



专业市场 升级更需转型

6月22日下午,近20位时尚潮人在紫荆山、二七广场、王府井百货“快闪”亮相,由大观国贸与《郑州晚报》等媒体联合呈现的“2014大观国贸时尚季”活动,掀开了“红盖头”。

谈及举办此次活动的初衷,中部大观国贸总经理胡漫天表示,今年初,中国时尚传媒集团曾在京发布《2012“中国·时尚指数”白皮书》,结果显示,中国城市时尚消费力,郑州位列倒数第一。正是这一现状,催生了该项目举办本次活动想法。

这样的活动,让人很容易想起不久前由于火车站商圈如何拆迁引发的业内争议。3月27日,银基商贸城、世贸商城和锦荣商贸城等火车站商圈的几个功勋市场出现在了市场外迁的大名单上,让商户和市场经营者一时乱了方寸。

“中心城区商品交易市场的外迁,一方面是指以批发方

式经营、仓储物流为主业的市场全部外迁;另一方面,批零兼营的交易市场,则只需要剥离物流仓储、批发业务。不搞‘一刀切’。”之后,郑州市市场发展局副局长房广明在接受媒体采访时进行了这样的说明。

早前,郑州市政府郑政〔2012〕23号文《关于加快推进中心城区市场外迁工作的实施意见》中,对于郑州市火车站服装商圈的描述与他所说相似,是“将火车站商圈的服装、小商品类和东风路电子科技类市场升级转型为商品展示零售和电子化交易市场,批发功能和仓储物流全部外迁”。

那么,在解决火车站暨周边区域的市场问题时,仅靠升级是无法面对未来发展,必须转型才能与郑州市建设大都市的目标任务相匹配,特别是进入提升综合经营能力,让郑州商贸业的影响力得以更好发挥则是必走之路。

商圈转型 左右时尚风向

在如何转型和升级的方向问题上,如今备受亚洲时尚青年青睐的韩国东大门则是成功先例。

据了解,韩国东大门早期是自发形成市场比较集中的区域,近十年时间成功升级,在亚洲范围内获得巨大成功。东大门以1905年最早的近代市场、广场市场为雏形,经历了露天商店、小规模裁缝工厂、平和市场,逐步演变为今日的大型购物中心群。这证明了自主生产的传统市场,也能成为经济发展的模型,并书写着韩国经济史上生动的神话。

而其之所以能够发展成

为如今的时尚地标,政府的顺势引导起到了关键作用,完成了其从“批发市场商圈”到“产业集群”的成功转型。

对比韩国东大门,郑州火车站商业中心区域经多年市场积淀、商家经营和政府培育,形成了稳定的产业框架,成就了全国闻名的“郑州火车站服装商圈”,不仅在全国知名度极高,且具备成为中部、全国乃至亚洲有影响力的时尚中心所需要的资源积淀、发展潜力、地理优势、上下游配套等要素条件。

记者通过多方了解得知,有关主管部门在进行了前期广泛的问卷调查后,将选择时尚产业作为中心城区的产业发展方向,以乔家门、陇海路和紫荆山路为核心区域打造时尚产业集群,

在政府主导下的市场外迁大潮及电子商务日渐兴起的影响下,留存于市区内的专业市场可谓两面夹击,倒逼着其转型升级。比如,脱离传统商贸城,打造成集购物、休闲、娱乐、餐饮、智能体验为一体的地标式购物中心;或者打造时尚服装商业综合体,在发展方向上完全区别于以往。目前尚无法评定这些举措会产生哪些立竿见影的效果,不过,可以预见的是,在争取留下来机会的同时,未来势必会推动郑州商贸业的升级。

郑州晚报记者
王亚平/文 慎重/图

目前有关设计工作正在开展。

借鉴而不迷恋其他国家、城市的成功经验,立足以构建商都历史文化区为统领,全面推进全域城镇化建设,让千年商都文化碰撞时尚产业,围绕世界商都建设郑州大都市,其核心是整合资源重构,创新商业模式,稳定现有产业资本,引招新的品牌、人才、企业和资金,并根据实际情况和发展过程中的新问题逐步建立和完善培育、管理机制,逐步从“批发市场商圈”转型为“时尚产业集群”。

河南省、中部乃至全国,目前都还没有以服装服饰时尚产业集群作为产业发展方向的城市,借助“大枢纽带动大物流,大物流带动大产业,大产业带动城市群”的有利条件,郑州或许可以占全国之先。

升级、转型 实现『批发商圈』到『产业集群』的蜕变

展贸模式 占据制高点

从本文之初所说的“2014大观国贸时尚季”活动可见,在发展方向的选择上,大观国贸应该是最具洞察力的。

不同于现在火车站商圈的任何项目,它除了拥有夺眼的钻石外观、“一花四叶”的建筑规划外,涵盖了商场、大户展厅(品牌大观、大牌总部)、云端美食、星级酒店、服务式公寓、电商写字楼等多种商业业态,引入多功能展厅、会议中心、T台广场等商务配套,建成后,将成为集品牌展示、会展发布、贸易办公、电子商务、休闲娱乐、餐饮、酒店、商务于一体的一站式创新型服装商业综合体。

不止服装业,以河南科技园区为代表的郑州IT产业目前正在全面改造升级中,硅谷广场作为科技市场升级改造的第一个项目就备受关注。据了解,该项目不仅打造了5A级写字楼,给予顶级硬件设施,在项目建设之初,还注入了IT-MALL理念,加强了休闲、娱乐、办公等多元化需求配套。

“区别以往单纯的批发、零售,集贸易、展示、设

计、营销、资讯等多功能于一体的服装展贸业,更容易成为服装专业市场升级转型的典范。”河南省商业行业协会副会长何宏剑这样表示。

“我们定位为时尚中心,是服装集合体,展贸模式将是今后运营的主要经营思路。实际上,现在到北京、广州等一线城市的专业市场内,都能看到很多品牌都有很大的门店,里面展示着最新款服装,消费者既可以零售购买,也可以谈加盟代理,如果批发则需要谈好价格付款后,从郊区仓库通过物流发出。”胡漫天告诉记者。

在广州、上海等服装业发达的城市,传统服装市场也都在经历业态升级,其中,打造全新的展贸平台,做服装品牌的孵化成为新的市场功能,占据了未来服装业发展的制高点,也撬动了大商机。

实际上,除了服装业,家居建材、玩具、IT等多个行业都在向着展贸模式的经营机制发展,实现专业市场交易方式的创新,向集约型转变。

“虚”“实”结合必走之路

除了在经营业态上偏重时尚、休闲和娱乐,电商或许将是未来综合体或者专业市场的必走之路。

“我们将在项目二期D栋8楼以上打造电商写字楼,为经营者提供良好的环境,同时也将提供电商资讯及培训服务。”胡漫天表示,“当前,专业市场或者新型综合体的电商化是大趋势,不过还没有成熟的样本可供参考,大家都是在积极探索。”

从目前来看,杭州的四季星座网是相对比较成功的服装业电商平台其经过开发建设、试点运行、逐步完善等阶段,具备了相对成熟的服饰电子商务的购销平台功能,并与上千家四季青各大市场的优质批发商户建立了长期合作关系,客户可以通过网站向批发商拿到一手货源。

“以往的‘三现’交易模式已经很落后了,与城市的宜居宜业发展方向不协调,也阻碍了市场的进一步发展。不过,摆脱实体市场的电商化也不现实,如何能够将展贸式与电子商务相结合,线上线

下互动,将会是比较好的方向。”有业内人士这样分析说。

何宏剑认为,关于新的经营业态中的“展示销售”,其实就相当于“样板间”的功能,而电子商务则起到“无店销售”的功能,两者结合后,仓储、物流完全可以外移,这将大大弱化现货批发所带来的人流和物流的困扰,有助于培育更加高端的商业形态。

简言之,大胆使用资本运作、创新营利模式、实现现代化管理、建立电子商务等应成为专业市场升级改造的方向。

事实上,随着各种手段的兴起,商流与物流的分离会轻松解决。同时在形式上,专业市场商场化、功能上“虚”“实”结合,“虚”——线上交易、“实”——线下体验(展览、培训、交流、论坛、休闲娱乐、质量鉴定等);管理上政企结合,企业主导先行(尊重市场),政府规划补充(审核及统一规划);技术上引入第三方公司、好的管理团队。这些举措将成为专业市场增长的新动力和创新转型的现实路径。

