



商道 启示

策划:刘 扬 顾梦书
胡 黎 俞 菊
撰稿:顾梦书
视觉:谭初岸工作室

2007年1月23日,王加明送我一本书,书名叫《义乌市之路》。据说,王加明看了16遍,而他的团队,每个人至少要看3遍。

一本发人深思的教案

中国的商业地产,注定是一个是非不断争议不断的领域。从世纪之初到今天,不乏英雄,但同样也难以避免失败的纠葛。

曹安国际商城明天即将开业,也许,未来之路将无法准确判断,但至少一点,曹安国际商城已经开启了成功之门。无论从它的传播度、美誉度。

但作为一个商业地产,作为一个营商平台,曹安国际商城有太多的启示可供借鉴与思考。



先商业再地产

中国的商业地产,几乎绝大多数是基于地产之上的商业,有更多的项目更是先把房子盖好,再套一个商业品牌,其目的是把房子给买出去,把投资套现。但两三年之后,所有的问题全部暴露,商业难以为继,纠纷四起。

但曹安国际商城正好走了另外一条路,先有商业再有地产,先做商业再做地产。

首先,曹安本身就是一个传统的商业中心,其周边云集了麦德龙中国总部、好美家、百安居、红星美凯龙、国美电器、永乐电器、上海轻纺市场、东方汽配城、江桥蔬菜批发市场等大型交易平台等100多万平方米数十家专业市场,拥有无与伦比的商业底蕴和氛围。曹安国际商城的诞生,决非平地而起,它是一块商业熟地、旺地;

其次,曹安国际商城的投资方都具有丰富的商业经历。如董事长章宏伟即上海东方汽配城老板,在曹安这块土地上生活创业了十多年,对专业市场的运营更是专家高手。而王加明本人也浸润商业领域十余载,在苏州他开发经营的汽配城是当地最旺的市场之一;

再次,曹安国际商城立项之初,就确定了一个长线的投资计划。所有的股东众志成城,要把这个商城真正

做起来、做兴旺,赚未来,赚口碑。所以从开工前期,王加明就忙着招商。“说白了,我们卖铺,不希望只是卖给纯粹的投资者,我们更愿意经营户进场,只要是经营户来买铺做生意,我宁愿给出更大的优惠。”



从坐商到行商

王加明认为一个商业,不是坐出来,而是做出来的。正如曹安国际商城的招商,虽然有全国各大专业市场战略联盟,但王加明没有坐等依靠,而是主动出击,他说:“只有经过自己的团队谈过的商户,才有底气。有无数的例子,王加明喜欢挑客户,没有营商经验的,王加明会反复斟酌。”

为了确保未来的市场发展,王加明选择了多种行商之道:他先后奔赴德国、法国等世界各地,频繁参加各地的商业大会等,向全球知名的鞋业皮革业企业推荐曹安国际商城;他投入巨资,搭建曹安国际商城网络交易平台,让曹安国际商城线下线上互动交易;他承诺每年投入巨资用于宣传,塑造曹安国际商城的商业形象,吸引更多的买家进场……



共赢才能赢

曹安国际商城的成功,被归结为共赢的成功。作为一个典型的浙商代表,浙商骨子里的合作意识也深深地

影响着曹安国际商城的招商与营商思维。

撇开城城战略联盟这一伟大的构想外,曹安国际商城的共赢还体现在与商户的合作上。有一次在海宁招商会上,王加明在讲到商铺的平面规划设计时,透露了一个细节:“这个看似平常简单的井字形开间设计,是自己动手一笔一笔划出来的,手稿反复修改了108次,这期间还拿着手稿到全国10多个专业市场,请商家、经营户和各方专家一起出谋划策,目的只有一个,让市场中没有一块死角,让每一个摊位都临街,让每一个商铺的进深比都达到最高比例。”王加明话毕,现场的600多位经营户无不为之动容。



做市更要做势

曹安国际商城的另一个启示,那就是一个大大的“势”字。他们认为,只要“势”字写好了,“市”也就出来了。

曹安这个大写的“势”字,一方面得益于上海这个国际大都市在全国乃至全球的独特地位,另一方面也得益于中国经济的高速发展、以及中国经济在全球经济一体化浪潮中所扮演的重要角色。

此外,王加明的“势”字,还表现在个人魅力的气场上。



思考

读商

中国商业三段论

初级阶段:

买在国内,卖往地区
(1995年-2003年)

阶段特征:1995年经济体制改革后各类市场迅速活跃起来,星罗密布在长三角大量的专业市场应运而生。上海的曹安路位于连接长三角的特殊位置,这里形成了最初的专业市场。典型代表:上海轻纺市场、东方汽配城、江桥蔬菜市场等

背景资料:初级专业市场为曹安路商脉奠基,铺价10年内翻了5倍!曹安商贸区拥有良好的市场口碑,消费力逐日递增,专业市场的规模正急剧扩张!

发展阶段:

买在国内,卖往国内
(2003年-2005年)

阶段特征:2003年在上海商业规划引导后,市区范围扩大,曹安商贸区逐渐成为城市西区的商业中心,此时,显现出曹安路商务集聚区的雏形。典型代表:国美电器、易初莲花、好美家、蓝霸中国总部等

数据资料:以轻纺市场为例,约有3000余铺位,光5万平方米的布艺类市场,就有300多品牌商家。2005年总销售额达13亿,且逐年以百分之十几的速度递增。

成熟阶段:

买在国内,卖往世界
(2006年-2010年)

阶段特征:上海新的商业发展战略“十一五”规划:重大的专业市场将由市中心逐步向外搬迁;政府于今年6月为曹安商贸区挂牌“全球采购中心”;该区域日均人流量3-4万,周边居民60万;并有十多条来自市中心的公交线路直达本项目门口。这一系列特征,都预示这个区域的崛起,它将要成为上海乃至全国的商业重镇。

典型代表:上海曹安国际商城

启航

2007年9月28日首期隆重开业,
全球500多家品牌店率先进驻,
中国鞋业皮革行业2007年头等大事,
请关注曹安国际商城,
看你想看,买你想买!



财富专线:021—5918 7777

接待中心:上海市曹安路1833号 发展商:上海腾昭置业发展有限公司