



见郑

郑州作为中国三大商贸中心试点城市之一,火车站商圈一直在起着重要的支撑作用。

商圈中的银基、锦荣、世贸等几家服装专业市场更是担当了郑州作为商贸城市的行业名片。这几家服装专业市场联合组成的阵营,已成为国内最具规模的集散地市场之一,并让郑州跻身“全国四大服装集散地”,2013年更是以年千亿成交额,跃升全国服装市场前三名。

经过多年发展,火车站商圈辐射力不断扩大变强,市场持久繁荣,在服装价格与款式形成优势的同时,随着火爆生意和熙熙攘攘的人群而带来的“幸福的拥堵”,也被人所诟病,市场亟待升级改造。

转型升级是政府既定方针,也是辖区企业的意愿,更是商业发展的需要。如何在新的环境下,找准定位,独树一帜,做大做强,重振火车站商圈雄风,是业内人士一直都在思考和努力的。

关于未来火车站服装商圈的走向,有业内人士认为:“将逐渐加大创新力度,服装产业链条和配套将更加完善、精细,形成以传统店铺销售为基础和以电商销售为亮点的多种销售并存的格局。”

郑州晚报记者 苏瑜



告别低端、落后的形象,火车站商圈变身时尚产业集聚区

传统商业项目转型

火车站服装商圈以充满设计、创意的时尚形象面众

向“展贸”转型是大势所趋

当经济发展进入转型期,郑州火车站服装商圈也面临着转型的机遇与挑战。

“做服装生意的,主要是拿货,稍微大一点的商户都不需要走零售或者小量的批发。”在格林兰酒店经营服装生意的方先生介绍道,“我们就是想在火车站找一个能展示和办公的地方,但是找不到合适的。”

与方先生的处境一样,徐女士已在火车站经营服装生意近10年,她在附近一个酒店租用了30平方米的办公场所:“服装生意越做越大,接触客户的层次也高了。原来我在银基租的小铺,后来生意做大了,就想在附近租个高档点的写字楼,这样客户来了也有面子。但是火车站这块历来就是脏乱差,也没有像样的写字楼,我们只能到酒店里租房间办公,还算体面。”

方先生和徐女士的经历并不是个案,据关注火车站多年的张先生介绍,火车站附近写字

楼形态的商场基本满租,如世贸商城的银座、大户中心,虽然设施陈旧、档次也比较低,仍然供不应求。“甚至有南方做箱包的人,由于无法接受服装市场内的拥堵环境,只得到附近的粤海酒店租了整层做产品展示和办公。”张先生介绍道。

火车站商圈的品质写字楼,呈现出严重的供不应求状况,巨大需求的背后,是巨大的商机。

事实上,郑州火车站服装商圈正在经历巨变。无论是银基、锦荣、世贸等旧有市场的积极改造,还是大观国贸等新项目的进驻,都将为火车站服装商圈提供崭新的形象。

郑州正在从单一的服装批发集散地,升级为创意设计、服装制作、服装批发为一体的综合性服装市场,业内人士预测,超级展贸综合体或可期待,郑州服装市场将在3年左右走入展贸时代。

火车站商圈变身时尚产业集聚区

作为服装行业的“奥斯卡”,CHIC(中国国际服装服饰博览会)成为众多国内外品牌企业形象展示、品牌发布和交流互动的最佳平台。

近年来,随着“中原裤都”地位的稳固,领秀、娅丽达、渡森等郑州本土服装品牌正在快速拓展全国市场,并在CHIC等国际级服装博览会崭露头角,这些走向全国的服装企业,一改以往人们印象中郑州火车站低端、落后的形象,代以充满设计、创意的时尚形象面向大众。

第22届中国国际服装服饰博览会(CHIC2014)上,中部大观国际商贸中心(以下简称大观国贸)作为中部地区唯一受邀参展的专业服装市场而颇受关注,其与传统的服装批发“大佬”如北京大红门、广州白马、四川九龙同台亮相,凭借前瞻性的设计,在赚足眼球的同时,也为服装产业唱响了“中部好声音”。

“目前商业地产投放量过大,同质化竞争激烈,加上网络电商的冲击,对商业地产影响巨大,没有创新的思路和产品就很可能被大浪淘沙。”大观国贸商业总经理巩岩冰表示,在目前市场发展的大环境中,只有不断地探索,以多元化的模式进行开发。用创新的思维、创新

的模式去做好每一个产品。

不同于现在火车站商圈的任何项目,大观国贸项目拥有夺眼的钻石外观,“一花四叶”的建筑规划通过环形连廊将四栋大楼有机连为一体,还具有独特的“双首层”设计,消费者通过道路上的天梯可直达三楼T台广场。这一创新性服装商业综合体,还将为经营者打造全新的展贸平台,提供良好的电商服务,实现线上线下有机互动,推动郑州时尚产业集群的形成。

正是因为一直坚持这样的商业策略,大观国贸虽然是后起之秀,但是在火车站商圈的影响力却越来越大,成为了火车站商圈屈指可数的受到消费者青睐的商业项目。

据悉,与大观国贸紧邻的锦荣时装城,也将于近几年完成升级改造,其思路和大观国贸不谋而合,而从大观国贸所作的更超前更合理的交易模式、即务实又高大上的硬件支持上,可以看出这两个升级改造项目作为集金融、商贸、文化、旅游、商业及艺术中心于一体的大型一站式集群商业中心,其业态的多元化发展,也将有力推动原来中小型产品零售、服装批发等中低端商业产业的转型。

这一切,都说明,火车站服装商圈正在发生巨变,不久的将来,这里将彻底告别简单“传统批零”这些旧有标签。

“互联网+”

推动终端模式变革

现代物流业的发展,看似使得火车站商圈的优势有所削弱,实际上则为这个传统服装流通的老大哥插上了再次振翅高飞的翅膀。另外,随着纺织服装行业步入新常态,终端模式的变革,“互联网+”的催化,个性化消费潮流兴起,作为渠道中间环节的流通市场商家无疑进入了一个新的时代。

火车站服装商圈的变化,符合批发市场外迁,政府对着力打造火车站商圈商品展示、零售和电子化交易市场的要求。

新的经营业态中“现代展贸”就相当于“样板间”的功能,而电子商务则起到“无店销售”的体验功能和实体店的渠道拓展,两者结合后,大仓储、大物流完全可以外移,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。

在专家们看来,超级展贸综合体对加快服装产业升级换代,带动资金流、信息流、物流、人流的良性扩张都会作出突出的贡献。对区域经济的良性再造、服装产业结构优化升级、服装资源的合理配置也会起到不可估量的作用,在运营过程中会极大地彰显这一商业形态的黄金价值魅力。

中国市场管理实战专家、北京大学“智慧商城与数字贸易课题组”组长兼首席专家胡宝钢认为,“展贸”功能将是近期和将来一段时间内纺织服装专业市场的发展趋势,将取代原有传统市场的批零功能,并将创意、金融、服务、设计、贸易等周边功能囊括其中,强化其新的商贸模式,弱化其传统的批发模式。抓住这一发展趋势,将是以郑州火车站服装商圈为代表的传统商业项目的转型方向。

