

烽火再起

二七商圈再崛起的创新与嬗变

2018年6月29日 星期五 编辑：薛芳 美编：张妍 校对：陈希

20世纪80年代，一句“中原之行哪里去，郑州亚细亚”的广告词，点燃了全国人民的消费激情，也拉开了以亚细亚商场、天然商厦、商城大厦、郑州华联商厦、郑州百货大楼为核心的郑州商战的帷幕。

多年来，一幕幕商业大戏，争相在二七商圈上演。商业“老兵”顽强坚持，逆境中生存、夹缝里生长。商业“新兵”不断涌现，竞争中创新、博弈中前进……一轮又一轮、一茬又一茬，二七商圈俨然成了商界巨头角逐的竞技场。

遗憾的是，群雄逐鹿的结果并没有换来二七商圈昔日的荣光。互联网时代的到来，更给二七商圈商业竞争带来新的挑战。二七商圈再崛起的出路在哪里？学习、探索、思考、创新……让二七商圈重新焕发出朝气、走向复兴，成为当下二七商圈大鳄们共同的思考。
记者 李冰冰

“野太阳”的“白日焰火” 时间：1988年~1997年

“中原之行哪里去？郑州亚细亚！”这句广告词，至今仍是很多人对郑州的最初想象。

有多少第一次来郑州的人，都要去亲眼看一看那个从小就萦绕在他们心中的亚细亚商场。

亚细亚和它引发的“郑州商战”其实充满着偶然性，如果不是晋野和他的中原不动产，贸然地盖下了一座卖不出去的楼，如果不是供销社系统的商城大厦，当年急于要回自己投资在亚细亚商场的资金，哪会有亚细亚第一个站出来发难。

但这也是一种必然，在经过1987年到1988年的“价格闯关”，并亲身目睹了抢购潮后，大家开始倾向于在二七塔周围建几座新型的商厦，一是方便群众购物，二是改变郑州市容，推动旧城改造。于是，一商系统、二商系统、供销社系统、纺织品公司、天然气公司纷纷上阵，在二七广场周围不足两平方公里的地方，瞬间涌起了六家大型商场，商战的爆发已成必然。

商战是郑州的城市名片，发源于二七商圈的商战，让中国的消费者第一次从人性化服务中，找到了消费者的尊严；也让沉闷不思进取的中国商业流通领域深受震撼，在顾客就是上帝的理念冲击下，感受到经济创新的美好；更让厚道朴实的郑州城从此生发出了睿智伶俐的城市气质。

虽然，二七商圈的第一次商战最终由于缺乏现代企业体制，以及先进金融理念的支持，而最终并不尽如人意，但有了商战的故事，郑州人在许多年后的谈天说地中，也有了属于自己城市的骄傲。

鸡蛋和石头的较量 时间：1997年~2004年

1997年，亚细亚大门被供货厂家的代表围堵，要求清偿货款，至此资金链断裂，第一次商战结束。

租赁，成了二七商圈此后直到今日独特的度日方式。

租给谁呢？

彼时中国的连锁经营方兴未艾，以大型超市和家电、手机卖场为代表的商业模式，开始在全国攻城略地，快速复制，自然也不会放过二七商圈这块宝地。

新的商战从一颗鸡蛋开始。在二七商圈的外围圈层，新开业的“丹尼斯量贩”用鸡蛋当噱头，把“大型综合超市”这个概念快速普及郑州。随即，在二七商圈的另一端，晚一些开业的金博大超市把以鸡蛋为促销品的价码提升了一倍，从此，每天早晨在超市门口等着免费促销鸡蛋的人群，就成了中国商超零售业的一道风景线，甚至在家电连锁国美和通利的促销大战时，鸡蛋也成了竞争武器。

二七商圈这一轮鸡蛋大战，真正起到了以小博大的作用。在许昌，一个叫于东来的烟酒店老板开始学着做大型超市，而更多的同路人，正在河南的各个地区有样学样开启了大型商超，那些年，河南所有的地市都快速普及了商业连锁，许昌的胖东来，洛阳的大张，开封的三毛，平顶山的九头崖，南阳万德隆，信阳西亚，郑州的思达和阿波罗……在二七商圈第二轮商战的带动下，迅速地成长了起来。

这一轮的商战甚至还改变了很多人的具体命运，因为“企业文化”“商业策划”“百货连锁”需要人才的软落地，河南各地市的年轻人得以在第二次商战中崭露头角，留在郑州并成为这个城市的中坚力量；也因为快速扩张的连锁商业需要大量硬件支撑，很多小生意人以

失去的10年 时间：2005年~2015年

这10年郑州商业城头变幻大王旗，家世界变成了华润万家，思达变成了正道思达，但都没有金博大变成大商带来的震动大。2006年，伴随大商集团以4.21亿元的天价收购金博大，金博大和丹尼斯“两朵金花”的本地双雄会，也演化成了丹尼斯一家单挑海内外连锁的场景。

这10年，二七商圈彻底被家电连锁、手机卖场和小商贩所瓜分，只有德化街的改造是为数不多的亮点之一；光彩市场的改造改了又停、停了又改；大上海城带火了虚拟商铺模式后，就这样不声不响地站在艳俗的光彩对面；百货大楼在反季节销售中每天进步一点点地坚持着；而丹尼斯的大卫城则在长时间的筹备中。



二七商圈老照片

“供应商”的身份被商业整合到一起，快速成长为这个城市的新兴力量。

2000年，日本资生堂进驻丹尼斯百货郑州人民路店，标志着丹尼斯成为河南精品百货“高地”。随后，CD、GUIC等多个知名国内外品牌化妆品、服装品牌纷纷入驻，不少品牌销售业绩进入全国前十。

然而第一次商战带来的内伤依然在隐隐作痛，由于提前耗光了所有力气，二七商圈再也拿不出一家能和外来资本相抗衡的商业企业，只能看着沃尔玛、家乐福、麦德龙、正大易初莲花，甚至天津的家世界在郑州攻城略地，只能任由而马来西亚的“贵人”百盛和来自首都的北京华联卡住二七商圈的南北咽喉收割客流红利，只能围观国美、永乐和五星在产生过郑百文的地方，以“威震八方”的阵势吊打以八方电器为首的本土卖场。

郑州人的失落啊，弥漫在二七商圈上空。

北京华联在和百盛的竞争中获胜，占尽了当时年轻消费群体注意力，但更多的外来商业却做得并不如预期：易初莲花开业的轰动期不到7天，中环百货的轰动期也就是一周左右；百盛长时间做得平平淡淡；就连郑州的家乐福，也只有靠和蒙牛的一次冲突，才获得全国性的关注。

迷茫是当时整个二七商圈乃至郑州商业界共同的感觉，郑州和周边城市的差距正在被拉大。

预想中的“第三次商战”一直没有到来，就连花园路商圈的大商和丹尼斯开业，都没能激活二七商圈，而就在这10年的等待之中，二七商圈失去了一代人。

