

填补 LED 大型现代展贸平台空白,创“展贸结合”全新商业模式

# 广州光谷“亮剑”光电市场

张红梅 本报记者 方广 黄春兰

LED(半导体发光二极管)行业已经列入国家及广东省战略性新兴产业发展规划,发展潜力无限。

但中国LED行业的现实是行业规模虽大却分散,而且在产品应用及市场推广方面缺乏一个现代化、国际化、多功能及大型的展贸平台,这是制约LED行业发展的“瓶颈”。

广州作为中国的南大门及国家中心城市,一直处于改革开放的前沿,此次再次在LED行业领域走在了全国前列,随着广州光谷的建成,上述瓶颈得以打破。

囊括全国甚至全球LED及照明行业龙头企业,使广州光谷从一开始就高起点介入,加上高标准规划及建设,高端品牌的形象已然初露峥嵘,并全新创立了集品牌聚集、现代交易、全产业链服务、采购联盟四大平台于一体的全新商业模式。

汇聚LED及照明行业上下游的供需,形成具有世界影响力的权威价格信息。诞生于广州光谷的这一广州价格将成为分析和决定市场走势的风向标和晴雨表。

集聚效应、规模效应、范围效应及成本洼地,使广州光谷势必成为连接整个LED及照明产业上下游的轴心及结点,其所处地位及多种配套功能的发挥,将极大优化行业内各种生产要素的配置效率,促进行业和市场成长。

## 品牌集聚平台凸显集聚效应



广州百货企业集团有限公司董事长兼广州国际商品展贸城股份有限公司董事长荀振英在广州光谷开幕式上致辞

2011年11月17日,广州国际商品展贸城(下称展贸城)一期——广州光谷正式开业,一个总面积为26万平方米、永不落幕的国际照明展示交易会向世界打开了迎客之门。

在如此多的行业中,为何展贸城一期会锁定LED行业?

“一是LED行业是国家和广东省



广州光谷盛大开业,成国内 LED 行业新引擎

鼓励发展的战略性新兴产业,二是广东的LED产业基础雄厚。”广州百货企业集团有限公司(下称广百)董事兼广州国际商品展贸城股份有限公司副董事长黄荣新表示。

据统计,2010年广东LED产业实现产值853亿元,企业近3000家,产业规模约占全国的50%,产值和规模均位居全国首位。2011年广东LED产业实现工业总产值可超1600亿元,同比将再实现翻番,而到“十二五”期末,这一数字将达到一万亿元左右。

但是,与其它其它行业一样,广东乃至全国的LED行业也面临着几大难题,其中之一就是行业规模虽大但不强,企业家数多但行业集中度不高。

因此,如何在中国形成一个品牌集中的LED行业军团及打造一个LED品牌基地,以此作为该行业的脊梁并引领中国LED行业的发展,就成为一个现实且紧迫的问题。

广州光谷率先进行了有益尝试。广州光谷的目标之一就是打造LED行业世界知名品牌的聚集平台,引领LED产业升级。为此,广州光谷不遗余力引进中国LED照明行业龙头企业

业以及世界知名品牌进驻,提升招商门槛,变招商为选商,打造品牌馆。

此举已有收获颇丰,世界光电照明品牌汇聚已成广州光谷的一大亮点。目前,包括飞利浦、欧司朗、真明丽、清华同方、霍尼韦尔朗能、勤上光电、史福特、美的照明、珠江灯光、锐光照明、广日电气、杰威迅、中龙交通、福日电子、超越光电和光为照明等在内的行业龙头与品牌商户已经签约进驻,更有全球LED产业技术最为先进的日本LED企业,也都与广州光谷表达出浓厚的合作意向。

尤其是作为行业内享有崇高声誉的真明丽集团,在广州光谷承租了约1万平方米场馆作为公司总部,并将研发、设计、展示、销售及售后服务五大功能汇集广州光谷,打造广州光谷最大的品牌馆。

而在此之前,真明丽的目标投资地是上海,其之所以改变主意留在广州,得归功于黄荣新的积极争取、精明的商业头脑及强大的谈判能力。虽然黄荣新不愿透露自己的招商诀窍,我们也难知其究竟是以何种方法将真明丽纳到了广州光谷旗下,但有一个很明显的事实是,改革开放以来,

全力推出研发设计、专业检测、营销推广、增值服务等,引进全国著名的LED照明研发、设计机构,宣传服务机构,集研发、设计、展示、交易、理论发展和技术推广等多功能于一体。

“广州光谷能够开业,确实来之不易,既有领军人杰出的领导能力,也有一个团队的凝聚力及所有员工的执行力。虽然我们已付出了巨大努力,克服了很多困难,但这也只是万里长征走完了第一步。接下来,摆在我们面前的任务还有很多,比如如何作好场内管理,如何为进场的商户提供到位的服务,如何进一步完善相关的配套设施等等。”展贸城副总经理江泓表示。

在贸易环节,广州光谷还在交易模式方面进行了创新,构建了“四个系

广货北伐以及开拓国内市场并大获成功者,数不胜数,相比之下,长三角的企业在这方面则似乎并不明显。可以说珠三角的企业在开拓国内市场领域并创立全国知名品牌方面已经有了成熟的运作经验及成型的模式,有了这个风气,可以为后来者节省不少成本,少走很多弯路,这一经济学中所谓的“学习效应”使后来的企业容易收事半功倍之效。

“我们的招商重点是行业内的知名品牌和知名企业,他们的进入能产生广泛的示范及带动效应,有利于行业内的优秀资源积聚,发挥品牌集聚效应,既能促进整个行业的发展,也有利于树立和提升广州光谷的品牌形象。”黄荣新表示。

广州国际商品展贸城股份有限公司副总经理江泓向记者介绍说,对展贸城及广州光谷的股东背景和实力、政府的支持、优惠的招商政策、配套的服务、良好的行业基础及发展前景等等有利因素,众多业内企业无不表示看好。有些企业碍于自身的实力和策略,暂时无法进入光谷,但也无不表示出了对广州光谷成功及美好未来的预言。

统,即现代结算系统、现代物流系统、线上网购系统和价格指数系统。这四大基础设施打破了传统落后的“三现(现金、现场、现货)交易模式”,有效促进了交易模式朝科学化、合理化、低成本、高效率方向发展。

为建构这四大系统,广州光谷与银行机构合作建立了结算中心账户,形成银行集中结算模式,同时还可为商户提供担保融资服务;与大型国际和国内物流企业结盟,着力打造具有核心竞争力的现代物流服务;携手国内知名网站,将数以万计的线上客户资源与园区内线下客户结合,打造B2B电子商务服务平台。而价格指数系统则为客户提供指数行情、价格播报、新闻资讯,研究报告,成为行业价格信息的风向标。

取成为政府采购定点基地,现已被广州市政府采购中心列为广州市政府照明产品优先采购基地,而申报广东省LED及照明商品国际采购中心工作已进入评审阶段。

三是主动和全国各地商会协会联系,已与广东省、江苏常州、山东临沂等照明电器协会建立采购网络。

上面三项措施主要针对国内市场,而庞大的国际市场更是不容放弃,因为这不仅关系到场内企业是否能做大生意,还关系到广州光谷的国际化形象。今年以来,广州光谷已单独及随政府招商代表团,多次主动与国外企业机构进行联系,拓展国际市场。

2011年7月25日,在日本东京召开的“广东省珠三角地区与日本经贸合作交流会”和“新广州·新商机”穗日名优产品交流会期间,展贸城董事长荀振英代表广州光谷与日本光谷负责人东浦英之签订了合作协议。日本光谷株式会社已确定进驻广州光谷并将其作为采购中国LED照明产品的定点基地,同时将日本先进的建筑、灯光设计引入广州光谷。广州光谷与日本光谷跨国牵手,将有效整合调配资源,推动广东LED产业转型升级,抢占产业制高点,为中日双方LED及照明产品生产厂商、经销商、采购商参加中国、日本两国的行业展会铺路搭桥,广州光谷将真正成为LED新光源产业的国际展贸平台。

黄荣新透露,广州光谷未来将进一步加大对国际市场的开拓力度,包括组团参加分别将于今年1月及4月的日本国际照明展和德国法兰克福国际照明灯饰展,让世界更好地了解广州光谷,同时也使广州光谷进一步走向世界,成为名副其实的LED产品的国际展贸平台。

## 全产业链服务助推行业发展

打造LED行业的品牌汇聚基地并为其提供展贸平台,同时集中国内外的大型LED产品的采购需求,这是广州光谷的重要功能,但其最根本的还在于通过打造全产业链式服务平台,助推整个LED行业的发展。

“在订单驱动的国际采购模式下,供应链管理成为国际采购的主流管理思想,其核心思想是通过将企业与供应链中上下游企业之间建立战略联盟,使每个企业都能发挥各自的优势,从而在价值增值链上达到‘共赢’的效果。”展贸城董事长荀振英表示。

基于这种供应链管理的理念,广州光谷认为专业市场应与产业互动发展,逐步形成以批发市场带动产业发展的供应链网络。全力促进采购商与供应商建立长期的战略合作伙伴关系,激励供应商提供增值服务,或采用先进技术获得竞争优势。

“从关注推广LED产品的应用出发,广州光谷定位于国内乃至全球最大的LED产品展贸平台,但我个人更倾向于将其定位为LED行业里的全供应链式的展贸平台,以此全方位地促进行业发展。”黄荣新表示。

为此,广州光谷从规划阶段就注重打造全产业链服务平台,整合各环节资源,使LED照明产品从研发、设计、检测、物流、营销、会展、金融、咨询等等每个环节都有相关的配套服务,并在专利申请、报关以及后备人才培养方面都享有政府给予的绿色通道,从而开了全球LED产业之先河。



霍尼韦尔朗能落户广州光谷

以行业标准为例,目前国内LED行业标准化建设相对滞后,还没有形成统一的标准规范,广州光谷除引入权威专业检测机构对产品进行检测和认证之外,还积极参与建立完善LED市场的标准工作,包括与日本的有关机构进行密切磋商,希望能引入日本质量标准认证体系,加快与国际接轨。

此外,值得一提的是,在广州光谷提供的“实体市场+电子商务+供应链金融+增值服务”的服务体系中,供应链金融是其在供应链管理体系中延伸出来的一种创新服务。核心思想是展贸城和供应链企业作为关键的“中间人”,消除中小企业与商业银行的信息不对称问题,通过担保机制,提升中小企业的信用,解决了它们融资难的问题,最高可实现三倍的信贷额度。使得供应链上的卖方、银行、贸易商、买方、展贸城、供应链企业各得其所,形成共赢。

全供应链管理理念的本质就是范围经济,即充分发挥广州光谷这一平台的功能,使这一资源通过多种用途实现其经济价值的最大化。

不得不承认,展贸城要实现促进行业成长的目标,不可能不影响到自身的短期利益及发展理念和模式。

在展贸城的建设过程中,一直存在两种不同的发展意见,即长远利益与短期利益的取舍与平衡。作为投资方的股东,希望自己在展贸城项目上的投资能够尽快收回并取得相应收益,因此,在一些制度措施的制定上会从自身利益角度出发,比如,在租金优惠期方面,有的股东提出免租期只能是三个月甚至更少。

“作为商人和投资者,这种做法是无可非议的,因为投资者的目的就是为了让在尽量短的时间内获得最大收益,这是一种经济人的理性行为。”黄荣新表示。

但作为具体的项目管理及实施者,如果单凭收回投资成本及获得回报出发,可能难以实现项目的长远良性发展。而且这也将不可避免地使展贸城难以摆脱旧专业市场发展模式只注重收租及短期利益的弊端。

“在实践中,我们采取的是一种兼顾短期利益及长远发展的均衡策略。通过为进驻光谷的商家提供全方位的增值服务,帮助这些企业赚钱,并促进行业成长,只有与企业共进,与行业共成长,广州光谷自身才能获得发展,才能实现光谷的长远发展,而不是只是想着眼收租,这是我们的竞争优势所在。”黄荣新表示。



LED 行业知名品牌齐聚广州光谷