

商战商圈商贸城 圈 创新嬗变再崛起



再造城市之心

是不是要唱一首《凉凉》给二七商圈？当然不是，除了品牌价值、交通中心的地位，二七商圈仍然是郑州目前业态功能最完备、客群最广泛的商圈，一直是人流量、人口密集度较大的区域。

作为郑州商战的发源地，二七商圈太需要新鲜血液了，惟有注入新鲜的血液，才会有商圈的新生。

泰康360来了，绿地张砦项目来了，太古里据说也要来了，这些新鲜血液的到来，无疑会给二七商圈带来新的冲击。

而在新鲜血液注入之前，更重要的是疏通血管。二七商圈位于郑州市的老城区，改造难度大，造成了该片区目前文化资源开发利用不充分、商业业态较为低端、道路通行条件较差、停车空间匮乏、地下空间资源利用不足、建筑立面杂乱无章等现实困境，急需政府相关部门的关注和解决。

老旧的商场物业急需“解绑”做外科手术般的升级改造，二七商圈的内圈，很多商场物业已经到了不得不改、不得不升级的地步。

交通问题则是二七商圈最大的痛点。以二七路、太康路综合廊道工程为核心的“地下二七商圈”无疑是一个利好，值得注意的是，这一项目建成后，二七路、太康路地下空间的开发建设，将形成“十字”轴线并向外拓展延伸，与地铁1号线（二七广场站、人民路站）、3号线（太康路站）实现互联互通，构建地下公共步行交通体系，解决人车混行、缓解交通拥堵的现状。

也就是说，从人民路丹尼斯到大上海城、金博大、丹尼斯大卫城，再到二七广场德化步行街、万象城，周边的商业体通过地下管廊实现无缝对接，将把区域内的商场更加紧密地联系在一起。

“升级产业结构”将会是二七商圈新生的方向，从以百货和零售为主，迭代成为商业、餐饮、文创、文旅为主体，强化业态的多元复合是一种必然。

而这一切，都需要二七商圈在撸起袖子加油干的同时，凝聚新的注意力，只有政府、行业、消费者甚至资本的集中关注，二七商圈才能实现再造和升级，完成“千亿商圈”的梦想，回到和全国一线商圈比肩的水平上。

痛失90后的尴尬

生于20世纪80年代的郑州人，大多是和二七商圈联系到一起的。

光彩是时尚聚集地，最新最炫的东西都在那里，北京华联是刚上班的年轻人第一次消费升级的首选，而百盛则是另外一个性价比颇高的选择，大商和丹尼斯，不管是不是买得起都是要逛逛的，梦想万一能实现呢，德化街和紧邻着的手机店，是年轻人第一次牵手逛街和互赠礼物的地方，而那些家电卖场，则是成家立业必须转一转的地方。

这一切到了2010年代都成为过去，生于1990年的人已不再把逛二七商圈当成日常休闲的必去之处。

2013年底的时候，发生了三件注定影响深远的新闻：其一，南京新街口商圈的德基广场，超越了开业八年的老牌商业广场广州正佳，上海恒隆和北京新光天地，成为全国单体销售卖场第二位，并保持至今；其二，2013年淘宝“双11”销售额350亿元，超越上一年191亿元只用了13小时；其三，这一年的年底，4G网络正式开放。

如果说大形势对二七商圈的挤压是客观原因的话，那郑州不断涌起的新商圈，则完全拉走了年轻消费者的注意力。国贸360和熙地港成了潮人商圈，锦艺城和曼哈顿一西一东成为新商圈核心，几座万达广场更是连普客都进行了分流。不断扩容之下，郑州的新商圈不断被规划出来，越来越多的奥特莱斯和即将建成的宜家，正在将家庭消费群体的蛋糕切走……

在一圈的热闹之中，惟有二七商圈被忽视了，即便是万象城一期2017年升级改造营业增长42%，列全国万象城之首，即便是丹尼斯大卫城以42亿位列中部地区第二，年轻人已经很少会踏足二七商圈。对于90后来说，对新

商场的兴趣点，几乎集中在美食、电影院、滑冰场之类的娱乐休闲场所，这些都不是二七商圈现有的业态能带给他们的。

在体验式购物中心和网购消费的双重压力下，线下实体店纷纷急速变轨，从购物为主转向体验为主，从经营商铺转为经营空间。在二七商圈的外延圈上，无论是万象城也好，大卫城也罢，都选择了规模扩容、大量填充休憩服务业内容，如餐厅、滑冰场、影院等，就连老牌的金博大，也选择减少店铺数量和面积，拓宽休闲空间。

但这对于二七商圈的老商业来说太难了，盒子式的标准百货中心结构，有的甚至更老，去哪里拓宽出所需要的大空间呢？不少商场都是1990年建设完成的“标准件”，无论是结构还是层高，想要改装成IMAX影院更是想都不要想。

比硬件不足更致命的，是作为商业零售创新原动力的二七商圈正在失去对新零售的嗅觉。举例而言，当轻奢美妆成为新的消费升级风口，以至于外地大型购物中心要拼命凑齐40~60家美妆品牌于一身，同时提供从室内装潢、商品陈列到灯光、音乐、气味等多个角度的独立运营支持的时候，二七商圈的几乎所有商场还在紧盯那几个国际奢侈化妆品品牌；当生活美学和商场物业互渗的时候，即便是二七商圈新兴的商场，也仍然把填鸭式的招商作为重点。当杭州的老牌百货商场争抢阿里巴巴的盒马鲜生，永辉的“超级物种”已经迭代到3.0的时候，当24小时便利店已经风靡一线城市而郑州的商超业态趋于停滞的时候，二七商圈似乎已经失去了对新物种的兴趣，自然也就失去了90后乃至00后的关注。



二七商圈仍然是郑州目前业态功能最完备，客群最广泛的商圈。