

重组优势 形成特色联合体

百姓广场是展贸平台,商会是优势资源,动漫品牌是核心能力,这种三位一体的战略联盟产生的聚合效应,将共同演绎创新机制的市场神奇。

没有真正意义的最佳平台,就谈不上市场竞争力;不完善产业链,就没有市场谈判力;不聚合创造性团队,企业将无从发展。为使中原百姓生活广场迅速跻身中国小商品批发市场的前三甲,相关负责人亲自主持制定了“先战略优化、后战略转型”的创优计划。

计划指出,战略应变的重点是聚合优势资源,业务重组的关键是整合核心优势,百姓广场是展贸平台,温州商会是优势资源,动漫品牌是核心能力,这种三位一体的战略联盟产生的聚合效应,将共同演绎创新机制的市场神奇。

郑州小樱桃是优良的动漫产品提供商,在全国范围内拥有多家控股和参股企业,通过旗下五大业务主线:即漫画、动画、书刊、饮料、糖果、文具、提供包括动漫内容、日用消费品等在内的一系列服务,这是郑州小樱桃独有的优势所在。

而中原百姓生活广场自身的优势同样显而易见:一在地理位置方面,该项目位居河南经济发展核心地带,毗邻连霍高速、郑少洛高速、郑石高速,紧依城区多条主干道,货运四通八达。二是基础设

施现代,项目作为全新规划的新型批发市场,市场的相关配套设施完善,四十亩生活广场,六十亩景观绿化,十大分区、十六个类别、数万种商品。三是经营规模优势,项目经营面积达30万平方米,是目前省会城市和二线城市中在市区内规模最大的以小商品为主的综合批发市场。四是行业资源优势,与商会结成战略联盟,构建以流通领域为主,以民营经济推动,以带有总部色彩“分部经济”的总部大楼,促进中原小商品特色工业园的建设,从中转地批发市场转变为中转与产地相融合的批发市场。五是区域共赢优势,项目的建设能进一步扩大和完善区域的规模和功能,成为区域行业增长的有力支撑点。在促进业态升级的同时,将增强与各商会的紧密合作,实施名牌市场带动战略,融合展示、贸易、物流、信息等功能,打造特色的小商品批发经济城。

眼下,郑州城市群的区域竞争优势和中原百姓生活广场项目的联动作用已引起各界关注,而商会经济和动漫产业的跨越式发展,将使中原百姓生活广场在创新和可执行的基础上迅速启动,发挥三方的资源整合和市场运作优势。

未战先算 构建三位一体的共赢机制

以中原百姓生活广场为载体,以商会经济为纽带,以动漫创意为品牌,形成市场硬件与核心软件的一体化整合,发挥特长,相互配套,产学研科工贸一体,实现市场跨越。

在市场战略方面,侯世安思路清晰,娓娓道来。

【三位一体推动,创新发展模式】:以温州模式的内生动力,实施项目经营“要素”和“温资”驱动为特色的战略合作制;以创意产业的落地经营,实施项目软件“要素”和“动漫”产业链外延的紧密合作制;以百姓广场的展贸功能,实施项目硬件“要素”和产供销一体的市场优势。以市场链、产业链、价值链的联动机制,共同打造批发市场、总部大楼、特色园区三位一体的经济城。

【突出阶段特色,科学严谨启动】:以“批发市场启动”为重点,以各种主题活动,促销活动,高峰论坛等活动策略,配合项目启动,实施商会经济、动漫品牌带动战略,提升百姓生活广场的市场竞争力,突出即期,兼顾未来,错位发展,迅速演进。

【构建总部大楼,助力批发市场】:以“构建动漫企业总部”为重点,引入一些相关行业、相关品牌的实力厂商入驻,以带有总部色彩的分部经济,带动上下游配套企业和批发市场形成互动的市场链。

【筹建特色园区,促进业态转变】:以筹建“中国小商品特色工业园”为重点,以中原百姓生活广场为贸易窗口,展示窗口,引进内资强大的浙江市场体系,利用南三环区域和郑州城市群区域的开发优势,使特色工业园成为“前瞻性”产品的资源共享平台,产地生产加工平台,配合中原百姓生活广场由单纯的中转站批发市场向中转站与产地相结合的批发类型转变。

提振市场 大招商得时而动

从展贸到生产,从硬件到软件,从产品到品牌,从外围到核心,构建小商品产供销的完整产业链,在未来三年内达到100亿产业规模,力争跻身中国小商品批发市场前三强。

中国河南国家动漫产业发展基地揭牌,并落户由市场体系、总部大楼、特色园区“三态合一”的中原百姓生活广场,成为推动产业链营销的加速器,为其大市场营销组合创造了新契机,更增添了领创中国小商品卓越品牌的经营含金量和市场震撼力。

“中国传统文化中的‘花木兰’让美国迪斯尼创造了一个世界性的商业传奇,既然豫剧《花木兰》早已成为中国戏剧经典,我们为什么不能推演一个中国的市场奇迹。中原文化传承中华精神,五千年的文化积淀,为动漫衍生产品提供了取之不尽的资源。”相关负责人激动地说,“动漫基地揭牌,是河南产业融合的一个重大突破,提振百姓广场恰逢其时,在商铺销售渐入佳境之时,玩具、工艺品、旅游产品等业态的招商启动要进行大提速,这是一个机遇,实施品牌战略,为动漫创意牵线搭桥,为专家协销提供潜力商户,促进各方要素的快速衔接,形成合力,时不我待。”

中原百姓生活广场充分研究中国小商品的市场发展趋势,在颠覆并突破传统运作模式后,找到了一条适

合自己的商业模式:以动漫衍生产品为突破口,构建小商品上下游环环相扣的完整市场链,使经营商户和目标客户获得更具经营力和价值力的优质商品,创造出足以和美国米老鼠、日本加菲猫等卡通明星相媲美的市场品牌、厂牌品牌和经营品牌。

在专访过程中,相关负责人还透露了近期为促进产业联动推出的营销组合计划,比如将建立动漫衍生产品支持中心,举办动漫品牌延伸高峰论坛,建立动漫衍生产品经营特区,也制定相应的优惠政策,为相关业态迅速入驻创造条件。

“中原百姓生活广场的发展蓝图已经制定并在抓紧实施中,持续推动市场升级,重视培育核心能力,加快产业基地建设,从展贸到生产,从硬件到软件,从产品到品牌,从外围到核心,构建小商品产供销的完整产业链,在未来三年内达到100亿产业规模,力争跻身中国小商品批发市场前三强。”相关负责人肯定地说。

王亚平

中原百姓生活广场：市场魔杖推演动漫传奇

河南国家动漫产业发展基地揭牌

昨天上午,河南国家动漫产业发展基地举行揭牌仪式,它标志着郑州成为国家发展动漫产业的重点布局城市,而催生这一进程的,是中原百姓生活广场与小樱桃动漫的携手共创。两个完全不同的产业牵手,业界称此举为“剑走偏锋”。

二者牵手意欲何为?为此笔者采访了郑州鸿盛商贸有限公司相关负责人。

突破模式 拓展延长产业链

从某种意义上说,没有小商品这个基础,动漫品牌和动漫形象在衍生产品的开发上就没有用武之地;没有动漫品牌和动漫形象,传统小商品就会缺乏创新活力,无法得到持续稳定的发展。

今年6月初,小樱桃动漫城项目受到郑州媒体的关注并在网上传播。

但是,这个令人满怀期待的项目曾一度面临困局,“樱桃好吃树难栽,不突破模式就不能发展。动漫产业创新加快、竞争加剧、变化加速,只有顺应变化,求是创新,才能生存、发展。”相关负责人说出其中根本,动漫产业举步维艰的历程,反映了要在创新和发展中打破模式、寻求突破的严峻现实。

据有关部门的调查数据显示:中国动漫市场的价值具有1000亿空间,未来三五年将是动漫产业发展的黄金时期。从2005年开始,动漫产业基地如雨后春笋,但仔细分析,每一家动漫产业基地都基本属于同一模式,同一理念,连“动漫之城”、“动漫之都”的经营定位也如出一辙,同质化现象严重。

一边是“创意产业”孤芳自赏,一边是“徘徊市场”欲入无门。破题之路究竟应该怎样?“延展动漫产业链条,将动漫产业与相关产业联动,政策予以引导,提升理念,融入市场才最为科学。”相关负责人说,“百姓生活广场的小商品与动漫品牌的小樱桃联姻,看似突兀,实际上早该如此。”

动漫产业不仅是漫画、影视、音像为传播载体的产品概念,它还包括以动漫形象为核心开发的衍生产品,这些衍生产品全面触及百姓生活广场由八大业态组成的小商品。动漫产业的发展是一个延展性的发展,以开发衍生产品来获利是动漫产业价值链的终端,也是动漫产业中利润最大、操作空间最广的一个环节。

杭州的动漫原创中心,正是通过义乌小商品输向世界并体现自己的品牌价值;河南的国家动漫发展基地,则通过百姓广场的小商品渠道输向中国并凸现合作双赢的市场价值,二者有异曲同工之妙。

在谈到动漫衍生产品和小商品的结合点时,项目负责人表示,许多小商品的创新都是利用了动漫品牌和动漫形象,比如在玩具、文具、日常用品、童装童鞋等产品上,利用动漫创意元素的比例不低于80%。而动漫衍生产品的开发,又是以小商品为基础,利用动漫形象和动漫品牌,在传统小商品的基础上进行改进和创新。

玩具、服饰、饰品、日用品都可能成为动漫衍生产品,义乌的小商品市场,台州的塑胶市场,宁波和杭州的服饰、温州的日用品,浙江区域经济的各个行业,都从这个以小博大的市场上获得了不能预估的丰厚收益。