前瞻性规划 大手笔运作 催生新型五金机电千亿商圈

——对“成都万贯青白江国际五金机电配送大市场”具备的几大要素条件的分析

□ 中华全国工商业联合会五金机电商会专家组

成都万贯青白江国际五金机电配送大市场的建设,在业界引起巨大的轰动,它的影响已经远远超出了五金机电这个行业。一个集约空前规模、平台空前庞大、竞争空前强势、交易空前活跃的工业生产资料的巨大集群不久将在这个区域内形成。

也许,这些,都可以从6个“大”字,来发现真相。

一、战略大背景,催生大平台

谋一事当着眼全局。过去10年,中国创造了震惊的“中国奇迹”。特别是2010年,我国GDP达到40万亿,超过日本,跃居世界第二经济大国。2011年,GDP已逾47万亿。过去10年,是中国经济高速发展的10年,GDP年均增长率为10.7%,而同期全球GDP年均增长率仅为3.9%。再来看四川,2007年,突破1万亿,仅用4年时间,到2011年突破了2万亿。而且,绵阳、德阳、宜宾、达州等二级城市也突破千亿。这表明,在成渝经济区域规划进入实施阶段、规划建设天府新区等机遇叠加时,全省趁势而动,抓配套、引集群,培养新兴产业,正迅速将经济规模做大做强。

由此可见,大力推进产业升级,走新型工业化道路,这既是四川加快转变、经济发展的核心内容,也是利长远、增后劲的必然选择。能够抓住机遇,就有机会崛起,实现超常规发展。世界流动性东聚,导致国际产业的再次转移,这一轮转移可能是制造业和服务业同时出现向中国和东南亚地区的转移。我们有充分的理由相信,未来10年中国会继续前行,由经济大国向经济强国不断迈进。

这就是我们所处的战略大背景。产业转移,走新型工业化道路,全国、特别是西部四川再加速腾飞,其五金机电的投入、产出将成倍增长,无法停下发展的脚步,这就必然催生一个能涵盖产业链巨大的交易物流新平台,它是远远超越金府五金机电商圈功能的新载体。

二、政府大规划,确保大聚集

圈层融合最终是靠产业融合来实现的,这既提升了产业布局的科学性,也有力推动了经济发展。

成都市已将青白江规划为大型商品交易市场区域,是五金机电、载重汽车、建筑装潢和金属材料等四大商品市场集群地。城市发展、立城优城,中心城区部分产业必然外迁,而五金机电类大市场集群规划在青白江是明智之举。推动新一轮市域生产力布局调整,以产业为纽带,以集群为路径,引导重大产业项目在圈层之间优化布局,统筹流转、从而推动圈层融合发展。

青白江区拿出上万亩土地,向“一主业,多园区”扩展,符合城市发展定位,顺应市场经济发展需求,由于创造了很好的条件,从而会形成重大产业项目在区域大聚集。最近,从可靠信息披露,国内就有上万户五金机电生产经销商登记进入青白江万贯大市场,已签约的还有中国香港、中国台湾,以及马来西亚、新加坡、韩国、德国等行业商会,有的会抱团入驻。

政府规划和引导正确就抓住了根本,抓住了发展的机遇。加速全国甚至全球的五金机电产业布局重心进一步西移成都,在青白江区域大聚集已是不争的事实。

三、交通大枢纽,提供大支撑

交通大枢纽,是建设和发展产业集群的必要条件。

“万贯青白江国际五金机电配送大市场”地处成都铁路集装箱中心站对面几百米,这是市场后续发力的很关键要素条件,选点精准,得天独厚。位于青白江区的成都铁路集装箱中心站是铁道部在全国规划建设的18个铁路中心站之一,去年运能已达36.5万标箱,排名第一,近期设计运能为135万标箱,远期为250万标箱,亚洲规模最大。而且口岸联检大厅为企业进出口货物提供方便快捷的“一站式通关”平台,服务水平居全国前列。“火车一响,黄金万两”,俗话概括体现了交通枢纽的核心价值。五金机电类产业多为中、重型产品,依托火车物流的程度高,集装箱站通向全国各省、市,还可经达港口城市从海路走向世界。现已开通了直达德国的货运列车。虽不沿边、不靠海,但铁路四通八达。

从公路交通来看,已在大力推进第二绕城高速公路、成德南高速公路、唐巴路再绕城段、大件路外绕线、成北快速通道和成青快速路北延线(青白江大道北延线)等对外通道建设,形成“四横七纵”的对外骨架路网,通往机场的货运大道计划明年建成贯通。由此,青白江大区域实现内部贯通起来,外部连接起来,万贯五金机电配送大市场完全具备了现代物流、现代商贸加快发展的要素条件。

这些年来,五金机电生产企业大多转移至大城市的二、三圈层及二级城市周边。这就要求交易平台巨大,且交通物流现代化程度高。从物流交通大枢纽这一层意义来讲,万贯青白江五金机电配送大市场在选址上是不可替代的,项目由此便成功一半。

四、领军大品牌,聚合大效应

在广州的某地,曾经有政府拿出上千亩土地,几个人合伙建了个“机电城”,结果门可罗雀;但在几公里外的一个机电城却一铺难求。仔细研究发现,前者地理交通环境都优于后者,但前者不成功的重要原因之一是输在品牌缺失上。这样的事例在全国并不少见。

然而,我们高兴地看到,青白江政府在招商引资方面很看重这一点,引进万贯投资开发建设国际五金机电配送大市场是最佳的选择。

一个企业品牌如何、影响力如何,这要用它在市场经济运行中的成效来检验,让行业商协会评估,让广大商厂家评判。万贯集团过去开发雅安碧峰峡,其“碧峰峡模式”成为四川、乃至中国旅游开发一道亮丽的风景线,影响海内外;七、八年来在金府商圈打造的“万贯五金机电城”又树起一个标杆,在国内影响很大,其影响力扩展到我国港、澳、台地区,辐射到东南亚一带。

近几年来,由于万贯五金机电城的影响力很大,全国许多省市的考察团纷沓而来学习取经,有5省的7个市、省内6个二级城市都来招商,愿意提供相应的优惠政策,请万贯领军打造五金机电大市场,促进现代商贸业、促进新型工业化发展。目前,万贯已在彭州、新津、眉山等地入驻,并与我国香港、中国内地几个五金机电大商家联手在福建晋江投资10多亿,该项目已启动上马。这就是万贯品牌影响力带来的效应。

总之,从万贯的过去到现在的实践检验,我们有理由相信,这个品牌企业定会把“青白江国际五金机电配送大市场”做成国内、国际影响力极强的现代五金机电商贸集群。

五、营销大整合,创造大效益

任何经济组织都重视营销,营销是企业生存和发展的核心组成部分。前面谈到万贯集团是个品牌企业,其营销观念和手段已达到很高的境界,从碧峰峡到机电城的打造,一路走来,都有一条大营销策略,效果极为明显。

对万贯在金府路开发营运机电城的影响进行剖析,能发现其中引人注目的地方,对应现在开发的青白江大市场,便自然看到了未来发展的走势。

一是战略把控性强,产品设计独特,能满足多层面的客户需求。

二是承办博览会,用会展经济举旗大营销。万贯已承办了8届中国西部国际五金机电博览会。

三是用大舍得观营销,把帮助广大商家营销与营销自己有机联系在一起。

万贯的营销还有一大亮点,是把商家眼光扩大,增强发展的后劲上。他们以市场为依托,鼓励一批商家走出国外去。

建立青白江大市场,用现代商贸业整合各方面资源和力量,实施孵化战略,壮大全市、全川进出口主体队伍,才能实现预定的目标。万贯这样的企业多一些,在做青白江大市场领军担纲搞营销大整合,在未来三五年或在七八年,必然会孵化出一批品牌企业,加上周边联动发展的其他专业市场和现代物流企业,一个千亿大商圈就会雄踞于西部成都。

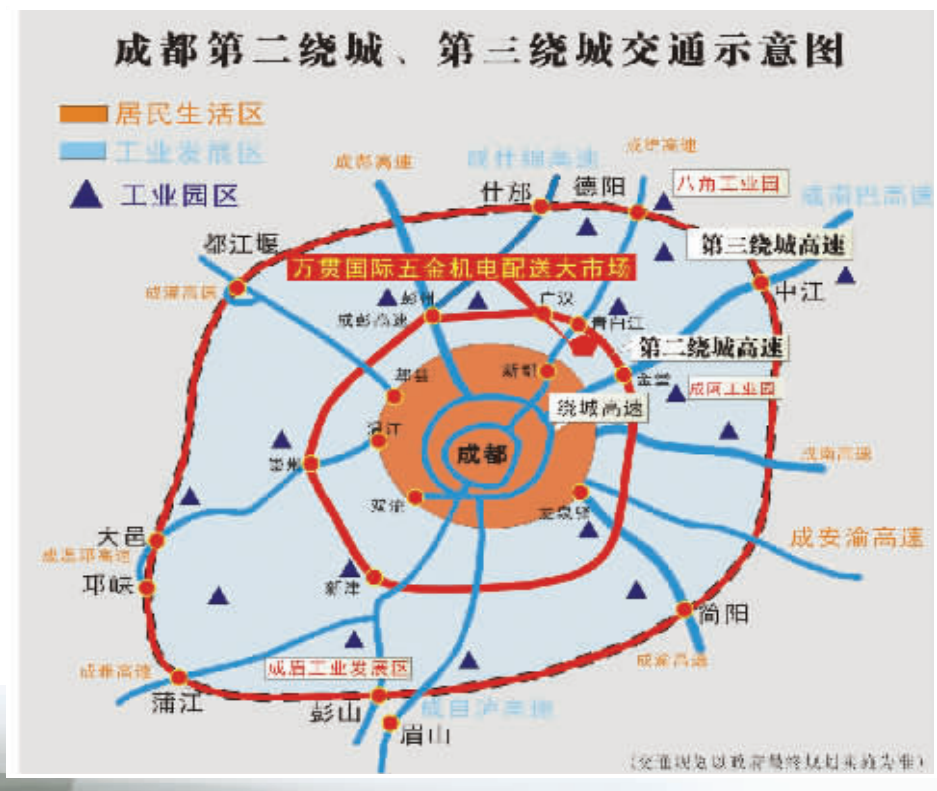
六、市场大需求,价值大提升

在成都,我们发现一个特有的现象,由于市场需求旺盛,租金涨幅节节攀升。从中原地产发布的报告显示,2012年商铺普遍又涨3%—5%;而春熙路商圈涨幅达到5%—8%,春熙圈中每月每平方米租金2500元起价,而3年前每月每平方米不过800元。有的人已经看到经济发展势不可挡,持有人民币放到银行只能贬值,投资固定资产(特别是商铺)是首选。于是,商铺走俏于市场,这符合市场经济规律。需求决定价值,价值决定价格。这在万贯金府五金机电市场的营运过程中早就得到了证明。

从全球来看,五金机电产业向中国和东南亚漂移的趋势明显,在中国,其产业向西部、向四川转移已成格局。成都加快产业结构调整,实施五大兴市战略,加快现代工业化进程,使产业倍增,五金机电产业就有巨大的机遇和空间。金府圈内有2万多户商家,其载体已饱和;在3至6年期间,基于城市发展要逐步外迁。3至6年后,这个行业由于上下游链条的发展,经营户达两三万是不容质疑的。市场的特大需求必然催生一个巨大的新的平台产生,青白江万贯大市场的投资建设正当其时。

为此,青白江大市场将吸引多方的投资者。据了解,既有大量本土的,有外省市的,当然还有我国港澳台地区及东盟、欧洲等国的商会商团。

市场规律不以人的意志为转移,商人也好,其他投资者也好,都要追逐利益,就看投资的载体能否放量了。但这一点,许多人也看得明白,看得清楚,所以要跟着万贯品牌企业走。根据市场需求和万贯运营的水平,这个大市场的价值会不断提升,初始每平方可能卖几千、上万元,随着时间推移,市场营运水平很高,需求也越来越大,其商业价值成倍增长,每平方自然会达到3万、通过努力每平米达到5万不成问题。由于需求价值升高,市场的培育达到新的境界,每平方米达到10万也将成为可能。也许七八年后你会用买春熙路的商铺的价格才会买得到青白江的商铺,先后进入的商人会获得产品经营与资产经营相结合的倍增效益,原先自己规划发展的目标实现了,会感到特别舒心和快乐。

结束语

从上文可见,万贯青白江国际五金机电配送大市场的前三个特点,是青白江所在地项目共有的特性,而第四点所谈的“领军大品牌,聚合大效益”和第五点所谈的“营销大整合,创造大效益”是该大市场独有的特性。评价项目好坏、成败,说共性是个前提,没有它不行;但个性是独具的,就成为关键了。愿“淘金者”——各商家和投资者,在这里实现自己恢宏之志!