



阿丽穿上刚到的衣服拍照,然后发给客户,供客户挑选。阿丽开了一家韩款服装店,既是老板也是导购,还常客串一把模特。

冻口的“新零售”

文/片 本报记者 张中

12月30日,元旦假期第一天,济南泺口服装城内热闹非凡,撕胶带捆扎包裹的声音不绝于耳,各个档口老板忙着接待顾客,都没工夫吃午饭。

到了午后2点,守着自己的韩款服装店,老板阿丽终于歇了口气,赶紧坐下来补上中午这顿饭。这样的“补饭”在泺口服装城业户中是再平常不过的事情了。

泺口服装市场是山东十大批发市场之一,也是受电商影响最大的服装业批发市场。这些年随着网购兴起,服装价格愈发透明,服装零售实体店受到冲击,上游的批发业生意也受到了一定影响。

不过服装城业主们普遍反映,今年的网络促销似乎对他们的冲击远没有前几年大,而且借电商营销,他们也火了一把。随着网购成为常态,实体店的作用被重新认识,业户似乎看到了苦尽甘来的曙光。

泗水来的冯先生,从当初两三平米的摊位做起,经营服装已经十几年,

如今为了应对电商的冲击,在泺天服装商城里租了80平米左右的店铺,做品牌。他说挣的钱和早先差不多,房租却贵了不少,到手的钱实际比之前要少很多。

一位生意十分火爆的浙江台州女老板说:“都说自己的实体店在电商冲击下不行了,其实不是实体店不行了,是‘你的’实体店不行了。做商业离不开竞争,电商模式的出现就是市场环境的改变,只有适应才能挣钱,并不是说电商都能挣钱,实体店都不挣钱。”

记者了解到,随着商业生态的改变,商场经营户经营模式也发生了改变,设计师品牌店和品牌集合店应运而生,而且之前不被重视的零售,也成为带来人气的重要途径。在品牌云集的泺天服装商城里,主打快时尚女装的张梅讲,她一直在北京经营服装生意,8年前,为了孩子上学回到济南,三年前开起了这家品牌集合店,经营五六种品牌的服装鞋帽,品牌混搭的效果深受批发和零售顾客的喜爱。



为了不耽误生意,店员都是在店内凑合吃点午饭。



在市场上的经营业户绝大多数没有“触电”,坚持着自己的传统老路。



上午十一点和下午四点后是批发商给客户打包和发货最忙的时段。这个包裹和人等高,销售员只好坐在包裹上靠身体的重量才能给包裹封口。