

火车站商圈服装商户不完全调查报告

现有平台已经无法满足洽谈、办公、餐饮、住宿、会议、品牌展示等需求
火车站服装商圈每年新进入的商户在10%~15%

郑州火车站服装商圈集聚了银基商贸城、世贸商城、锦荣商贸城、钱塘衣城等数十个服装市场，共有服装及相关商户一万多户，相关从业人员达20万人。

作为享誉中部的服装集散地，火车站服装商圈以其独有优势凝聚了省内外优质服装商户，而商户之间的协同合作又帮助提高了火车站服装商圈的知名度。可以说，商户是推动火车站商圈不断繁荣发展的重要因素之一，而他们的构成与需求变化也将影响着火车站商圈的未来走势。

记者 王亚平/文
慎重/图



一个新兴平台来提前占领经济制高点。顺应服装行业的发展，商户亟须一

A 商圈内每年商户实际增长量约为5% 商铺需求量不断增长

在火车站商圈服装市场工作超过10年的某商贸城总经理徐先生判断，火车站服装商圈每年新进入的商户在10%~15%，同时该商圈每年会自然淘汰掉10%左右实力不济的商户，二者

相抵，该商圈每年商户的实际增加量为5%左右。

商户数量的节节攀升与原有商户开设新店的要求，决定了火车站服装商圈的商铺需求量不断增长。

从数据看，商圈内商户对新店铺需求相对旺盛，打算再设店铺（包括商铺的转移和再开设新店）且会选择火车站商圈的商户占总体的54%，其期望平均商铺面积为52平方米左右。

B 优胜劣汰加剧 需要新型平台来提前占领经济制高点

中原服装市场商机无限，而火车站服装商圈是进驻中原市场的桥头堡与发射台，是与各地各界交流交易最频繁、最集中、最便捷的区域。

一份调研数据表明，通过专业市场渠道销售服装的河南本地生产商，其九成以上在火车站商圈内有销售渠道，其中78%为自设店铺。

广东、福建、浙江等河南省以外的生产商，已通过专业市场渠道开拓河南郑州

市场的比例仅为10%，但41%的厂家表示未来打算开拓河南市场，而火车站服装商圈将是他们进驻河南的首选之地。其中有25%的省外厂家准备在郑州自设店铺，75%的省外厂家准备通过经销商开拓河南当地市场。

面对国内品牌的进驻攻势，虽然火车站服装商圈在过去20年中表现出良好的增长态势，但为了应对未来更为激烈的市场竞争，很多商户就提出需要一

个新兴平台来提前占领经济制高点，以免遭到淘汰。

“在新兴平台上，商户可以自由选择产品、选择伙伴，推广更多品牌以实现身份上的多元化转变，而品牌价值在这里也能够得到放大与提升，不管是创业者、加盟商、代理商、品牌商还是厂商都能在这里汇聚资源，吸纳财富。”河南省羽绒服协会会长华永兴说。

C 旧市场模式不利于经营业绩提升 希望出现涵盖多种业态与配套的新服装交易平台

孙好文，自1996年起就在火车站商圈批发或零售自己代理的中老年服装。谈及对火车站服装商圈的看法，他说：“硬件设施比较落后，比如类似吃饭、休闲、住宿这样的配套特别缺乏，我们商户自己还可以克服这些问题，但很多时候是招待客户需要，如果安排不周，直接影响生意。”

周会霞，一直从事汉派服装经营：“我主要做品牌服装的经营，目前火车站周边以及商场内部环境给客户的感觉都不是很好，特别是对于零售客户而言，客户根据环境就不太会对我们的产品打高分，这直接对品牌形象造成负面影响，降低品牌价值。”

“展示功能现在特别为服装行业所重视，厂家也会要求我们举办类似的活动如订货会、发布会之类来吸引订单。但由于周边缺少成熟的T台展厅之类，这类活动就不得不跑到较远地方进行。”周会霞补充道。

在调查中，孙好文和周会霞所关注的问题也屡屡被其他商户所提及。据悉，随着商户不断发展壮大，甚至有的拥有了自主品牌及生产厂家，商圈内的现有平台已经无法满足顺势衍生出来的洽谈、办公、餐饮、住宿、会议、品牌展示等多样化需求。很多商户反映，旧市场模式已不能充分满足经营业绩提升的需要，希望出现集商务办公、形象展示、休闲娱乐等多业态

于一体的新市场模式。

以多功能会议室为例，每年的3月、6月~8月均是会议室预订的高峰期，但火车站周边“会多厅少”，一些排不上档期的商户就只能到一些小酒店里举行，非常影响品牌形象，而有的商户更是不得不跑到西区的裕达国贸。

其实，类似的问题不仅存在于郑州。据不完全统计，目前我国规模的服装专业市场达上万余家，由于在商圈环境、经营方式、服务功能等方面的差距，随着购物中心、大型超市、大卖场等零售业态的陆续出现，商户们面对的竞争亦日趋激烈。

（本文相关数据来源：新生代市场监测机构）

