探寻十堰服装销售市场的发展演变

服装是一种记忆，也是一幅穿在身上的历史画卷。活色生香的服装是一个社会、一个国家乃至一个时代最为鲜活生动的形象记录。当然，服装销售市场的发展变化也是一个时代经济发展的缩影。今天，当我们再次审视那段逝去的岁月，会惊奇地发现：十堰40余年的服装销售市场变革史，无不折射出十堰商业经济飞速发展的历史演变。

40余年来，十堰服装销售市场的变化有目共睹。如果把这一变化过程做一个形象的描述，可概括为“地摊式”，“大棚式”和“商城式”3个阶段。

第一阶段是20世纪80年代末至90年代初，属于基础发展期。和全国的情况一样，这一阶段，由于商品短缺，流通渠道单一，消费者购买服装基本上是到国营商业和供销合作社购买，还有一些地摊式的小商品市场及农贸市场。随着经济发展，服装专业市场开始萌芽，并呈现地摊式服装专业市场的初级形态，但是尚未形成规模性的服装销售商圈。

第二阶段是20世纪90年代中后期，属于升级发展期。这一阶段，一方面商品种类开始丰富，另一方面，十堰作为一座因车而建，因车而兴的城市，这一时期，随着社会对汽车和汽配需求的增加，十堰南来北往的商人渐渐增多，这刺激了十堰商业的迅速发展，使得酒店、宾馆等各种商业配套开始大量的产生，并发展、繁荣。作为与经济发展紧密相连的服装销售市场开始了第一阶段的升级，并发挥主导性作用。主要表现为由路边的地摊式转为进入大棚式经营，由大棚式经营转向大厦式经营，将服装小个体经营集中起来，由政府统一规划引导。这一阶段，十堰的服装销售市场开始渐趋规模化，五堰逐步形成服装买卖中心。

第三阶段是90年代中期以后，随着生活水平的提高，人们越来越注重外表的打扮，因而服装销售市场步入加速发展期。各种服装店应运而生，五堰步行街各种服装品牌店林立就是一个典型的代表。进入到2000年以后，随着服装行业的不断发展、新型营销渠道的不断渗透、品牌意识的觉醒，“商城式”服装销售市场纷纷出现。人民商场服装超市、中商百货等“商城式”服装销售市场带给市民全所未有的购物体验。

时至今日，十堰的服装销售市场已经走过了40年的发展历程，从马路到大棚、从摊位到商厦，经过了转型提升、整合创新的历程。现在又在十堰人民商场、中商百货、五商时尚百货等“纯商铺式商务空间”的共同引领下，跨入到品牌展贸运营的崭新阶段。

毛叙