

上海商圈新格局

冯 新

5月初，长宁区在中山公园周边区域举办的招商会非常热闹，上海和外地不少客商都赶来洽谈。“也许，这里就是下一个徐家汇。”目前，中山公园商圈的建设工作确在全速推进，上海西区商圈龙头格局已定。

上海商业经济研究中心齐晓斋副主任告诉记者，上海的商业布局，将从原来的条状、块状向点状分布发展。

据介绍，上海传统的商业布局主要是条状，分布在几条主要的商业街，最具代表性的是南京路步行街、淮海路、四川路。随着地铁1号线的开通，徐家汇、人民广场、陕西南路等商圈越来越热闹，商业布局开始向块状发展。而近年来，地铁2号线、5号线、轻轨3号线的开通和成熟，使得上海商圈呈现点状分布。

新老商圈“四面开花”

其实，不光中山公园在加快发展步伐，从去年开始，南京东路、南京西路等老牌商圈，都相继聘请世界知名商业策划公司作了新一轮发展规划；徐家汇、浦东新上海城等商圈也已启动“二次改造”计划。

目前，南京东路两头已经被顶级品牌销售商掌握了话语权。靠近外滩的一边开设了外滩3号、外滩18号两个时尚购物场所，分别引进阿玛尼和杰尼亚、卡地亚。连接人民广场的一端去年底开出了百联世茂国际广场，这家号称百联最高端的商场的目标是：如同“恒隆广场”一般高档次的购物中心。据悉，随着新世界综合消费商圈和一百“销品茂”等项目的落成，此一区域未来将再开辟出约60万平方米营业面积的综合消费商圈。

南京西路则忙着打造另一个静安“金三角”。根据发展规划，久光百货已经入驻，随着嘉里中心二期兴建项目和越洋大厦项目的面世，又一个商圈已经初露峥嵘。

另外，徐家汇大宇基地项目的正式启动，也将让徐家汇商圈扩大现有辐射范围。大宇基地、广元路基地、新上海国际商城、太平洋广场二期等项目，将支撑起徐家汇商圈的另一个目标——商务中心。

而与几个老牌商圈相比，自去年下半年起，浦东新区已经加快改造步伐，在征求新上海商业城18家主要业主意见的基础上，正式启动了“一楼一特色，一楼一品位”的业态调整和形态改造计划。目前这个商圈中的主力——第一八佰伴、中融国际广场和时代广场依然充当重要的购物功能角色。不过各自定位也将有更明显的区别：第一八佰伴引进多家世界一线和二线品牌，使得定位更加高档和多元化；中融国际的目标是成为类似来福士广场那样的时尚年轻的购物中心；时代广场则坚持走高档路线，希望将来能够成为这个商圈的“梅陇镇广场”和“中信泰富”。

另一个重点建设的商圈就是杨浦五角场商业中心，据悉，在五角场中心环岛区域，挺立的将是麦科特金亿广场、上海万达商业广场、上海华联又一城购物中心等商业设施。其次，围绕五角场中心商业设施的建设，还将出现黄兴路购物休闲街、四平路文化餐饮街、邯郸路科技文化街、淞沪路休闲健身和翔殷路休闲街等5条特色街区，初步形成五角场具有购物、休闲、娱乐、旅游、商务等综合功能的市级副中心基本构架。

徐家汇商圈将被超越

“再造一个徐家汇”。“赶超徐家汇”。这已经成为各大商圈建设的口号。而在各区域商圈争先恐后的建设之中，徐家汇是否真的被很快超越？

徐家汇商圈是目前经济增长最快的商圈，年社会消费品零售总额高达 70 多亿元。“现在徐家汇商业中心正面临着‘内外’双重的挑战和潜在危机”。徐汇区经贸委有关人士向记者介绍，由于徐家汇商业中心建设较早，商业业态规划、商品结构、市场定位等，用现代化、国际化的标准来衡量均存在较大差距。随着近年来社区商业的迅速发展，特别是大型超市、大卖场的建成，居民的日常生活消费品以及中低档的耐用消费品正悄悄地从徐家汇中心分流。为此，徐家汇商圈的改造迫在眉睫。

“上海商圈的发展趋势是由线到圈，将会有更多类似徐家汇的新商圈在上海形成”。上海商业决策咨询专家晃纲令的观点，印证了目前商圈建设的“四面开花”。静安寺、人民广场等在未来 3 到 5 年内各自的商业面积都将超过 50 万甚至 100 万平方米，即使七宝、莘庄、虹桥天山路等区级商圈的规模也都将超过 40 万平方米，这些对徐家汇商圈的冲击非常大。

专业人士指出，徐家汇将面临上世纪 90 年代初上海第一、第二商圈南京东路和淮海中路曾遭遇的阵痛：由于市中心空心化，就像徐家汇当初拦截老商圈的人流一样，曾经为徐家汇商圈带来大量客流的腹地——七宝、莘庄、虹桥等地区由于各自的商圈在未来的 3 到 5 年内将逐步发展成熟，这些商圈将反过来截流大量徐家汇商圈的客源。

上海市经委秘书长朱成钢说，市中心人民广场将出现 60 万平方米营业面积的购物中心群（再加上南京东路东段和附近已建和规划中的多座大型商业广场，总商业面积有望超过 100 万平方米）。另外静安寺将形成大规模地下商城，中山公园也将建设大型商圈，这都将与目前处在商圈龙头地位的徐家汇展开竞争，同时也意味着徐家汇目前的地位很可能在几年后被改写。

轨道交通催生车站商圈

不久前中国化妆品连锁零售店品牌 ESSENZA（伊珊莎），在浦东中融国际商城开出了全国第一家连锁店。令人不解的是，这家计划扩张速度远远快过莎莎、丝芙兰的连锁店，没有去和竞争对手抢淮海路商圈的店铺，反而将专卖店开到了浦东一个正在发展的商圈中。

“选择浦东中融国际商城，我们是做过详细调查的。”ESSENZA（伊珊莎）董事总经理陈维卫告诉记者，由于轨道交通的便捷，浦东靠近轨道站点的商圈开始汇聚越来越多的人流，而在这种新的商圈中，企业更容易塑造自己的个性。

据上海商业经济研究中心副主任齐晓斋介绍，由于地铁汇集人气，上海的地铁商圈已经成为时尚潮流的策源地，手机贴纸、个人写真光盘制作、装饰性假发束、项饰 DIY、泡沫红茶坊等街头时尚，都是从这里流行开的；另外，它也是青年男女休闲游逛的理想之地，交通方便快捷，非常容易形成可持续发展的商圈。

据上海市城市综合交通规划研究所副所长薛美根介绍，上海目前规划中将建设 12 条轨道线路，形成 7 个三线换乘点和 29 个两线换乘点，构架辐射全市的轨道交通布局。“这 36 个换乘点，必然要依托密集的人流向商圈发展”。日前，上海经委主任徐建国也透露，在今后 5 年里，上海每年将有 50 公里的轨道交通线路投入运行。这，将成为全面推进上海轨道交通商业的最大契机。

记者了解到，人民广场区域正在规划高档商圈，其中包括 15 万平方米的新世界摩尔和 20 万平方米的百联中心城。火车站不夜城区域则要加强与地面商圈的贯通与连接，满足市民购物、餐饮和休闲的需要。

除规划外，融商业与交通换乘为一体的购物中心已在紧锣密鼓地建设中。据徐建国介绍，上海将加快在建的交通枢纽商业设施建设。其中包括2号线、3号线中山公园站的“长峰商城”。据悉，这个商城已被命名为“龙之梦购物中心”，将在年内开张营业；1号线、5号线莘庄站南广场的“闵行商贸中心”和27万平方米的仲盛摩尔；3号线、8号线虹口体育场的“长峰虹口商城”；以及8号线、10号线的“五角场商圈”。

此外，上海还要探索交通和商业联合开发的项目。徐建国表示，要推动交通企业与大型商业企业的战略合作，建立交通与商业联动发展机制。在商业服务网点相对缺乏的轨道交通区域，将选择部分待建的停车场和车辆段，利用预留的土地或屋顶建筑的空间，规划一批大型超市、社区商业中心和品牌直销中心，带动当地区域的“二次”开发。

错位竞争做大市场蛋糕

不过，在各个区域兴建商圈的竞争中，如何定位已成为其能否崛起的重要因素。“商圈定位不清导致的后果，是商圈之间恶性竞争加剧和社会资源的浪费”。经济学家王国进分析，城市商圈所形成的购买力，从一个侧面反映了城市的经济活力，只有发掘商圈内可利用的资源，着重树立其自身独特的竞争优势和商业文化，才可以提高整个城市的商业效率，做大商业市场蛋糕。

“根据中山公园商圈的实际，我们认为中山公园商圈规划应该坚持‘错位竞争，发挥优势，变劣势为优势’的总原则，把主导产业定位为以时尚、生态和DIY为主题的数字艺术设计和数字娱乐产业”。王国进建议将米兰时尚广场改造为服装设计、展示、销售基地，为东华大学学生创造就业、实习、创业的机会。同时建立动漫基地，发展游戏玩家，发展旅游业，吸引更多人流。

据记者了解，目前中山公园地区已经被市政府和区政府定位为商业型、数字化、休闲式，将建成以现代商业和多媒体产业为主导的，兼有商务、休闲娱乐、文化和居住功能为一体的上海西部商业中心。

“这里，也许会成为城市的又一个坐标。”王国进感叹地说。