

原创领航, 走出国门

中国服装第一街 焕新 迎接挑战

本报记者 胡鹏程 通讯员 陈翔

近日,中国服装第一街区域性微型消防救援站正式启用,作为中国最具影响力的服装批发市场之一,中国服装第一街拥有32家专业批发市场、1.4万余商户、近5万从业人员。据不完全统计,春装上新以来,这里每天有超6万人前来采购,销售网络覆盖全国。

作为街区的安全守护者,微型消防救援站在原有基础上进行了优化升级,凭借高效的应急响应能力和专业的消防救援技术保一方平安。街区相关负责人表示:“安全是市场的生命线。我们希望通过加强安全保障措施,为商户们打造一个更加稳定、安心的营商环境。”



由内而外重建

开放、多元、创新的市场新风貌

杭海路四季青中国服装第一街的服饰产业发展历史悠久,独具优势的集群效益和庞大的产业规模,同时也是杭州上城区打造四美经济的主场地。近年来,面对消费力减弱与消费者需求多元化的双重挑战,中国服装第一街的商户们并未选择消极等待,而是毅然决然地踏上了升级变革之路。

“如今,消费者对个性和品质的追求愈发强烈,我们唯有紧跟潮流,不断在设计、服务、理念与品质上重新审视自己,才能立于不败之地。”一位在四季常青服装批发市场深耕多年的商户坦诚相告。为了满足消费者的需求差异,他在产品设计上倾注了大量心血,同时优化供应链、提升服务品质,力求为消费者带来全方位的卓越体验。

杭州常青经济合作社市场联合体负责人陈国强也表达了对市场动态的关注:“我们时刻关注着市场的脉搏,商户们的每一次创新都牵动着我们的心。为了助力他们更好地成长,我们积极整合各方资源,提供全方位的支持与帮助。希望大家的共同努力下,杭海路四季青中国服装第一街逐步蜕变为一个更加开放、多元、创新的市场新天地。”

记者走访时发现,作为植根于街区的“老”市场之一的佳宝原创设计师基地,在延续和传承的基础上,通过一系列“微改精提”,包括精简档口、精致布局,引入霸王茶姬等,更好地迎合了年轻时尚潮流多元化、改善了批发市场消费新体验、提升了市场集群综合美誉度。佳宝原创设计师基地一度成为了杭海路上新式网红打卡点,还有探店博主前来搜寻时尚前沿动态。

有此变化的不止是佳宝原创设计师基地,还有意法服饰城、四季常青服装批发市场、杭派服装市场、四季青精品女装市场、中纺中心服装城等,为了进一步提升市场环境质量,更好迎合年轻商家时尚审美的需求,这些市场逐一进行了外立面装修和内部改造。焕然一新的外立面不仅提升了市场的整体形象气质,也成功吸引了更多年轻商家的目光。而内部改造则注重于消防安全的提升和空间布局的优化,为消费者营造了更安全、宽敞、舒适的购物空间。

筑巢引凤

政府、街区、市场优化营商环境

杭海路四季青中国服装第一街各大市场的相关负责人还着重强调了市场秩序的重要性:“一个规范有序的市场环境,是商户和消费者共同的心愿。我们将持续加强市场监管力度,为商户营造一个公平、透明的竞争氛围。”同时,市场方为鼓励原创原品,积极维护商家的服装版权,有效抑制仿版、套版的现象,保持商家的创新活力。

在推动市场变革的征途中,政府也不断在服务方式和政策措施上进行创新与优化。据了解,中国服装第一街所辖街道特别为商户打造了一个政务服务增值化平台,该平台不仅涵盖了会计、法律咨询、融资支持等基础性服务,更进一步为商户提供品牌建设、市场推广及专业技能提升等增值服务,成为商户们成长的坚强后盾。

通过建立综合性服务平台、提供定制化咨询服务以及一站式创业服务集成等措施,能够确保商户们更加高

效、便捷地获取所需信息与资源。如此一来,针对不同经营规模的商户,平台也会有针对性地推出不同的服务项目,助力商户在激烈的市场角逐中蓬勃发展、脱颖而出,从而进一步提升杭海路四季青中国服装第一街在国内的竞争实力。

另外值得一提的是,政府还积极推动智能化(软件)、AI新技术在实践层面的应用。高科技的引入正在成为提升商户经营效率和服务质量的关键因素。智能软件、智能物流等先进技术的应用,使得商户在产品设计、生产经营等各个环节都能实现精准把控和高效运作。

智能技术的赋能不仅让商户们的经营活动更加有效、便捷,能够更快速精准地洞察市场动态和满足消费者的需求,同时也为商户们减轻了经营压力,为他们在市场经营活动中赢得了更多竞争优势和更深远的影响力。

不确定中寻找确定

“原创”和“个性”是最新主题词

踏入意法服饰城,小陈的店铺即以其鲜明的时尚感给人留下深刻印象。他对自家产品的原创设计和卓越品质寄予厚望:“我们的服装融入了今年流行的新国风元素,许多款式都已经成为爆款,排单至少需要等待三个月。”

在繁荣的杭海路四季青中国服装第一街背后,一场商业变革的浪潮正在悄无声息地推进,而这一切无疑与商户的年龄层息息相关。记者从四季常青服装批发市场办公室主任钱国伟处了解到,新兴商户群体的“领袖”多为35岁以下的年轻人——他们大多是90后乃至95后,员工团队则以00后为主体。

而这群年轻的商业舵手们,凭借其旺盛的活力和创新精神,在政府、街区、市场的共同引导下,依靠独树一帜的经营理念与创新的市场策略,逐渐在激烈的角逐中崭露头角,引领着行业的全新风向,而几乎所有的市场都会锚定两个关键词:个性、原创——这便是这场变革的主题词。

在当下,消费者的品味在不断变化、提升,消费习惯也有所改变,政府和市场一直在引导年轻商户们找到属于自己的生意节奏,每个市场也都在寻找更准确、垂直的定位,从而圈定消费者,以期在不确定的市场中能带来生意的确定性。

今年3月,杭海路四季青商圈不少市场都参加了上海国家会展中心2024CHIC展,并将新国风的服饰文化带到国外。参加此次会展的意法服饰城相关负责人表示:“有很多国外的意向客户,也带回来不少订单,尤其

是新国风的服饰。”今年不少韩国设计师入驻杭州意法,而在从前,都是我们市场的设计师去韩国取经。这实际上也意味着,中国服装第一街已然迈向国际市场,能在韩国,甚至巴黎争得一席之地,这是从前不敢想象的。

佳宝集团总经理王佳慧则表示,今年“佳宝”引入深圳等地的原创设计师品牌,着重向原创、品质服装发力。佳宝原创设计师基地内单独两层空间供给原创设计师设立工作室,为的就是鼓励更多原创设计师能够入驻市场。针对创业资金不足的原创设计师,佳宝市场还与汉帛公司合作,为他们提供场地展陈,对接上游供应商,以此形成对其他市场服装个性上的差异化。

与一批市场相比,二批市场则更注重多元化的运营策略,关注自身优势、产品搭配、视觉陈列、装修氛围甚至细化到销售培训方案等。以四季青精品女装市场为代表的二批市场,汇聚了来自众多外贸广货、东大门、本地市场等多地的多元化产品。同时,这些市场还通过优化供应链、增加网络社交媒体的露出等方式来降低流量成本和运营成本,这样既放大了自身优势也占据了市场份额。

杭海路四季青商圈的变革不仅为消费者提供了更加多元和个性化的选择,也为整个服装产业注入了新的活力和动力,衍生出更丰富的业态和商业模式。在年轻商户的引领下,杭海路四季青商圈正朝着更加时尚、品质、个性化、国际化的方向发展,也正是这种始终走在浪潮尖端的精神,引领中国服装第一街,“繁荣如斯,始终常青”。