

从一点到一心一圆一圈 从多点布局到多业态共生 “多核”商圈大时代 城以商兴在为民



郑州商业格局蝶变升级,丹尼斯大卫城仍是郑州市民休闲购物的好场所(资料图)

2021年5月30日,正值《郑州晚报》改版19年。回望岁月,郑州商业也已经匆匆走过了19年。19年间,随着一批批购物中心的诞生,郑州商业格局也从早先单一的核心点(二七商圈)逐步升级为一心(一个核心商圈)一圆(一个副中心级商圈)多圈(多个区域型商圈)的格局。物业形态也从此前传统的大卖场和百货业态向大空间、多体验、主题化的购物中心转变。与此同时,伴随着郑州“新一线”城市的热潮、大批国际国内连锁品牌的涌进,郑州商业发展也呈现出日新月异的新势头。郑报全媒体记者 蒋晓蕾

从百货业态到购物中心,商业迈向精致化

20世纪90年代,一场由亚细亚引发的“商战”震动郑州,至今仍被多数老商业人挂在嘴边,甚至还被奉为商业地产、零售业的经典案例。

今天,大量购物中心在郑州崛起,不仅为郑州市民带来了更多有趣、有品质的品牌,而且还大大提升了消费者的体验感获得感。从家用电脑的普及到私家车数量的飞速增长,再到旅游人群的不断上升,无一不彰显了人们更高层次的消费需求。因此,郑州商业的未

来,向购物中心化、精致化发展是必然趋势。

“以前总图便宜省时间爱在网上购物,现在觉得商场的产品才货真价实。”85后小赵讲述了自己这些年的消费变化,他坦言,由线上转到实体,才能真正体会到购物的乐趣。

2010年之后,郑州商业加速发展,时尚度不断提升,商业形态、购物体验也有了翻天覆地的变化。2016年之后,郑州商业进入冲刺期,新增商业项目持续增

加,开始扎堆开业;2018年商业大爆发,并首次进入新一线城市前10名。而近两年,虽然在电商、购物的双重冲击以及同质化竞争下,不少百货业态关店、撤柜现象较为突出,但仍有一部分老牌百货业态依靠自身强劲的影响力、物业自持及丰富有力的商品持续取得了较高的营业额,例如丹尼斯百货,无论是商品的丰富程度,还是节假日的折扣力度,抑或是品牌的更迭及周转,它在这个市场上依然能占据相当的市场份额。

综合体模式,满足多元化消费需求

市场环境已是今非昔比,消费者的偏好需求与时尚潮流也在变化,这些因素将驱动购物中心或被动或主动地进行调整。郑州商业的发展也必将迎来新浪潮。

随着购物中心越开越多,郑州商业集聚效应日益凸显,新老商圈有了交替更迭,以二七商圈为核心的“单中心同心圆”模式逐渐向多核化发展,以传统百货业态为中心的老商圈逐渐被以购物中心为主的新兴商圈所取代,现

已形成二七商圈、花园路商圈、郑东CBD商圈、大学路商圈、高新区商圈、北三环商圈、惠济商圈、西区商圈、紫荆山路商圈、曼哈顿商圈(金水升龙广场)十大主要商圈。除了老牌商圈持续发挥着魅力,更多商圈也在这个时期形成。

不同区域的商圈发展各有差异,像二七商圈、花园路商圈、郑东CBD商圈、大学路商圈等都已成为较成熟的商圈,而高新区商圈、北三环商圈、惠济

商圈将成为较有潜力的商圈。它们之间都有一个共同特点:新型商业综合体,这也是商圈新业态。

19年间,郑州商业从小到大、从低到高、从弱到强,与城市发展紧密相连,也见证着郑州人消费能力的崛起和繁荣。随着城市综合实力明显增强,一个个商业地产拔地而出,促进了商业版图的扩张和演变。目前,郑州已进入以商业综合体为基础,多点布局、多业态共生的商圈“多核”时代。

2021年 郑州商业将持续发力

今年1月,《2020城市商业魅力排行榜》发布,连续第五年按商业资源集聚度、城市枢纽性、城市人活跃度、生活方式多样性和未来可塑性五大维度为中国内地337个地级及以上城市的商业魅力指数排名。

榜单显示,在综合排名上,郑州位居新一线城市的第9名。郑州的消费活跃度再次提升,集中体现在生活方式多样性的增加上。

2021年郑州商业将持续发力,继2020年郑州高新万达广场、绿地天空之城、朗悦新悦荟、新田360广场等重量级商业综合体密集开业后,今年,郑州计划迎来近15家全新商业综合体亮相,比如备受期待的亚细亚卓悦城、新田360广场太康路店、惠济新城吾悦广场、Igo大乐城、王府井奥莱小镇等。

对于郑州这座新一线城市而言,进入到由“单核城市”向“多核城市”的发展步调中,商业将是驱动城市活力的重要一环。其中,值得一提的是,正弘城的“智慧商业”,用创新的思维、新型电商的力量,成为郑州商业的“形象标杆”,吸引了全国各地同行前来市调和学习。

商以城在,城以商兴。19年间,在岁月交替中城市发生了翻天覆地的变化,有老的商圈逐渐淡出,有新的商圈不断崛起,在不断的扩容升级中,郑州商业正在扛起经济发展的大旗,满足人们日益增长的美好生活需要。