门营业,营业率100%。唐金华介绍说,为了给今年开个好头,商场进行了“开门红”促销活动,购物满减、砸金蛋100%中奖、新业主专项权益百倍增值等多项活动同步进行。“我们给自己定的目标是较去年销售额提升20%以上。”唐金华自信地说。

客户客商来得早,开单早,行情早……一个“早”,成为淄博市今春开市首要特征。“因为服装换季和学生开学等原因,商铺的生意非常火爆。”这些天,淄川服装城

里,人头攒动。淄川服装城管委会办公室主任张琪介绍,沿街店铺一般是自行决定开业时间,大部分商户初八开始营业,但今年因为疫情政策的调整,大家都希望“早起的鸟儿有虫吃”,有的商户初六就已经开始营业了,部分商户甚至春节期间都未曾歇业,目前日均客流量约有2万人次,一度出现“人挤人”。

数据更能刻画市场急切的心情。周村不锈钢市场的商铺营业率已达到100%,而且全部为满铺状态;淄川服装城首日开门率达到98%;淄博义乌小商品城商户开业率超过95%;齐鲁国际塑化城商户的开门率也达到了九成,每天车流量1000台以上……

即便是市场嗅觉灵敏的经营管理者,也对眼前的红火景象始料不及。周村不锈钢市场作为江北第一、全国第三的不锈钢市场,一直服务于东北、天津、河北等地,很有竞争优势。周村不锈钢市场中大慧科不锈钢产业园里,周村不锈钢市场招商运营总监李振兴指着园区跟记者说道:“开市之后这里有的商户平均一上午就能接到十多个订单。去年我们的年交易额是300亿,其中中大慧科就占了100亿,今年我们的目标是客户增加20%以上,产能增长30%以上。”

订单多了,需要的人手自然也就多了。各种招工广告如雨后春笋冒出。司机、客服、打包工、裁剪工……各环节都在要人。居然之家淄

博店办公室主任唐金华在采访中提到:“我们现在多数品牌对店长、设计师、导购等岗位有大量的需求,同时商场也在招聘新零售营销、新媒体运营等岗位的人才。”

在淄川服装城,商户因出货量增大,对营业员尤其是有经验的营业员的需求也在激增。

“春江水暖鸭先知”。淄博几家专业市场早已开始着手升级自己的品牌,力求尽早筹备,满足新的市场需求变化。记者在走访时发现,居然之家商场内包括科勒卫浴、方太电器、曲美定制等品牌店都在升级,目前商场着重洽谈的国内一线、进口品牌也在陆续就位,商场将以崭新面貌面向消费者。

采用电商新模式、引进新设备 市场更新迭代在提速

过去三年如大浪淘沙,许多商户和企业如果不及时转型升级,也许就会面临被淘汰的风险。

“我们部分商场的转型升级还是比较成功的,比如上海商厦增加影城,吸引年轻顾客,很多商户利用微信群推货,通过其他网购平台销售的也很多。”淄川服装城管委会办公室主任张琪说,“我们必须让自身变得更强,之前我们需要考虑如何让企业‘活下去’,现在我们更多地要思考怎么提升大家的服务水平,拓宽我们的销售渠道。”

专业市场的影响力,远不止满足生产和生活消费,还要与时俱进,发挥引领作用。

齐鲁国际塑化城,作为江北地区最大的塑料化工类集聚地,是集商业、办公、购物、娱乐、餐饮、住宅于一体的城市综合体,创造性地采用了“平台+供应链”石化金融电商免费新模式,建成了实体商场+网上商城+金融+仓储+物流+贸易的运营体系,集在线金融、信息交互、线上交易、区域交收、智能物流、价格发布等功能于一体,对完善化学工业区产业链、

进一步促进淄博现代化工发展和第三产业的发展发挥了重要作用。

专业市场的采购、生产、销售、运输等各环节都在提速。

“去年12月,我们争取下来一批订单出口到乌兹别克斯坦。在专业市场,竞争的压力总是可以让我们变得更强大。”淄博兆泰不锈钢有限公司负责人黄寿涛最近在忙一件大事:为了满足客户多层次的需要,公司引进了国内第一品牌大族激光——3米×12米30000W超大辐面光纤激光坡口切割机,适用于大

幅面板材切割和坡口切割的一款新型设备,预计这个月就能到位;引进南通中铁机床——2400T13米数控折弯机,预计今年4月到位。

黄寿涛说:“我们应该是鲁中地区第一家引进这两款设备的。17年前,我们满怀激情与梦想奔向有‘旱码头’之称的淄博周村,一台锯床、一台剪板机,最初只有型材销售,一路跌跌撞撞成长,如今我们将兆泰打造成不锈钢行业的一个典范,为周村区打造‘千亩级、千亿级’不锈钢专业市场添砖加瓦,我们很兴奋,也很自豪。”

市场门槛再提高 要靠综合实力做生意

新春伊始,在“开门红”中,记者也听到有些“尖锐”的声音:店不好开了。淄博义乌小商品城,有商户一边翻通讯录一边删联系人,“好多客户注销了。”淄博义乌小商品城总经办主任田媛媛介绍,“去年整个商城新增597个经营主体,注销590个经营主体,基本是持平状态,目前整个商城约有2500家经营主体。”

齐鲁塑化城物业管理有限公司副经理回忆道:“在市场里,企业流失情况确实存在。为此2022年9月,稷下街道办事处在塑化城成立了市场管理办公室,制定了新一轮的扶持政策。2022年塑化城新增企业20家。今年年后,陆陆续续也都有过来看房和咨询办理危化品经营手续的。目前我们有930家注册企业。”

无独有偶,在淄川服装城,目前商户约5000家,有产权单位10家。去年受疫情影响,淄川服装城商户减少约200家。今年经济回暖,新增商户500家左右。

店铺开开关关、转转让让……但商海沉浮,本就是常态。以前靠简单的信息差就能做生意,现在要靠产品、靠贸易能力、靠综合水平。这是国内外专业市场发展的必经阶段,而疫情加速了升级进程。

消费者变“刁”了,要求越来越多、越来越高。淄川服装城的各大门店,今年开春的新款衣帽每款都有特色,多种风格搭配,所有年龄段的人都能在这里挑选到属于自己的“新春战袍”。而服装城的“流量密码”也很简单,淄川服装城管委会办公室主任张琪说:“要更实惠、更全面。”

在京东(云仓)海月龙宫物流港,“越来越没物流港的样子”,记者看到这里不再只是单纯的物流交易市场,“以前我们主要只做一些生鲜买卖,但现在搬家以后,我们计划融入更多年轻的元素。”山东海月龙宫商业管理有限公司总经理梁栋带记者漫步在海月龙宫的商户间,“在这里,除了蔬菜水果、鱼类、活鲜、牛羊肉、猪肉等全覆盖一站式购物体验外,我们将在下半年开工建设商业街,预计在明年年初可以营业,打造集合‘吃、喝、玩、乐、购’一体的‘超级物流港’,年轻人的消费新习惯,倒逼我们不断改善消费环境,变‘买卖生鲜到海盛’为‘吃喝玩乐到海月’。”

不同专业市场的企业负责人,对市场未来“出路”基本一致:“重研发,小生产,大贸易。”“产品要前沿,产业链要往上游走。”“要深耕细分市场。”

这也是专业市场给整条产业链带来的影响。

想抓住市场,方法其实很简单,就是“变”。“我们在2018年携手阿里巴巴打造天猫同城站平台,居然之家淄博店也把线下门店“搬到”线上,近300个品牌、2W+款商品线上线下同步销售,为迎合新型网购方式,商场在淘宝、抖音直播间上线,定期都会开展专项直播,种草营销、探店营销也变为商场的常态化营销方式。”居然之家淄博店办公室主任唐金华介绍,2022年,居然之家正式上线数字化产业服务平台“洞窝”,“洞窝”不但打通了线上获客、线下体验的消费全链路闭环,助力商户突破时空两个维度的限制,而且通过数据的互联互通,实现产业上下游相互赋能的价值共享。记者获悉,截止到2022年底,“洞窝”的平台交易额(GMV)已超过350亿元,累计注册用户近1300万。

只有变是永远不变的。专业市场,也在新的春天里,不断创新求变,追求更美更远的未来。

大众日报淄博融媒体中心记者 王昭越



扫描“鲁中晨报”APP二维码查看更多精彩内容