

扩大店铺面积,升级硬件设施、进驻餐饮 从收租者向服务者转型 广州

过去脏乱差的“格子铺”不见了,取而代之的是数百平方米的大店,堪比购物中心品牌专卖店铺的高端装修;面包、咖啡、奶茶等餐饮业态进驻,买手 Maymay 对记者说,自己仿佛不是来拿货的,而是来逛街的;“宝宝们,来我转个圈给你们看,这条裙子真的好仙!”拿着手机、三脚架“就地”直播的网红主播正在落力卖货,一个个网红打卡场景堪比专业直播间……

近日,新快报记者走访发现,通过市场中扩大店铺面积、提升硬件设施、进驻餐饮业态、建立共创空间、引入网红直播等方式,当前广州市多个服装专业市场,纷纷成为改造提升行动样本,逐步地由传统“收租者”的角色,向产业综合“服务者”转变。

■新快报记者 陆妍思 实习生 陈诗泳 文/图



■尚未升级改造的广州壹马服装广场。



■过去脏乱差的“格子铺”不见了,取而代之的是数百平方米的大店。



■广州壹马服装广场今年初启动“经营环境时尚化”升级改造。

案例 1

壹马服装广场

●大招:重塑空间

店铺数量缩减 2/3 打造精品大店

“场内都是一间间拥挤的格子铺,货物都占着通道,空气不流通,以前经过这里都要快步走。”白领刘小姐在流花商圈上班,每天都经过直通在广州壹马服装广场(下称“壹马广场”)的地铁通道。她说疫情后复工的第一天,以为自己走错了路,进了哪家购物中心,“短短几个月,壹马的变化真的太大了!”

2007年落成开业的壹马广场,一度是广州传统服装批发市场小而杂乱的“缩影”。壹马广场经营部负责人李君亮告诉新快报记者,今年初,壹马广场将“经营环境时尚化”提上日程,把一、二楼原有的500多个小档口缩减成约200

个,场内的通道也从2米拓宽为3米,并“牺牲”了部分铺位的面积设置了9个网红“打卡点”,吸引网红直播。

新快报记者在壹马广场一楼看到,刘小姐口中的格子铺不见了,部分主力店铺的面积更达到数百平方米,其中一家名为“VIVITIAN”的品牌店铺位于临街最显眼位置,共有上下两层,店内总面积达600平方米,其品牌主理人田宇峰对记者说,他们其实早在2018年就进驻壹马广场,当时市场还没启动改造,为了避免顾客要绕到内场影响体验,所以还安装了市场内唯一一台店内升降电梯。“店铺开业时,

在整个流花商圈引起不小回响,在坪效为王的年代,大家都很难理解,但短短一年多,所有人的观念都扭转了。”田宇峰笑说。

与传统批发市场“10件起批”“一手起批”不一样,壹马广场转型后注入了更多“零批”的基因,不少门店都贴出了“一件代发”“欢迎直播”的宣传单,吸引了大量网红主播以此为基地。记者现场看到,其中一家门店竟同时聚集了超过10位网红主播在直播。李君亮说,这些直播都要提前与店家预约,而且分批进入,每天都能带货数千甚至上万件。

今年初开业的 abra mino 也享受到

了市场改造带来的红利。店主曹克告诉记者,新店两层面积达到450平方米,比位于十三行、面积仅20多平方米的老店大多了,“之前在老店做批发,很难腾出空间做产品展示。新店开业后,主要承担服装展示、洽谈、直播等功能,目前线上线下投入比重达到了5:5。”

李君亮说,除了变大店外,壹马还引入了面包店、咖啡厅、奶茶店等餐饮业态。“现在买手都是90后,以前老旧批发市场的形态已经无法适应当前消费者的需求,空间改造提升、场景的多样化,都是为了增强终端消费者的体验感和社交。”

案例 2

ARAapM 服装城

●大招:铸造品牌

“流量担当”致力孵化本土原创设计

国内年轻消费者最喜欢的韩风潮流服饰,清新时尚的INS风格装修,甚至场内摩登的银色金属球大型主题装置……初次进入ARAapM的消费者很难想象这里是一个批发市场,倒更像是一家巨无霸购物中心。建筑面积达28万平方米的ARAapM是广州世贸服装城的转型升级项目,特意邀请韩国东大门APM团队参与策划与运营,其定位打造是“华南地区最具时尚体验特点的时装批发城之一”。

挟着“广州东大门”的名号,ARAapM在网络上迅速走红,如今已成为流花商圈的“流量担当”。“说ARAapM是‘广州东大门’实在屈才了,这里大气宽敞,比韩国东大门的批发城高档多了。重要的是,很多本土品牌的设计及原料都比东大门有过之而无不及,价格也更加亲民。”一位每月都飞到韩国东大门“扫货”的代购在社交平台上发帖如此描述ARAapM,收到了上千个点赞及跟帖,网上还可以找到不少ARAapM的“扫货攻略”呢!

“确实没想到能在网上火起来。”

ARAapM负责人、广州市亚腾商业管理有限公司总裁彭皓透露,不少消费者会专程搭飞机来广州,只为了在ARAapM购买几件衣服。

广州专业市场曾走出了凯撒、哥弟、歌莉娅等知名品牌,对于市场改造提升,除了更利于卖货收租外,彭皓无疑有更大的愿景。他邀请记者到场内一间名为“JUNJUN”的两层独立品牌门店参观。与传统批发市场店铺的挤迫不一样,这里的布局显得相当宽松,原创设计服装有序地错落陈列,店内还放置了沙发、插花及供客人翻阅的杂志等,整体高级感十足。“这家店的老板是一位年轻的创业者,从一开始就立志要打造自己的品牌,这里的门店装修对标的已不是批发市场,而是购物中心的高端品牌专卖店。”彭皓透露,如今正和一些商场进行洽谈,希望能将市场中孵化的优质品牌直接引入商场,让更多消费者们能体验来自广州的高品质原创设计服装,“我相信在不久的将来,我们也有能力孵化出如LV般的国际大牌。”他踌躇满志地说。



■ARAapM服装城的场内摩登的装修及装置令顾客犹如置身购物中心。