

## 创新模式,苦练内功,拥抱春天

# “中国服装第一街”打造时尚智慧商圈



钱江晚报·小时新闻记者 王燕维 通讯员 陈翔

近日,杭州杭海路的四季青“中国服装第一街”各大市场在年底清仓大甩卖,拆包上新的、接待现场客户的、打包装箱的、视频直播的,店员们恨不得个个都会分身术;店铺档口基本都是大大小小的包裹,落脚地都看不到了。再看市场周边,道路交通依然井然有序;忙碌不失秩序的场景,令记者略显诧异——

经历两年不断反复的疫情冲击,“中国服装第一街”依然青春活力?

时值冬装之尾、春装新上,各家商户陈列的两季新款交织着。市场里,商户、客户人山人海,但也少了往年人头攒动的场景。通道中不时可以看到拉包工装着几大塑料袋的货不停地奔走。

这一切,既给予客户冬日的温暖,又让商家憧憬春的盎然。一派勃勃生机,令人心生悸动。

## “软硬”兼施升级大环境 “中国服装第一街”展新颜、添新姿

杭海路四季青“中国服装第一街”这块金字招牌,已经响亮了32年。东起秋涛路西到清江路、处于钱江新城核心圈的服装街,聚集着22家专业市场、近1.4万个摊位。而由于杭州主城区的东进和钱江新城的快速发展,街区以及周边的环境存在诸多需要改进的地方。

“去年,街区成立了专门领导班子和市场攻坚共治联盟,集中力量解决各个市场内外环境、街容街貌、街区交通、车辆停放、消防安全等一系列问题。”采荷街道中国服装第一街服务中心的一位负责人对记者说,“街区取消了44个沿街停车位,并通过整合、有效管理等,主动拆除了20多个岗亭。同时,全国首创建立了‘拉包通道’,有效地进行了人、车各分其道。”该负责人表示,升级改造方案采取了兼容并蓄、博采众长的方针,将全国乃至世界市场的优势、长处收归己用。“在保证安全、高效落实防疫措施的同时,实现了街区秩序、环境以及道路交通等全面的升级,效果十分明显。”

同样是在刚刚过去的2021年,在缓解市场内外交通拥堵、便利商户客户往来等方面,街区先后开通了“四季青一环北市场”专线、“四季青一九堡”预约专线等,还有连接意法原创女装大厦、意法清江服饰城、新中洲女装城、意法服饰城等市场的街区环线,社区微公交1607、1006路等。

“市场环境的改变真的是太大了,不仅我们自己进出、发货等快捷了,客户也普遍表示现在看货拿货更方便了。”在意法服饰城经营了6年的商户周先生颇有感触地说。

此外,杭海路四季青“中国服装第一街”还在软件方面下足了功夫。去年,他们再出创举,成立了国内首个“拉包侠行业协会”,做到着装、佩证、拉包车“三统一”。同时,推动设置“1+3+10”物流集散中心,即一个中心物流点、3个物流分拨点、10个物流驿站,重新布局市场物流驿站,在为拉包工提供便利的同时,也让街区运转更有秩序。

整体大环境的提升,让美丽时尚的“中国服装第一街”实现了商圈全方位的质的改变。此外,今年杭海路四季青街区还将投入资金,进行各大市场的外立面改造升级,进一步提升品质,为“中国服装第一

街”展新颜、添新姿。

## 内外兼修展现魅力 全方位提升市场服务品质

在杭派精品服装市场一楼,一家档口的销售员正在通过视频为客户“远程拿货”,现场既有即时穿搭的模特负责展示新到的款式,也有现场讲解:“这款是最新上的,是爆款哦,款式花纹搭配很新颖,这两天很抢手的,要不要试试……”商户朱女士介绍说,现在因为疫情的影响,来现场拿货的客户少了,这种线上的营销模式成了很好的补充,“2021冬装的整体销售受天气和疫情的影响,也因此大大缓解了。”

常青服饰城一位负责人对记者说,2021年前三季度,市场整体的销售情况还是不错的,不过十一月末延续至今的突发疫情,让商户的冬装销售遭遇了“寒流”。在记者走访服装街各大市场的过程中,这样的情况还是十分普遍的。

“2021年的冬装市场,受到了暖冬天气的影响,销售情况不佳。杭州又有疫情突发,虽然意法市场通过各方的有效管理,全年没有出现一例疫情,但受大环境的冲击还是很大,厂家、商户压货现象明显。”意法服饰城负责人表示,“面对困难,市场积极为商户开拓了线上资源,对接了全国各地的采批平台,不仅在宣传上进行了投入,还针对压货比较重的商户,在各大线上平台开辟了专区,甚至详细到将货品的数量、款式、尺码、价格、联系方式等都一一上传,方便需要的客户直接对接商户,一定程度上帮助我们的商户缓解了库存压力。”

意法一楼商户周先生对记者说:“疫情事发突然,我们也没有特别准备,市场管理层为我们对接各地线上平台,增加了渠道,开拓了资源,减轻了压力。”

在意法的六楼,记者看到两家面对面的商户档口中心位置都有一个展台,原本是作为现场展示的地方,现在都摆上了各式货品,而在场地的一角,也搭起来一块视频专区,忙碌的销售员都在穿搭服装进行线上介绍。“现在是非常时期,客户不方便来市场实地采批,但生意总不能停,这样的拿货方式,其实效率还是高的,交通成本也可以省下来,很多客户尤其是一些比较远的,都比较能接受。”专做女装的商户周女士介绍说。

有着一个10多人团队的商户黄先生也表示,这样的线上拿货方式客户接受度挺高的,“虽然现场来的客户少了,但我们的服务其实更多元化了。”黄先生说,他们会针对不同的客户进行分类,建立多个微信群,便于提供更精准、更专业、更个性化的服务,同时,也经常去客户的实体店进行实地考察和现场指导,了解客户场地情况、帮助他们分析自己客户的需求特点,针对进行包括装修风格、产品陈列、促销宣传等在内的更多专业化建议,“从客户的反馈情况来看,他们的满意度反而是提高了,这也为我们今后的业务发展打下了好基础。”

正如杭海路四季青“中国服装第一街”一位负责人说的,环境不好,考验的是我们自身的应变能力。“观念改变、学习能力提升、创新意识加强,这些才是真正体现杭海路四季青‘中国服装第一街’的魅力所在”。

## 科技赋能 探索创新 以新业态新面貌迎接新的一年

有压力才有突破,有创新才能有发展。杭海路

四季青“中国服装第一街”的探索创新,是其始终能够屹立服装时尚潮头的原动力。

2021年,对杭海路四季青“中国服装第一街”来说,是一个探索创新之年,不断整合资源、苦练内功、创新营销模式,各个市场以及商户都在大步向前。

“去年下半年,为了应对疫情防控常态化的新形势,为商户提供更优化的服务,意法市场将近500位买手集中起来,进行综合性的培训,包括场地规划和管理,线上新模式研讨、分享,视频制作技能等,商户的营销手段丰富了,渠道增加了,业务量改善了,买手们的经营面也扩大了,创收能力自然也强了。”意法服饰城负责人介绍说,市场还定期组织商户前往供应链的中下游端所在地,如广州、深圳等,和供应链的下游直接对话交流,了解终端客户最真实的产品、服务诉求,从而设计出受客户喜爱、追捧的明星产品。

多措并举、创新求变的努力,受到了良好的赞誉。

买手培训,线上选品、订货,直播带货,杭海路四季青的小伙伴们忙得不亦乐乎。在记者走访市场的过程中,恰遇一场管理方精心组织的买手培训和分享会,一个可以容纳四五十人的会场,坐得满满当当。“这样的培训和分享会,市场已经办了好几场,真的不错,学到了很多新东西。像今天,管理方专门邀请了抖音的专业人员讲如何制作吸引人的视频,既有技术含量也有实在干货,很受益。”

买手“七叔”是个好物推荐官,在服装行业做了有20年,目前有两个抖音号,30万粉丝。“真没想到直播、视频还有这么多门道和学问,经过学习培训很长见识,上个月那么难的冬装,我一周就销了数万件。”他告诉记者,原先都是自己摸索着开直播,虽然业务还不错,但四平八稳,几次学习培训下来,学到了不少新方法,也有了新思路,在线人数从最初的几十人到了去年最高的12万,“现在客户群就有几十个,千万以上的大客户10个,这个成绩还是挺满意的。”

杭海路四季青街区在环境上的大升级,让我们看到了一个良好的“体验式”的商业街正在形成。而围绕赋能“衣时尚”和“数字未来”两大产业,去年10月,采荷街道与逆思维创意设计总部签约,计划入驻国内外领先设计师和一线品牌管理岗位主管两百余人。另外,计划打造一个建筑面积2万5千平米的杭州数字时尚中心,融合未来社区和杭海路四季青特色街产业,带动周边近5万多方物业同步提升改造,创建一个更具时尚和智慧的杭海路四季青+未来社区商圈模式。

2022年的春装已经全面上新,仅意法服饰城一个市场两千多家商户,备货上万件的已经超过了三分之一,好几家商户对记者说,已经接到了不少追加补单。

2022年春天即将到来,正如朱自清在《春》里写的那样:“舒活舒活筋骨,抖擞抖擞精神,各做各的一份事去。”杭海路四季青街区的商户们也是这样想的,他们说,今年立春就是北京冬奥会开幕,之后还有我们的杭州亚运会,“随着我们脱去冬装,得一身轻便,走上我们奋斗了几十年的各大市场,宣泄掉积蓄已久的阴郁,放肆地在这个春天拼搏、欢愉。”

杭海路四季青街区的管理方表示,目前,全国疫情基本控制,这是好的信号。商铺内的老板,应该动起来,要与街区一起共同探讨营销活动,开创新的营销手段,期待实体经济的春天重新回来。

“中国服装第一街”称号由中国商业联合会商品交易市场专业委员会授予。