

# 商

## 华商汇共赢之道撷英

本报记者 任志伟

### 创新经营 成就市场核心财富集聚地

在市场外迁的过程当中,影响最大的是那些经营者。新市场是否有人气?新运营商是否有能力做好市场?原有的老客户会不会再次流失?在位于郑东新区圃田板材吊顶城的一间展厅里,尝尽了频繁搬迁的苦楚,刚刚从另外一个市场搬到这半年时间的潘老板,在听到年内肯定还要再搬走的消息之后,陷入了深深的思虑之中,这意味着他赖以维持的生产产生了很大的不确定因素。但是,随着华商汇这个建材装饰市场超级航母的出现,又让他看到了新的希望。

“简单的平移一个市场,对社会没有任何价值,而创新一个市场,将会使消费者、商家、政府和社会都受益,从而形成多赢的局面。因此,经营模式必须改变和创新。”郑耕表示,华商汇顺应电商和新消费观念的变革,以“厂家直销,网达全球”的经营方式,使

商家超越地域限制,实现全球化经营;同时也实现在传统的市场里单打独斗到在新市场组成商友联盟抱团发展。“这就是我们提出的口号‘华商汇聚,共赢天下’。”

郑耕表示,经过对市场操作的各项工作进行反复论证,扎实推进,也顶住一些社会的置疑,华商汇扛起了“承接一个市场,创新一个市场”的经营大旗。“我们更多地考虑的是商户承接过来之后如何进行改善和提升其经营业绩,如何使华商汇更符合未来的市场发展趋势。”

为了更好地服务商家和市场,华商汇根据商家需要和市场发展需求,整合资源,创造性地打造出了项目的核心竞争力:“三大体系”、“六个统一”、“八大优势”,全面解决商家的后顾之忧。郑耕表示,“作为本地企业又是主要承接方,我们坚持不唯利是图,始终将商户的利益放在首位,花时间寻

找全方位解决商家经营困难的方案,而不仅仅只是做简单的收钱、收编工作。”

比如,华商汇拥有强大的仓储和物流资源,可以为商户提供全程的物流配送服务。使商户改变落后的以仓库管理货物的物流配送模式,转向先进的以单证管理货物的物流配送模式,最终实现降低经营成本,加速资金周转和为市场提供便捷服务的目标。此外,华商汇将以行业龙头、品牌旗舰店、市场运营商为招商重点,充分保证品牌核心竞争力,通过资本引领、物流配送,统一服务、仓储配套的建设,全力打造华商汇的品牌竞争力。

在东盛建材市场,广东恒塑建材有限公司中原办事处的负责人匡先生对记者说,得知市场确定外迁之后,他就早早行动,考察了周边多个承接市场,但让他最满意的,还是华商汇。“无论是交通、场地、空

间布局,还是华商汇在经营理念方面的专业水准,相信这块市场未来一定是非常繁荣,能够创造巨大财富。”在匡先生看来,只要运营商能够创新经营,提升市场竞争力,给予商户更多的扶持、提供更好的条件,就能共同做大做强。

中原陶瓷城总经理陈明哲认为,华商汇恰逢市场外迁打造的400万平方米建材装饰专业市场,项目战略定位明确,经营模式清晰,产品建筑形态鲜明,配套设施齐全,后续服务完备,产业链齐全,集聚后物流成本低廉,可以说是专业市场外迁的首选之地。华商汇以前瞻的视野和创造性的规划设计,引领市场的升级换代,让广大供应商和商户看到这个庞大市场美好的合作前景。在陈明哲的推动下,中原陶瓷城已与华商汇达成一致协议,携500多名商户率先整体搬迁至华商汇建材装饰博览中心。

### 体验之都 引领建材装饰行业风向标

“生活艺术体验之都”,是华商汇对建材装饰博览中心的定位,也是华商汇的核心经营理念。

“事实上,我们向消费者推介的是一种生活方式。”华商汇控股有限公司商业运营公司副总经理王绪合表示,当今市场的发展趋势,将会是从过去的以商品为中心,向以人性为中心的方向发展。消费者对商品的选择,也已经从物质需求层面上向精神需求层面提升。人们前来购物不仅仅是单一的目的性消费,而是一种生活方式。因此我们的市场不仅仅只是售卖商品的场所,而是一个充满生活情趣的社区。消费者身处其中,将会在情景化和人性化的社区里面,体验到社交和生活的美好,从而开启消费者一点多面的消费需求。基于此,华商汇将这个市场定位为“生活艺术体验之都”。

作为一个超级市场,如何让最广大的消费者获得最大的实惠,是华商汇重点思考的问题。他们凭借多年家居建材行业的运用经验和科学的管理,直接降低了进驻商户的运营成本,同时具备了齐全的货源体系和完整的质量检测体系,名副其实的

“一站式购物”、完备细致的“一条龙服务”、贴心细腻的“一对一”服务和实实在在“无水价格”等核心优势,完全实现了消费者的“无忧购物”。此外,市场还重点向社会推介新概念产品、新环保产品、新艺术产品等,这里也将成为行业的风向标和中心点。

华商汇建材装饰博览中心一期体量已经达到400万平方米,未来将是中原地区行业中最大的市场。其中包括150万平方米的六大交易中心:板材装饰交易中心、陶瓷洁具交易中心、五金机电交易中心、灯饰灯具交易中心、名品家具交易中心、家居饰品交易中心,30万平方米的商务配套,同时还有200万方仓储物流,作为整个市场配套服务。

“规模大型化、档次高端化、空间国际化、环境规范化”,和传统的建材市场相比,华商汇建材装饰博览中心拥有更加整洁更

加舒适的购物环境和更具强大的竞争力。整个市场区域划分整齐,各个专卖店比邻而建,风格亲切自然,让消费者拥有购物时的惬意和轻松;丰富全面的产品又完全满足了消费者“一站式购物”的需求。

“华商汇注重绿色、健康、低碳、环保产品,引领市场转型升级,走可持续发展道路。在未来的时间里,多家建材市场以及数以万计商户在这里共同经营,得从真正意义上跨入一体化、一站式的新时代,完全能够全方位满足人们现代化生活的不同需求。”王绪合说。华商汇建材装饰博览中心将构建完美地情景化购物体验社区和人性化的社交场所,并重点突出商品的创新、特色、低碳环保和文化特征,成为消费者最有价值的采购目的地和引领建材装饰行业的风向标。

“网达天下,行销全球。”

### 电商时代 打造网达全球直通车

近年来,电商的出现让众多商家见识到了其巨大威力,而在电商于各行业大肆扩张的今天,当传统营销模式遇到电商,市场正在潜移默化地发生着改变。如今的市场上,无论爱或憎,电商都成为了商家所不能逃避的话题。

“传统商业模式在电子商务冲击以及新的消费观念更新之下,已经越来越不能适应时代的变革,市场经营模式如果不能改变和创新,商家到新市场后经营将会更加困难。”郑耕表示,华商汇正视现实,在经营创新方面做了颇多工作。

拥有诸多优势的华商汇在目前的市场发展当中占据诸多优势,然而企业的发展要立足长远,因此对未来的发展模式有着深刻的思考。针对业内所热议的电商问题,郑耕表示,“面对电商的冲击,如果思路没有跟上时代步伐,那么注定要被市场所抛弃。在面对冲击时,要保持积极的态度与电商协同发展,互利共赢。”

电商对于传统商贸企业而言,打破了很多中间渠道,缩短了从厂家到消费者之

间的过度环节,这对于传统企业提出了严峻的挑战。华商汇将基于社交为入口的O2O体系,作为未来电商战略的一个重要核心。郑耕表示,“华商汇已经跟行业内专业的电商服务公司,在技术开发和后期运营方面达成了合作,各项规划已经在进行中,今年将会上线。”据介绍,华商汇会建立自己的大数据中心平台,为所有经营商户提供大数据的匹配和处理,并建立以社交媒介为载体的微商城服务体系,给商户以提供便利,同时提供社交化的、专项的、系统的培训,让商户完成从传统到电商的准备。

“批发市场这一中间销售环节将会随着时间的推移逐渐消亡,取而代之的则是一种以电商与厂商之间相互匹配的新的销售模式。”郑耕认为,目前电商正在掀起一场传统产业的营销模式的巨大革命,在这场博弈中如何让传统模式与电商模式互利共赢,也成为了华商汇考虑的重要问题。

在重视传统批发市场的情况下,沿袭批发市场的人力集聚以及物流运输优势,

保持批发市场的原有活力。同时开启与电商的合作共赢,实现线上与线下的互动,方能互利共赢,在市场大变革的浪潮中抢占先机,逆流而上。

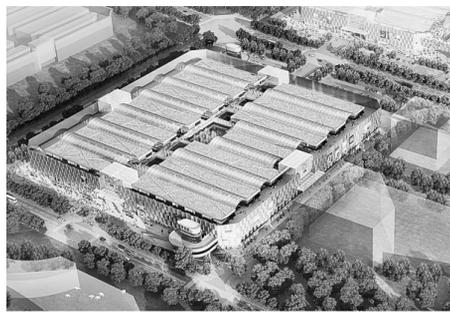
为了更好地做到服务商户,整合商户资源。在华商汇的规划中,网商群体将会是其关注的一个重点,“网民村”便是为网商量身定制的精英平台。来自各地的网商将会聚集于此,借助先进的电商O2O模式运营,帮助商家共同运营,实现商家和网民线上线下相互配合销售的新型市场经营模式,使商家实现跨区域经营,从而真正做到“网达天下,行销全球。”

“厂家直销是指在这里经营的商家必须是工厂或者是工厂的战略联盟单位,以确保我们所经营的商品,无论在质量还是成本上比其他市场更具有竞争优势;网达全球是指我们将利用电商网、物流网,通过电商和物流的配合,作为核心竞争力,把商户的产品推向全球,实现无区域经营。”王绪合介绍说。同时,华商汇将会联合商业银行、投资机构等成立小额贷款投资公司,

为商户提供定制化的供应链资金解决方案,让商家可以用存贷或者供货合同等申请资金支持等服务。

统一的运营管理和新型社交化电商模式为目前的建材家装市场带来了新的突破,华商汇还让开店商家在营销推广方面省下大量精力,甚至能实现轻松的“零创业”。

“华商汇建材装饰博览中心将会通过超大的市场规模、合理的空间布局、独特的经营模式、全面的业态结构、统一的商户管理以及商场化的运作为投资者提供最为全面的配套和服务。”郑耕表示,作为未来中原地区体量最大的建材专业市场,华商汇按照“承接一个市场,创新一个市场”的发展目标,以“安家、立业、看天下”的经营理念,以超前的思维,创新的模式,使华商汇升级打造一个高端的生活艺术体验之都,并将作为郑州最大的商贸物流中心,在中原经济区建设、郑州国家中心城市建设、郑州航空港区建设、郑州新型城镇化建设中交上华商汇人书写的一份“满意答卷”。



华商汇建材装饰博览中心效果图

客户导向 实现商家、消费者和谐共赢

据统计,目前郑州建材批发市场有近40家,在未来市场外迁中,这些老市场将陆续集中迁往位于新郑市的1.5万亩建材市场集聚区,进而成为全国最大的建材市场集聚区。建材行业版图的重新划分、新市场的开发建设,必将带动整个中原建材行业市场格局发生新的变化。

华商汇借中原经济区、郑州都市区、郑州航空港经济综合实验区和龙湖宜居教育城建设之东风,凭借得天独厚的区位优势和产业集群优势、全国独一无二“网民村”的打造,强大的仓储和物流资源的整合优势,成为了众多客户外迁而来的首要选择。市场外迁如何做得更好,答案就在华商汇。

但是,打造一个全新的市场外迁承接地,如何保障那些原有经营商户们的利益不受损失?如何保障人流物流的聚集将广大消费者吸引于此?如何保障让商户安心经营,让市场持续发展?这是一个浩繁的系统工程,也是巨大的挑战和课题;这是每一个商户最为关心的问题,也是摆在政府决策者和市场承接方面前的重大课题,同样也是每天盘绕在华商汇高层领导心中的头等大事。

作为河南省十大重点工程之一、政府指定的市场外迁承接地、建材市场外迁的主承接地,华商汇身知肩负重任,稍有不慎便会对整个市场造成巨大的影响。随着华商汇建材装饰博览中心的盛世启航,不仅成为郑州市场外迁承接地的一大破题之作,还将向社会各界和万千商户交上一份满意的答卷。

“在市场外迁的政策指引下,华商汇作为一家本地企业,又是市场外迁的主要承接方,深感责任重大、使命光荣。因此,在执行承接市场的任务过程中,我们始终坚持以商户、消费者为导向,以商家、消费者和谐共赢为终极目标,不唯利是图,也不仅仅只是简单地收编。今天,我们之所以充满自信地站在这里,接受政府领导、商户代表和新闻媒体的检视,那是因为我们已经谋定而后动,做好了充分的准备。”在华商汇建材装饰博览中心新闻发布会上,华商汇控股有限公司总裁郑耕袒露真情:“市场外迁给了我们很大的机遇,而我们所要做的就是把握机遇、协同发展、共创未来。未来的华商汇将不仅仅只是一个市场集聚地,而是通过运营模式的创新,成为市场核心财富的创造地。”



华商汇招商中心外观