



昨日的城隍庙,今日的华南城

老城隍庙集体搬迁,华南城重塑繁华的批发市场

7月5日,一群150多人的考察团来到合肥华南城项目现场参观。他们不但全部办理华南城二期皮革服装城的VIP卡,甚至还提出提前预定商铺的要求。

这群迫切需要搬迁的商户来自老城隍庙。自今年5月份正式改造动工以来,经营28年的城隍庙市场偃旗改灶。一直风雨兼程伴随城隍庙发展的老商户尽管再多不舍,也不得不另寻栖所,分散各地。老市场的峥嵘暂且告一段落,老市场的经营户却不能停歇,年轻者的迁徙必定是以“安稳”为首要目的,一直立志打造“百年企业”、铸就“四代辉煌”的合肥华南城成了这群迁徙人流的首选。

城隍庙打响突围战 商户表态:集体搬迁至华南城

正所谓“不破不立”,在连续两年的猜测和等待后,城隍庙改造大戏终于如期登场。早在2012年,就已经传言合肥城隍庙要拆迁改造,这场大戏蓄意已久,却一直未得实施。原因有两点:一是改造方案需要不断完善,二是老经营户搬迁去处的确定。

城隍庙改造升级是市场发展的必然趋势。

自1986年1月15日开业始,合肥城隍庙市场虽然铸就过辉煌,但是伴随城市中心的快速发展,城隍庙市场交通滞后、停车场匮乏、仓储物流运输成本过高等众多问题逐渐凸显……种种存在的问题,已经跟不上城隍庙市场发展的需求和商户扩大经营的需求。

可以说,城隍庙市场转型升级,迫在眉睫。但是大改之后,原来习惯在城隍庙扎根的经营户要去哪里?

很多商户通过朋友介绍、政府推介等多重渠道了解到华南城,结果就在老城隍庙商户中存在着默契:“集体搬迁至华南城继续经营。”

“城隍庙改造之后,我们有的搬到馥邦广场,有的搬到安徽大市场,但这都是权宜之计,老市场都免不了还要整改、搬迁的命运。华南城既然有这么大的体量,也有心经营市场,我们商量着集体搬到华南城,原封还原老城隍庙的邻里情感和市场繁华。”在城隍庙经营服装生意已有18年时间的老王,是此次参观华南城的商户群体一员。他告诉笔者,他早就申请办理了华南城VIP卡,唯一担心的是抢不到铺位。

市场外迁首选华南城 多功能平台内再续邻里情

合肥传统专业批发市场正在寻找新的发展空间,一场大规模的自发式外迁大潮正在酝酿,合肥华南城能在这场大规模外迁中扮演什么角色?

合肥商界人士表示:“华南城的主要特色就是大,大到可以揽括全城乃至全省的老市场业态。其次是整合,整合当地政府资源,整合各个商会资源,这样的整合实力一般市场不可匹及,这也是华南城独一无二的魅力体现。”经过1年的沉淀和累积,市场对于华南城的认知早已脱离了最初“大”的印象,人们对华南城认可源于华南城一年以来的动作和努力。

资料显示,合肥华南城一期市场80万方近8000套铺源开盘四天全部售罄,在过去一年时间内,华南城修建道路、协调公交、打造专线,启动仓储物流、精品住宅、美食街等多重配套。另外,华南城与腾讯合作,升级发展电子商务平台,打造线上、线下一体化的现代经营模式;华南城收购好百年家居,打造每一座华南城都有一个国际化家居广场经营格局。合肥华南城快马加鞭,为了保障一期市场快速成市,积极促成华南城网合肥分

公司、华盛奥特莱斯合肥分公司、第一亚太合肥分公司、乾龙物流合肥分公司落地成立,服务商户。

笔者了解到,截至目前,合肥华南城已经成功承接合肥漕冲糖酒批发市场、合肥长江批发市场、安徽大市场、城隍庙市场等近万组商户自发、低价的外迁需求。

此前,滨湖服装商会会长蔡光文接受笔者采访时曾表示:“传统市场模式已落伍,只有像华南城这样具有新型理念的市场才能帮助我们打破服装行业的发展瓶颈,我十分看好华南城前景。”蔡光文认为,华南城打造的商业圈是合肥的南大门,华南城将在未来承载很大的责任。

将一个市场整体搬迁到另一个市场,除了硬件齐全、服务周到、生意扩大之外,周边的邻居、人文、客群都随之搬迁,等于重塑原来市场,既实现了经营环境的升级,又满足了人们的怀旧情怀。老王笑说:“我们做服装行业有十几年,行业内的商户都十分熟悉,要是突然换到一个陌生的环境,还真是不太适应。大家整体搬到华南城经营,也就解决了这个问题,希望能和老朋友们在华南城内再续邻里情。”

“去购物”还是“去消费”?

——中侨·合肥映巷,引领合肥迈入体验化商业时代!

城,以盛名也,市,买卖之所也。商业,是对一座城市或是一个城市群存在方式的描述,但归根结底,商业的发展,依赖于人们需求。

从“购物”需求到“消费”需求,从集市到步行街;从国营百货大楼,到遍地开花的大型城市综合体;从单纯的购物动机,到购物、餐饮、休闲、娱乐等复合需求的满足;从三孝口、到三里庵,再到黄潜望——在历经几十年城市商业进化后,现阶段的合肥,还差什么?

极速成长的合肥 带来一场城市化脚步下的商业革命

城市化初期,一座城市的消费以生活需求为主导,商业形态特征以集贸市场为主;随着城市日趋成熟,其商业消费将以购物需求为主导,商业形态以超市、百货商场、专卖店、精品店等为主;而当城市化水平在70%以上时,超越商业范畴的广义商业将开始涌现。

近几年来,合肥GDP总量、固定资产投资增速、人均可支配收入、社会消费品零售等宏观经济指标增幅,都位居全国生活城市第一位。伴随而来的国民生活水平日益飞升,让城市商业格局,随着一代又一代新生的人口需求而变动。

和所有正在经历或曾经经历过城市化率与GDP飞速提升的城市一样,合肥的商业历程,充满了日新月异的变化……

回首数十年城市变迁 合肥未来商业格局向何方?

第一代商业体:城隍庙

提到城隍庙当年的辉煌,那一辈的合肥人,仍然分外亲切。1986年1月,城隍庙市场在安徽省人民政府规划下建立开业,牛仔裤、丝袜、西服……熙来攘往的街市,成为合肥小商品集散中心,前所未有地满足了人们衣食住行的需求。城隍庙市场,成为合肥初代商业模式代表。

第二代商业体:百大乐普生

1995年,安徽商之都有限责任公司正式成立,同年12月,乐普生商厦正式开业;1996年,合肥百货大楼集团成立,



12月,长江百货大楼改制成股份合作制,同月,鼓楼商厦开业,这标志着合肥商业迈入百货时代,八角柜台见证了城市人从温饱消费到物质欲望的转变。

第三代商业体:淮河路步行街

正如北京王府井、成都春熙路,每座城市的中心地带,都会有这样一条商业步行街,上世纪90年代末期,作为合肥旧城改造的点睛之笔,淮河路步行街二度接受政府改造,此后逐渐形成以吃、喝、玩、乐、购多位一体的商业步行街,时至今日,淮河路步行街依然繁华、人流如织,而功能定位与环境设施都已明显落后于时代。

第四代商业体:包河万达

时间不曾停止它车轮般行进的脚步,2010年,合肥首家万达广场开业,同期,金鹰商贸收购安徽瑞景商业公司、银泰百货收购合肥华侨广场,多家商业综合体项目正式立项。商业地产由此进入了发展的高速路,合肥进入SHOPPING MALL时代。

第五代商业体:合肥亟须迈入5.0商业时代

都市节奏下的合肥人,已经不再满足于封闭、同质化、快餐式、物质式的“盒子型”商业体,比起“购物”,现代人更愿意用“消费”来诠释日常的支出行为,合肥亟须迈入5.0商业时代,而全新的合肥,必将更强调个性、互动与天然享受。

城市首例国际轻奢商业体验街区——中侨·合肥映巷应运而生

合肥映巷,位于潜山路与休宁路交口,政务新区市府旁核心地带。以双首层开放式街区,带来一种合肥前所未有的商业体验。它深谙城市人的享受之道,并将以城市人文为背景、以景区式为特色、以优雅的闲、轻奢的质为情调,鼎筑一处合肥格调生活元素聚集地,集合涵盖咖啡店、酒吧、创意餐吧、映巷剧场在内,时下最流行的轻奢品牌和创意新店,打造城市休闲消费名片,引领合肥,迈入城市商业5.0时代!

现合肥映巷10~40㎡金铺,全城寻找“合伙人”!更多信息,请于潜山路和休宁路交口——福朋酒店大堂现场咨询!

奔腾

2014年合肥楼市年中报

