

# 世贸银座 服装新贵的未来

10多年前,我们在百货商场买家电,现在都去“苏宁”、“国美”了;10多年前,我们在副食商店买食品,现在都在“家乐福”、“沃尔玛”了;10多年前,我们在民航售票处买机票,现在只是一个电话就可以登机了……,你能否在头脑中清晰的描述未来5~10年以后的住房、办公、商店和市场是什么样的?毫无疑问,肯定又会和现在不一样,每个行业都拥有自己的未来,每一次精准掌握先机才会赢得成功。

同样,风云变幻二十余载的火车站服装商圈未来路向何方?服装批发行业转型之路如何迈进?服装界新一代新贵如何炼成……在这股巨大的潮流中,盈千万的服装从业者究竟又该如何把握和选择呢?



## 一次别开生面的抢购

6月9日,郑州市最高气温飙升至摄氏37度,滚滚热浪自早晨便已扑至而来,08:10左右,置业顾问小武像往常一样到达了世贸商城招商销售中心,但令他诧异的是门口有许多打着遮阳伞的人群排队等候,随后陆陆续续越聚越多,使得面积本不宽敞的门前广场顿显拥挤。

小武心里想:“楼长选房是10号,怎么今天就有人来排队,况且楼长选房是从45位客户中选出28个席位,比例应该是很高了,客户这么重视‘楼长’资格,真是有点儿出乎意料!”同样的疑惑蔓延到过往的行人与商户那里,不时有人走进销售中心询问:“银座开盘不是到28号吗,怎么现在就有人来排队?”

殊不知,这种火爆的氛围一直延续到6月10日“楼长”选房当天:从08:30发放选号牌至28位“楼长”全部产生,总历时仅仅75分钟,堪称火车站服装商圈史上最迅捷的一次抢购,久违的“一人购多房、一席众人抢”的火爆场景频频出现,更不乏一气定下下层房源的重磅客户,全场愕然;很多客户因拿不到“楼长”资格,动用一切资源托熟人找关系,选房前夕,世贸商城某位高管的手机几乎被打爆而不得

不关机;选房现场置业顾问因频频接到非“楼长”客户选房要求,销售主管不得不将置业顾问手机暂为没收。

毫不忌讳的说,这些“楼长”级客户几乎个个身价千万,可以说是见多识广的行业大人物,但在选房现场,为了能够得到“楼长”一席之地,他们统统放下了“精英”身价,甚至会为一个有争议的号牌顺序而挥拳捋袖,怒目眦视,其中有一个小插曲便是一位“楼长”花钱雇人排队领号,但最终却被别的“楼长”挖墙脚花高价从排号人手中买走,现场顿时争议四起,最后不得不借助现场工作人员加以平息。

无论从哪个角度,这些场景在房地产弱市中都实属罕见,是目前郑州任何一个地产项目都难以达到、超乎想象的。



## 服装新贵时代的来临

银座“楼长”选房的最终意义却远非热销那么简单,至少有两个方面开创了业界先河:其一,新颖的“楼长”大客户选房制操盘手法,成为商业地产开盘模式中的神来之笔;其二,服装界新贵首次以团队状态集体亮相,标志着火车站服装商圈一个新贵时代的来临。

这两个方面,在商圈内都具有里程碑的意义:“楼长”新贵客户选房制度即先期成立品牌审核小组,针对银座300多组意向客户进行广泛调研,以“最具成长力商户与最具影响力品牌”为遴选标准,依据不同业态选出共45组“楼长级”新贵客户,这些客户或服装新贵或品牌大鳄,遵照每层两户的配楼原则,优先竞选银座14个楼层中的28个“楼长”名额,在各楼层楼长到位、业态规划到位、行业顶级品牌到位的基础上再于6月28日全面开盘发售。

分析人士指出,银座这种专业的优势资源整合措施,显示了强大的品牌实力和市场号召力:“银座销售的是产权铺位,这种先期确定楼

层经营业态定位,优先吸纳行业领军品牌进驻的做法,为将来银座行成专业的品牌展示中心奠定了良好的基础,这种新颖的操盘手法在全国商业地产市场都很少见,银座的成功实践在行业内具有很强的借鉴意义。”

更难得的是,银座铸就了火车站服装商圈一个新贵阶层的形成,他们不仅是各自市场的精英群体与意见领袖,而且以中流砥柱的作用掌控着行业的发展动向,“楼长级”新贵客户聚合效应所形成的“场”,势必彰显并拉升世贸银座未来行业精品标杆地位,将会当仁不让地成为服装界新贵万众翘首的顶级地标。

从此后,人们以在其中经营为荣,成为银座的主人,就等于银行为其授予了巨额信用,业主的财富、身份与地位一望便知。无论与谁谈判,和谁做生意,都会被赋予一种隐形的优越感。

“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”,服装批发行业已经进入到了抉择和转身阶段,一个新贵的时代在世贸银座的策动下正在悄然来临。

## 银座就是未来

“银座就是未来”,雷老板近期念叨最多的就是这6个字。

雷老板是火车站服装商圈的一名女装商户,谈及这次“楼长选房”,他颇为感慨的说:“两年前我的一位同行朋友在世贸中心买了房,说实在的,当时真的不以为然,没觉得比自己有多少的不同,但现在一比较,落差实在太大了,人家现在不仅旗下代理了9个品牌,而且自己注册了公司、注册了品牌,年营业额成倍向上翻,发展可谓一日千里,再对比我现在的经营状态,察觉自己应该转型了,再不跨入到他们那个行列,好像就成了边缘人士,就真看不到自己的未来了。”

意识到自身危机感的雷老板很早就“瞄”上了银座:“面对着不同的市场环境,唯有不断的选择才能走向新的成功,今年厂家已经明确要求必须进驻火车站商圈的商务楼,只要进驻就给扶持政策,估计其他厂家也有类似的要求,怪不得银座现在这么抢手!”

感同身受的还有参加此次“楼长”选房的乔女士,她拥有自己的厂房、拥有自己的女裤品牌,是典型的豫派服装代表人物:“进驻银座符合公司现阶段的发展要求,依托银座的良好平台,可以与广派、京派一些知名品牌同台共舞,既可以资源共享,也能够提升品牌的影响力,最终走出河南、走向全国。”

银座开花内外香,栽得梧桐引凤凰。此次银座大客户选房不仅使得火车站商圈商户趋之若鹜,国内一线品牌代理商同样对其青睐有加:“伴随着服装品牌化进程的加快,传统的服装批发市场已经很难适应品牌服装的需求,但是批发商圈强劲的市场辐射和庞大的客户资源又是我们割舍不下的。”广州欧时力、厦门拼牌河南区负责人不约而同地发表了类似观点,“入驻银座不仅能够提升品牌的



附加值,而且可以坐享服装批发商圈的客户资源,有更大的空间甄选优质经销商。”

在6月10日选房产生的28位“楼长”当中,笔者发现一个耐人寻味的现象,那就是其中有近20位都是世贸商城的商户,这个比例占到65%左右,他们一次订购数间、出手数百万的雄厚实力确实令人咂舌,一位赵姓的女“楼长”的告诉笔者:“世贸商城商户是商圈内成长最快、接受新事物最快,也是最先引领未来的一个群体,是商圈内首屈一指的‘赚钱王’,我有很多同行朋友在其他地方辛辛苦苦许多年最终也没落下多少,但在世贸商城大家不仅赚到了钱,而且赢得了在服装界的地位,可谓名利双收。”在和笔者聊天的过程中,赵女士一直推崇她的经营定律,那就是“跟定世贸”,她颇有体会地说:“以前跟着世贸赚钱,以后在银座肯定也能获得更大的发展,我对未来充满信心。”孙庆民/文 刘轲/图



### 结语

中国服装批发市场已经经过了30年的发展历程,从马路到大棚、从摊位到商厦,经过了转型与提升、整合与创新的过程,如今在郑州世贸银座,广州白马大厦,北京鹏润时尚中心,沈阳五爱国际商贸大厦等“纯商铺式商务空间”的共同引领下,又将跨入到品牌展贸运营的崭新阶段,为服装新贵找到了未来发展的正确路径。

世贸银座,以创新与高度标刻服装新贵的未来,是不是在银座买房,不仅与经济实力有关,更是眼力考验与荣耀身份的鉴定,6月28日世贸银座正式开盘,能够加入到顺应未来发展趋势的团队里,必将收获一个璀璨而丰盈的未来。

世贸银座,服装新贵的未来!