

【跨越义乌】

【共赢义乌】

工艺品区域总部成财富“风眼”

空白即是商机，集群才能跨越发展。在市场日益细化的今天，越来越多的专业性市场拔地而起。但是由于缺乏成熟的管理模式、市场同质竞争严重，导致起步艰难，甚至无法持续发展。寻找商业中的“蓝海”，成为很多人的梦想。目前，合肥的专业性市场覆盖了服装、五金、汽车等多个行业，但还没有一家成规模的工艺品专业市场。

据调查，工艺品的市场需求正处于快速上升期，而合肥的工艺品商户散落在各个综合性市场，无法形成规模，更难形成集群效应。合肥的工艺品发展要抓住机遇、获得跨越发展，首先必须进行“市场”破局。而此时，合肥工艺品城的应势而生，不仅解决了这一问题，更带来了义乌丰富的产品资源，在合肥甚至华中区域掀起了财富旋风。

天时：市场空白掀起财富风暴

目前，在长江东路附近集聚了白马服装城、中绿广场、安徽大市场、元一时代广场等一大批专业性和综合性的市场。尽管在零售与批发上侧重点不同，但并不影响这些大市场对整个区域的影响，对这一板块的价值提升。合肥市市长吴存荣曾在瑶海区调研工业园区建设时透露，下一步合肥的建设重点就在瑶海区，并认为合肥现有的四个区中瑶海区增长潜力最大，也是最有希望的。

目前，合肥工艺品城所处的瑶海区道路体系正在逐渐完善。同时，坝上街再造、合肥长江东大街正式全线贯通、裕溪路高架桥、东二环路、临泉东路、和平路、铜陵路等30余条城市主次新干道的贯通，棚户区、危旧房和旧城改造工程，加之紧邻长江东大街、位于瑶海区核心地段的坝上街改造，使正在经历快速发展阵痛期的瑶海看到了雄心壮志背后的决心和希望。

根据合肥141工程发展战略部署，坝上街改造以长江中路为主轴，东西以环城东路和环城西路，南北以环城南路和环城北路为界画个圈，这个圈内约6平方公里就是将来东部的以购物中心、百货店、商务办公等商业业态为主的中央商务区。合肥工艺品城在这一区域的拔地而起，不仅填补了这一区域的市场空白，也填补了合肥市乃至安徽的市场空白。一个新的辐射中心正在形成，一轮新财富风暴正在引发，而合肥工艺品城正是这一财富风暴的推动者，并将处于风暴的中心位置。

地利：繁华中心辐射活力华中

便捷的城际交通，为合肥工艺品城走出合肥，走向安徽乃至华中打下了坚实的基础。合肥火车站、长途汽车站、合肥新港，穿境而过的合徐、合宁、合芜等高速公路，以及通江达海的南淝河水运，共同构成了现代化的立体交通网



络。这一区域距合肥骆岗机场8公里，距南京国际机场180公里。合肥骆岗机场是重要的国际航空备降机场，现开设有直达北京、上海、广州、深圳等数十条国内航线，并有直通香港的定期航班。

同时，合肥整体区位优势突出，居中靠东，连南接北，是沿海的腹地、内地的前沿，以合肥为圆心，500公里为半径，是我国最具消费能力的区域之一。合肥交通便捷，到南京、上海、武汉的动车组已经开通，班次不断增加，而且不断提速，加之京福、商杭等高速铁路将经过合肥，合肥铁路枢纽和机场、港口等一批重大基础设施项目加快推进，给合肥的发展带来了难得的条件和机遇。尤其随着经济社会的快速发展和城市综合承载力的快速提升，合肥作为区域性中心城市的集聚辐射效应愈发彰显。

此次，义乌中国小商品城进驻合肥，并将合肥工艺品城设为工艺品的华中区域总部，将在合肥跨越发展之中，以其独特的定位，赢得巨大的发展空间。同时，由于其处于交通枢纽位置，以及时间距离的缩短、物流的不断完善，其将成为华中区域的工艺品消费重要产品来源。真正立足合肥，辐射安徽乃至华中。

人和：义乌资源构筑鼎盛商圈

此次义乌中国小商品市场首次走出义乌，不仅对合肥工艺品城全方位输送资源、模式，还派出了强大的管理团队，对该饰品城进行全方位招商和管理。作为义乌安徽商会常务副会长的邵宗菊签约合肥义乌小商品城，相比其他签约商户更多了一丝回归的意味。

1991年就开始在合肥城隍庙市场做生意的肥东人邵宗菊，凭着自己的坚强和敏锐的眼光，在2000年合肥城隍庙市场失火之前，已经在城隍庙和安徽大市场各有一间门面，对合肥的小商品市场了如指掌。大火之后，邵宗菊放弃了合肥的店面，只身来到义乌，经过十年的奋斗，早已今非昔比，成为安徽人在义乌经商的领军人物之一。

除了要回报家乡的满腔热忱，邵宗菊也看中了合肥工艺品市场的空白，“我对合肥的市场很熟悉，这些年也回去看过，合肥虽然有城隍庙、安徽大市场等小商品市场，但这些都是综合性市场，并没有专业的工艺品市场。”

“合肥的朋友都问我合肥义乌小商品城的店面能不能买，我都能说能买。而且这次不仅我要回去，我还要带着一批人一起回去。”邵宗菊的话，代表了义乌中国小商品城大多经营户的心声。

义乌中国小商品城合肥市场是全国首家正宗义乌中国小商品城（除义乌本土外），享受义乌中国小商品城集团品牌管理、专线物流配送、与厂家无缝对接，经营者足不出户就能采购到义乌市场同源同价的货品，确保了义乌中国小商品城合肥市场的有效经营和繁荣。同时，合肥工艺品城将依托义乌中国小商品城的品牌影响，在合肥形成一个全新的鼎盛商圈。

义乌中国小商品城 合肥工艺品城

·领航华中工艺品界· Wuyi.commodity City

双城记——共赢义乌

合肥工艺品城 大型系列报道

(三)

千万巨资投入 三年政策扶植 —— 携手共进创造新辉煌



自1982年建立的义乌中国小商品城，义乌已形成以中国小商品城为核心，10多个专业市场、30多条专业街相支撑，运输、产权、劳动力等要素市场相配套的市场体系。形成了生产规模和低成本优势，树立了一定的国际影响力。中翔集团经过各地的大量调研，最终选择合肥，千万资金的投入，三年的政策扶植，公司统一进行营销策划及推广，各种利好政策成为投资者的最佳选择。

千万重金打造合肥窗口

“之前在合肥投资了一个商铺，当时开发商的规划是以饰品为主，并承诺统一管理，但是最后开发商卖完房子就不管了，导致现在商场内卖的东西特别杂乱，也没有正规的管理。”一名前去考察义乌市场的业主告诉记者。

合肥义乌小商品城管理有限公司副总经理王建表示：“合肥义乌小商品城除了自留30%店铺外，对于其他的入驻商，采取统一管理、营销推广。而且我也相信义乌的成熟模式，能够成功地复制运用到合肥，像深圳、上海、杭州等地都有一些义乌当地的商人去开发，也取得了相当不错的成绩。”

“此次开发的合肥义乌小商品城，中翔将以亲身参与者的姿态，参与商的共生共荣，采取义乌管理、义乌商家、义乌渠道，最大程度地借鉴和吸收义乌的成功经验。结合义乌中国的物流、管理等优势资源嫁接，饰品城的商业操作模式等多种资源的有效结合，辐射整个华东地区。”届时，有了义乌中国小商品城的成功经验，加上合肥经济圈利用各自的优势，合肥义乌小商品城未来将延续义乌中国小商品城的蓬勃发展。

在“义乌模式”上更新换代

记者了解到，义乌中国小商品城主要以批发为主，而位于合肥长江路的义乌小商品城建成后，将以“批发零售兼营”的模式。采访中，前来投资的义乌中国小商品城的商铺负责人都表示合肥与义乌两地将实现“同质同价同服务”。要把合肥义乌小商品城的商品指数切实打造成中部小商品贸易的“风向标”，对小商品的产、供、销起导向作用。

同时，义乌中国小商品城合肥市场是除义乌本土外，全国首家正宗义乌中国小商品城，享受义乌中国小商品城集团品牌管理、专线物流配送、与厂家无缝对接，广大经营者足不出户就能采购到与义乌市场同源、同价的小商品，确保了义乌中国小商品城合肥市场的有效经营和繁荣。让您足不出户，即可享受丰厚利润，坐拥无限商机。

加上合肥义乌小商品城地处合肥最繁华的一条主干道长江路，一直都是城市发展的商业核心。代表合肥商业发展最繁华形象的长江路，掌握立体交通快速便捷。20—50㎡烫金旺铺面积小、低首付、低门槛、高回报，抢占财富源头，保障投资低风险，坐收丰厚利润。义乌中国小商品城——合肥工艺品城也将努力打造成华中首席工艺品城。届时，无限财富尽收囊中，成为绝佳的投资焦点。

王建表示：“利用义乌商人先进的经营理念，改变合肥商圈小商品经营小、低、散的现状，建立首个专业的工艺品市场，形成一个可持续发展的产业链条，成为中部的大型

小商品一级批发集散地，这对安徽经济和消费者而言，都是件好事。”

不断创新走品牌化之路

以前，义乌很多牌子叫得响的企业都习惯于埋头做产品，对商标无所谓，结果吃了不少亏。如今，义乌企业的思想转变很快，经过近几年的发展，义乌许多企业都看到了名牌商标的分量，为了保护自己辛辛苦苦培育起来的商标，不惜重金构筑全防御体系。

王建认为：“合肥义乌小商品城也将大行品牌化道路，让企业重视品牌化知名度的发展，赢得更大的市场。同时，我们会对入驻合肥义乌小商品城的商户提供免六个月的租金政策，这是一个相当大的支持，只要你经营工艺品类，就可以有这个会，没有任何门槛和条件。”质量是企业立足的根本，靠投机取巧和偷工减料加工出的产品终究会被淘汰，要长期坚持“质量第一”原则，力保品质，用实际产品在消费者中形成良好的信誉度。



有经济专家表示，品牌战略是一个企业长期发展的根本战略，在未来的市场，没有品牌的企业很难立足，最终会被市场淘汰。品牌化经营是推动企业发展的后劲力量，需要科学规划、明确定位、整合资源，利用现代传播与营销手段，实现健康良性的持续发展道路。

随着中国市场的产品越来越多元化，商户经营方式更加灵活，市场环境有了很大改善，提高小商品的附加值，以较少的原材料换取较多利益。这样，不但更能争得市场竞争的主动，而且符合资源优化配置和可持续发展的要求。作为除义乌本土外的全国首家正宗义乌中国小商品城，合肥工艺品城正依托义乌模式、资源，走出一条全新的发展之路。未来，这里将是一个新的中心，一个填补市场空白、辐射华中区域、惠及众多经营户和投资者的共赢财富中心。

本报记者 王玮伟 谈正民 陈亚林/文

