

本报记者兵分几路,调查合肥城市综合体生存现状

# “遍地开花”下的冰火两重天



制图:童珂

## 东边

### 大半个商场都在“升级改造中……”

时间:7月7日 17:00  
地点:紫鑫大河商业广场

你可能知道长江东路与东二环交口有一家沃尔玛超市,但很少有人知道超市所在的商场叫做紫鑫大河。

“大河广场,重装升级中”。这是悬挂在卖场与住宅交接处的巨幅海报。经历大雨大风的洗礼后,海报也尽显“褶子”。

由商场西侧临近东二环路的侧门入内,左侧的一排铺子全都拉上了“升级改造敬请期待”字样的隔离布,且每个铺面的隔离布上都打上了即将入驻商家的标号。然而,正在升级的远不止西门一侧,绕商场一圈,不难发现,一楼大半的区域都被“封闭”了起来,而在二楼、三楼,也均是此等景象,正常营业的店面在“升级改造”的“攻势”下显得很寂寥。

刘玲是一家女装店的营业员。对于商场经营的状况,她嘟囔着嘴巴,让记者自己去看那些隔离布。由于自家“市口”较好,平均一天营业额能上千,但刘玲也说,不少商户离开商场转到其他地方了。

“健身馆都走了……”刘玲指着负一层电梯口称,一个多星期前,集健身和游泳一体的健身馆搬走了。但昨日记者咨询该健身馆获悉,尽管健身馆由于停电原因暂时离开,本月11号会重新开门。

另一位不愿透露姓名的店员也告诉记者,春节期间,曾有四个做羽绒服销售的北京老板,在商场里租用了一大块场地,但短短三四个月时间,亏损了20来万元。

## 北边

### “傣妹”和游乐场“撑出”的人气

时间:7月7日 11:20  
地点:华孚城隍庙商业广场

位于蒙城北路与北二环交口的华孚城隍庙商业广场,是省城诸多城市综合体中,颇具“个性”的一个。同样配备了居住、娱乐等功能,但该商业广场的主旨,却是打造安徽最大的专业家纺交易中心。所以,这里的楼层商铺设置,更加紧凑,店铺一家挨着一家,给消费者鲜明的“批发市场”感觉。

“这里的東西和市中心的城隍庙差不多,价格本来就不高,而且可以杀价!”家住海棠花园的刘女士告诉记者,自己和老公来买汽车坐垫,这里比汽修店的便宜不少,比4S店的就更便宜了。

在商业广场的楼上楼下转了一圈,发现这里也就卖女装的楼层人数稍多,整个商场里“老板”的数量肯定多过顾客。并且,无论哪个楼层,都有不少店面是“空铺”。二楼B2355商铺的玻璃门上写着“合肥字城百货搬迁至对面主干道向南10米”。

“生意不太好,人气旺的估计也就傣妹火锅,还有晚上的龙虾美食广场了。”一楼一家做凉席生意的老板对记者说,“现在天热起来了,我这生意还说得过去,不过这里卖凉席的也多,竞争很激烈,大家价格都低,也赚不到什么钱。”

在近一个小时的探访时间中,记者粗略数了一下,在商业广场一至四楼逛商场的顾客不足千人。当然,这可能是因为到了饭点。于是记者又来到5楼傣妹火锅,这里虽然没有出现排队现象,但上座率也达到了80%左右,的确是人气够旺。就在记者预备离开商业广场时,又在一楼发现一处人气聚集地——“孩子王国游乐场”,二十多个孩子,再加上家长,如果算单位面积人口数,这里和傣妹还真有一拼。

### 卖场“闹哄哄”街铺“冷清清”

时间:7月7日 15:30  
地点:明发商业广场

作为省城西北角并不多见的综合体,明发商业广场卖场的人气,是其室外门面难以企及的。

李磊和张艺满是一家建材团购网站驻点明发商业广场的宣传员,他俩的主要“任务”就是找到潜在的装修客户,为9月份网站举办的一场展销会作准备。李磊称,一般驻足想深入了解的,他们都会每人送一张展销会的人场券,不过,由于家装并非快消品,一天下来,真正拿到票的人不会超过两位数。

但商场的人气,是这两位小伙的“动力”所在。“人气很不错,一天估计有万把人次进出超市”。李磊指着自己工作台对面的超市出入口电梯说道。

李磊的判断得到了张兰的呼应。张兰

是卖场内唯一一家经营名表生意专卖的店员。据其所述,截至当天下午4时,她共卖掉3只剃须刀和4块手表,营业额也已经突破了千元。不过,张兰说,可能受雨天影响,1000元钱的营业额并不多,“正常平均每天能达到2000元钱”。

“记忆花屋”由于正对着电梯口,为出入卖场必经之地,店员胡宏青丝毫不掩饰地说,经常有人来选花。而在与记者聊天时,一位妈妈带着孩子也正在一盆绿萝在杀价。

不过,与卖场的闹腾相比,一排排商铺却冷清许多。记者注意到,整个C座入驻的商家寥寥无几,一家临近卖场的“武夷山茶行”也交由“铁将军”把上了玻璃大门。

实习生 何凡 记者 张华玮 丁林 任金如

## 吃饭得等上1个小时

时间:7月6日 9:40  
地点:天鹅湖万达广场

7月6日上午,省城大雨,天鹅湖万达广场。一进大门,记者就被大片的蓝色海洋地板贴纸吸引,顺着“大海”的指引和孩子们的欢笑声,记者来到了室内中庭,这里正在准备一场亲子活动。

“这边的万达经常举办一些亲子游戏,还有儿童话剧,我家宝宝特别爱看。”一旁的王女士告诉记者,“虽然家不住在附近,但一到周末,孩子都会嚷嚷着过来玩。”据周围商铺店员介绍,万达定期都会举办亲子活动,吸引了大量顾客,“商场再配合亲子活动做些促销,生意非常好。”

3楼餐饮饭店满满的上座率也证实了万达主打亲子招牌的成功。“11点半左右开始上人,再晚一点吃饭还得排队,商场每次做活动都是我们生意最好的时候,客人甚至要等上1个小时才能吃上饭。”一家饭店员工告诉记者。

万达客流量最大的1号门旁,是一家全国连锁的咖啡店,店内主管告诉记者:“每天早晨万达还没营业时,就会有不少人守在门口等着开门,我们比商场早1小时营业,就在这1小时内,平均每天都能接待10笔单。”

据业内人士透露,天鹅湖万达的客流量周一至周五每天约在3万人次,节假日约在5万人次,活动期间则更多。

## 咖啡店3小时下了三个单

时间:7月6日 10:40  
地点:新地中心

周六早晨,记者来到了这个开业刚满半年的购物中心。和记者同时到来的,是几辆新地MALL观光车,但记者发现,车上下来的大部分顾客并没有前往新地百盛购物中心,而是直接下到负一层的永辉超市。

可能是因为天气的原因,整个新地MALL显得有些冷清。“上午新地生意本来就不好,下雨天也确实影响了客流。”一家女装店店员守着空无一人的专厅,显得有些无奈,“不过从下午开始一直到晚上,加上商场做点活动,还是会吸引不少人的。”

“从早上到现在,3个小时才做了3单生意。”新地一楼一家咖啡店员工告诉记者,这家接近200平方米的咖啡店内,除了员工和记者,再没有其他客人,而该咖啡店的其他连锁店往往整天都会人满为患。但这位员工告诉记者:“虽然生意不怎么样,但我们会有很多熟客,都是住在附近的居民,有的客人几乎每天都会过来坐一会。”

“新地周围有着日益成熟的社区环境,而且也是未来地铁7号线的站口,先占地再发展。”一家连锁餐饮的店长对新地的未来表现出了满满的期待,“虽然我们家现在的生意还没有达到预期目标,但我们每天的营业额都在慢慢增长,相信未来一定会越来越好。”

# 600余名陶艺选手感受传统文化魅力 四名星报小记者全程参与体验 L&D陶瓷筑梦杯陶艺大赛7月6日开赛

快乐学习,健康成长。7月6日,L&D陶瓷“筑梦杯”陶艺大赛在合肥政务区红星美凯龙全球家居生活广场正式开赛,近千名参赛选手以及体验者欢聚一堂,体验陶艺艺术,感受中国传统文化的精髓与极致魅力。与本次陶艺大赛同时进行的还有L&D陶瓷半价日活动。此外,市场星报四名小记者也走进“筑梦杯”陶艺大赛的体验区,参与艺术创作。

“筑梦杯”陶艺大赛由唯美中国建筑陶瓷博物馆主办,安徽世纪家美家居建材有限公司承办。另外,全年仅此一天的半价日活动则有L&D陶瓷、意大利蜜蜂密砖、杜莎家具、十二橡园家具、西泊橱柜、顶上集成吊顶、TCL彩电、格力空调以及海尔洗衣机等品牌全程参与。 记者 董方



## 比赛现场:陶艺、篆刻 将传统文化魅力全面展现

“我做的是恐龙!”

“这是猪爸爸、猪妈妈,还有两只小猪宝宝!”

“我以前在家拿面团捏过小兔子。今天做的是哆啦A梦!他手里拿的是棒棒糖。”

比赛于当日上午十点半正式开始,由于报名参赛选手人数众多,全程进行了分组,分为小学组、中学组以及家庭组,此外

外还有一块场地单独作为体验区。为了让参赛选手以最快速度了解陶艺制作,活动主办方在各个项目、区域都安排了专家老师进行讲解与指导。

“我很喜欢这样的活动,我参加的是家庭组的比赛,和我爸爸妈妈一起。”一位家庭组的参赛小选手告诉记者,这是她第一次和爸爸妈妈一起参加比赛活动。她的母

亲则表示,“平时也很少有机会和我女儿做这样的互动游戏,正好又是陶艺,我觉得很好就带她一起参加。”

在体验区,记者也在现场专家老师的指导下,拿起钢笔在瓷砖上进行篆刻。简单的几笔,就能在一块瓷砖上画出梅兰竹菊的图案。现场不少体验者纷纷赞叹国画与篆刻结合的艺术魅力。

宝贝),而今年的“筑梦杯”陶艺大赛更是人气爆棚,反响极好。培养了参赛小选手对美术、陶艺的兴趣,强化每个孩子的动手能力,增进亲子之间的互动与协作。也让所有客户进一步了解世纪家美的企业文化与服务理念。相信明年,世纪家美仍将以客户为本,不只是拥有国内外一流的品牌,还拥有为客户创造美好人居的服务理念,让客户在售前、售中、售后都能享受“家人式”的服务。

## 陶艺体验游

合肥市蚌埠路第四小学 四三班 王芮妮

陶艺这一工艺在我国代代相传,暑假里我有幸参与了一次现场制作,领略了它的魅力。

虽然天气又闷又热,还下着滂沱大雨,但是一点也不能浇灭我和妹妹的热情。在妈妈的带领下,我们来到位于政务区的红星美凯龙家居馆,坐电梯下了负一层,硕大的活动现场跳入眼帘。只见人山人海,中心广场摆满了桌椅,坐上了一家一户,桌面上摆放了一块块陶土、刻字版,最边上还有两架转盘,在妈妈的提示下知道原来那是做“瓶瓶罐罐”的,好像在一部经典的电影中出过现。

我领到一块陶土,放在转盘上,首先沾了沾水,双手微微合拢,不敢松开,结果没有我想象的那么简单,不是口太小,就是口太大,不成形状。这时一位身穿白色衣服的大师告诉我,脑子里想着自己想要的形状,手要跟上,从下往上推可以做成高点的瓶子,手指往外拉可以做成盘子、碗。经过几次尝试,手上、脸上甚至腿上都沾到了星星点点的泥土,终于以泥猴子的代价做出了一个花瓶,美滋滋的交给了评委组。

轻松地转到妹妹跟前,怎么也看不懂她捏的是啥,就问:“你做的是什么?”妹妹一边做一边认真回答:“是我和你。”看着眼前不成形的两团泥,再看看妹妹像花猫的笑脸,我忍不住捧腹大笑。虽然妹妹做的不怎么样,可是真有不少作品令我刮目相看:有牧童放牛,有猪宝一家,有锅碗瓢盆套菜……件件作品有模有样,人物形象,动物逼真,传神极了。

这次活动让我充分感受到了陶艺的魅力,既学会制作,又了解到一定的知识,一定要把这些告诉伙伴们都来关注!

## 合肥市中心

### 海底捞永远都在排队

时间:7月7日 18:30  
地点:之心城

谈及之心城,就一定要说海底捞。记者第一次来到位于之心城五楼的海底捞,是18:30,询问接待人员,现在等一个四人的小桌需要多久。海底捞的工作人员程金华笑着对记者说:“两个半小时起步,我估计需要3个小时。”“这么夸张?平时都这样吗?”记者继续追问,“周一到周五人稍微少些,但排一两个小时是很正常的,很多顾客下午一两点就来排号了。您也不用急,我们是24小时营业的,先拿着号,可以晚些来吃夜宵。”程金华笑着答道,“过一会,人肯定更多。”

记者决定等一等,就来到位于之心城六楼的冠军真冰溜冰场。冰场里有着20多位穿着冰刀的

本图片资料  
由记者根据公开资料整理

“勇士”,等候区内也挤着20来人,售票处还有十多人排在排队。冠军溜冰场的体量,感觉也就能容纳这么多人了。

事实上,除了海底捞,之心城内还有多家餐饮店在排队。一楼VERO MODA、ONLY大型特卖会,也颇有“菜市场”的感觉。VERO MODA两名记账人员在不停地忙碌着,基本没空搭理记者。对于一天卖了多少件衣服,她们随便翻了一下手里的记账簿,答道:“两三百件肯定有。”说完又忙碌起来。

19:10,记者再次回到海底捞,程金华认出了记者:“想好了吗?决定吃夜宵吗?现在恐怕至少要3个半小时。”记者点了一下小桌等号,379号。