

商海弄潮扬风帆

改革开放搅动商业一池春水

来自市商务局的相关资料显示,新中国成立初期至上世纪70年代末,郑州集中力量进行工业化建设,对服务业投入较少,导致服务业发展缓慢。改革开放一声春雷响彻中原大地,搅动了郑州服务业发展一池春水。

郑州建设商贸城的思路,正是产生于改革开放的初期。1984年,党的十二届三中全会提出改革由农村向城市之后,全国各大城市都在研究制定各自的发展路径。郑州市委、市政府提出“对郑州要再认识”。1985年4月,在“发挥省会城市服务功能作用研讨会”上,第一次提出了“依靠交通、搞活流通,大力发展第三产业,把郑州建设成为立足中原、面向全国的贸易中心”。

1984年以后,由于社会主义市场经济体系逐步建立,全市各类商业网点猛增。先后建成商业大厦、华联商厦、商城大厦、中州商场、振兴商场、亚细亚商场、人民商场等规模较大的零售商业设施,以及广州大酒店、天河大厦、大同宾馆、格林兰大酒店、杜康大酒店等一批标准较高的服务设施。一大批中小型商业店铺网点也进行了改造或重建。市区逐渐形成了二七广场、火车站广场、花园路市场、碧沙岗市场等几处发展较快的商业区,市中心基本形成行业配套、设施完备、品种齐全、水准较高的商业群体和购物中心。

伴随商贸城建设大幕隆隆开启,郑州亚细亚商场点燃的郑州商战硝烟,定格为中国商业历史上一段精彩的传奇。时至今日,“中原之行哪里去,郑州亚细亚”的经典广告语,依然留在老郑州人的记忆深处。

1990年10月,作为国务院批准的首家期货试点单位,郑州商品交易所成立。1998年8月,被国务院确定为全国三家期货交易所之一,“郑州价格”成为全国粮食交易的指导价。

据统计,1990年,郑州市区共有各类商业批发企业1871个,各类商业零售企业34768个,已形成批发、零售、储运、加工、租赁等30多个自然行业。

据市商务部门统计,“九五”期间,郑州商品流通规模逐年扩大,商品市场和各类服务设施建设迅速发展,先后建成一批具有较大规模和较高标准的大型批发零售商业设施。其中,郑州商业大厦、华联商厦、商城大厦、紫荆山百货大楼、郑州市百货大楼、金博大购物中心、丹尼斯百货、正道花园商厦、北京华联、友谊商业(集团)公司等大型商场年销售额均超亿元。

跨越发展成就商业黄金时代

进入新世纪的第一个十年,泰国正大集团、麦德龙、家乐福、沃尔玛、大商、北京华联等国内外商业巨头纷纷来郑跑马圈地,郑州商业迎来又一个黄金发展期。

2002年,国内大型商业企业——北京华联、世纪联华进驻二七商圈,点燃起二次商战的熊熊烈焰。郑州商业敞开胸襟,热情拥抱商业大鳄纷至沓来。伴随泰国正大集团、麦德龙、家乐福、沃尔玛等一批国外连锁商业巨头在郑安营扎寨,郑州商业迎来大洗牌时代。一边是金博大、丹尼斯“两朵金花”激烈竞争,一边是外来连锁集团纷纷抢滩,大力度的营销活动“你方唱罢我登场”,不断升级的商业业态为市民带来全新的购物体验。

2005年,国美、永乐、五星、苏宁等国内四大家电连锁企业齐聚绿城,倒逼大型零售商场及批发市场退出家电经营历史舞台。

2006年,大商集团入郑,以4.21亿元的“天价”拿下本土商业品牌“金博大”的经营权,创造出“资本为王”的经典案例。

风云际会,商海弄潮。统计数字显示:2009年,郑州社会消费品零售总额达1435亿元,是2000年的3.76倍。截至2009年底,郑州年交易额超亿元批发市场达35家,超10亿元的达15家。郑州已成为我国中西部地区重要的服装、汽车、农产品、建材、农资、钢材等批零集散中心。

改革
开放

每个城市都有自己的灵魂,对于商都郑州来说,“商”就是这座城市的气质和底色。

郑州因商战闻名全国,因优越的交通区位优势形成了独特的商物流产业优势。改革开放40年来,伴随每一次变革创新和产业转型升级,商业,始终与这座城市紧密相连,历经风雨见彩虹,散发出璀璨的光芒。



各大商圈产业兴



百年德化焕新姿



生鲜市场购销旺

转型升级推动郑州商业嬗变

伴随互联网经济兴起,电子商务风起云涌,网购飞进寻常百姓家。在新科技引领下,商战模式演变为一场没有硝烟的战争——各大实体商场、超市纷纷推出线上线下融合模式,在网络经济“蓝海”泛舟。

初冬时节,市民王婷坐在家中轻点手机上的“京东到家”APP下单买菜,40分钟后,来自“世纪联华”超市的新鲜蔬菜已经送到了她的手中。通过“口碑”“饿了么”等在线生活服务平台,市民“宅”在家中就吃上了餐饮“外卖”。打开手机,不少市民关注了“丹尼斯”“国贸360”等商场的微信公众号,最新营销活动一目了然。

从传统店面经营到线上线下融为一体,郑州商业不断转型升级,为百姓消费带来全新体验。在刚刚过去的“双12”,郑州市民到店消费热度名列全国第15,手机单点热度持续高涨。

在线上消费火爆的同时,日益升温的体验经济也拉动大型商场销售回暖。2018年11月18日,总体量达40万平方米、商业面积达20多万平方米的大型购物中心——正弘城在郑州北部初次亮相,就吸引来滚滚客流,为郑州商业转型升级再添新引擎。位于郑东新区的郑州熙地港购物中心增加了餐饮、娱乐等业态经营面积,成为市民周末休闲好去处。

市商务局副局长林继民分析,目前,郑州已形成具有一定影响力与辐射力的商圈约10个,其分布格局由“一中心”转向“多中心”,新的城市商圈格局初步形成。其中,中心商圈有二七商圈;东部商圈有郑东新区CBD商圈、曼哈顿商圈;南部商圈有火车站商圈、二七万达商圈;西部商圈有碧沙岗商圈;中原万达商圈、王府井商圈;北部商圈有紫荆山商圈、花园路商圈。各大商圈的兴起,不但有力促进了消费,拉动了内需,也带动了区域经济发展,成为城市发展新名片。2017年,全市社会消费品零售总额首次突破4000亿元大关,成功列入中国城市商业魅力排行榜“新一线”城市。

聚焦重点商圈升级改造,全市着力打造集购物、旅游、文化、会展、餐饮、商务、娱乐等为一体的综合性城市多维空间,积极推动商业业态转型升级,引导大型购物中心、新型市场集聚区增加体验型、服务型新业态,建设电子商务平台,实现商、旅、文、娱、体融合发展。

放眼未来,市商务局、市市场发展局将更加注重电子商务对商业业态的重构与创新,鼓励企业建设网上商城、商业街及批发交易市场,同时合理布局大型商业设施与社区商业,实现商业功能集合构建,全力打造“15分钟便民生活圈”。

本报记者 成燕文 丁友明 图

四十年
家
国

致敬改革开放40周年特刊

家

国

相

依

40

1978—2018

郑州日报

C05

2018年12月18日 星期二
责编 向新 马芳波 校对 赫天碧