



对获得的众多荣誉，何会长赞不绝口



何会长表示，重点扶持绿云尚都快速发展



欣然留名

# 中国商业联合会会长何济海亲临观音桥考察指导 绿云尚都品牌立市 引领西部服饰潮流

不到一个月，来自京城的全国知名行业组织高层和专家两度赴渝，考察指导绿云尚都国际时装城，这种不同寻常的举动一时之间惹得各地广泛注目，尤其是中国商业联合会会长何济海一行亲临现场考

察指导，更是在服装界激起惊天波澜。作为新兴专业大市场，绿云尚都国际时装城缘何受到如此青睐，获得空前殊遇，或许，何济海会长的一席话就是最好的答案。从综合指标考量，绿云尚都国

际时装城最有希望成为中国服装交易示范性市场，是可以率先施行品牌准入制，树立品牌市场运营标准的优良平台。在未来的市场竞争中，品牌经营是最大的核心竞争力。

## 绿云品牌折服行业高层

乘着重庆直辖10周年与获批国家级新特区的春风，2007年初夏，重庆再次赢得重要的战略资源倾斜，成为国家发展战略布局的幸运者和市场资本眷顾的投资热土。然而，当命运垂青于一座城市的时候，只有做好了准备的人才会第一时间向既定目标发起冲刺。

早在去年下半年，绿云尚都就开始了扎实的筹备与交流工作，开放的胸怀，精明的眼光，超前的理念，让该市场未开先热，只是让人没想到，在争相抢驻的滚滚人流之外，全国各行业组织高层也频频光顾，主动登门指导。对于这些花钱都请不到的商业大腕，显然，在绿云尚都确实是一种殊荣。13日上午，中国商业联合会会长何济海带领所属的商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙、中国商业联合会市场政策研究室主任傅龙成一行再度抵渝，专题考察调研平氏实业旗下的绿云尚都国际时装城项目。身为中国商业市场领域最为权威的行政管理高层，为何独对一个西部地区尚未正式运行的专业市场有这么高的兴趣，而且不远千里，在百忙之中亲临现场实地一观？

就在一周之前，中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙才刚刚赴渝，完成对以绿云尚都国际时装城为代表的西部专业服装批发市场的首次专题考察。或许正是得益于首次考察的成果，专家们发现，绿云尚都国际时装城作为新型专业市场的代表，不仅对西部和发达地区专业服装批发市场的未来走向，以及专业市场在整个服装产业链中如何充分发挥平台作用和资源聚合功能等核心命题，都具有其重要的标本意义。基于这些价值评判，返京第二天，专家组负责人中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙、中国商业联合会市场政策研究室主任傅龙成一行再度抵渝，专题考察调研平氏实业旗下的绿云尚都国际时装城项目。身为中国商业市场领域最为权威的行政管理高层，为何独对一个西部地区尚未正式运行的专业市场有这么高的兴趣，而且不远千里，在百忙之中亲临现场实地一观？

巧合的是，为庆祝重庆直辖10周年，中国商业联合会也正好应重庆市委、市政府领导之邀，来山城参加庆祝活动，于是，中国商业联合会会长何济海当即拍板，亲赴重庆观音桥绿云尚都国际时装城项目进行再研究。

## 创立标准兑现品牌价值

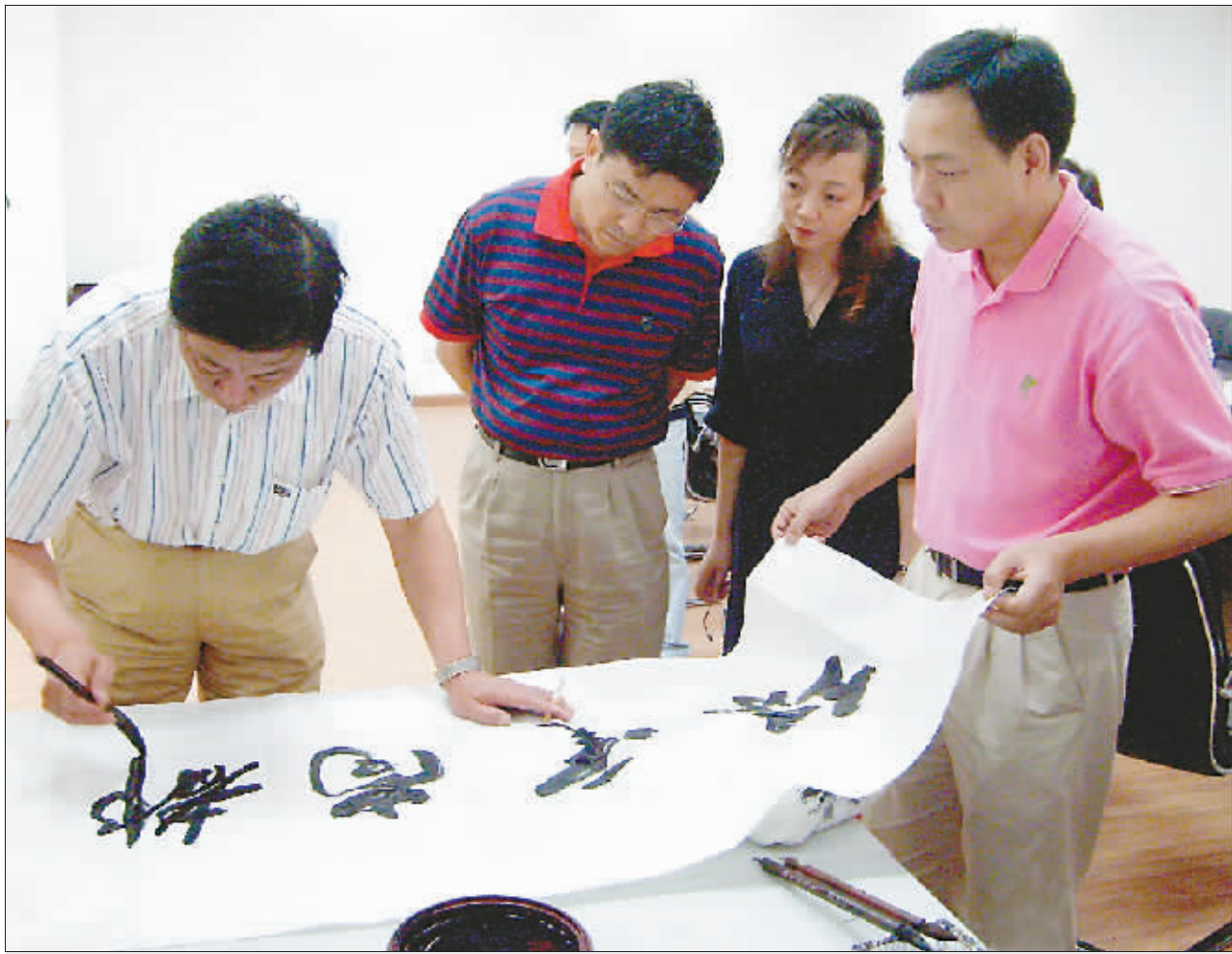
天公作美，凉热宜人。何会长一行行程安排十分紧密，13日中午，带着久违的兴奋与激动，考察组一行稍作休息便匆匆赶往此行的目的地，位于观音桥步行街的绿云尚都国际时装城。在按下时间的快门，不论是在会议室的现场会诊，还是参观和浏览项目周边的交通流向，以及对大楼改装实施进度的评估，来自北京的专家们无不兴致勃勃，丝毫没有长途跋涉的疲态。

何会长一行显然是有备而来。在观看了10分钟的项目介绍短片之后，与会专家纷纷建言献策，为绿云尚都国际时装城的发展支招。

中国商业联合会何济海会长首先充分肯定了绿云尚都国际时装城的突出市场价值，认为该项目非常贴近服装厂商和终端消费者的需求，有效实现了关键环节的突破，如交易功能向电子商务方向发展，有效实现了生产企业对贸易流通多渠道立体交通的联结，因而对品牌服饰的带动作用将十分明显。

对于绿云尚都国际时装城的发展前景，何济海会长显然寄望甚高，叮嘱投资人，真正的品牌市场必须找准自己的着力点，不单是要强调规模，尤其要注意规范。具体说来，就是要树立行业标准，从生产企业的制造环节，到市场流通领域的销售环节，到管理环节都要通过标准来控制，以实现科学发展。如此一来，品牌市场才具有长久的生命力和突出的竞争优势。像欧美等发达国家，现在都是通过树立、制造标准来拉开竞争距离，达到聚合资源核心控制的目的，只有这样才能够形成真正的国际竞争力。重庆虽然地处西部，但潜力大，资源丰富，政策环境好，制度优势突出，因此一定要大手笔、高起点发展，才能做到后来者居上。

作为我国最权威的服装专业市场运营专家，骆毓龙秘书长也不吝赐教，除建议市场建立自己的品牌检测中心以尽快落实市场标准的创立外，他还为绿云尚都国际时装城的可持续发展提出了宝贵的意见。其认为，综观整个产业大环境，西部地区包括重庆等地服装业发展的概况是“资源大省、品牌小省”；再看产业流通环节，在中国服装市场竞争日趋白热化的今天，大型百货商场越



题写市场匾额

来越成为服装品牌实现高销售业绩的“直通车”。长期以来，几乎所有的国内品牌服装都无一例外地选择大型、高档的零售商场作为企业的“前哨阵地”，力求凭借优秀的商品质量结合优越的卖场环境不断提升自己的品牌效应和竞争层次。但同时，因各方成本的水涨船高而带来的较高价格也在相当程度上拉大了这些品牌与大多数消费者的距离。近年来，经营环境较差，市场细分不够，质量参差不齐，罕有大品牌进驻等老观念，也造成人们一直对服装批发市场抱有“批发无精品”的偏差认识。

服装批发市场将向何处去？骆毓龙指出，目前，中国每年销售量上亿元的专业市场有3300多家，在每年专业市场高达3万多亿元人民币的交易总额中，品牌市场的份额占到90%以上。交易额强劲呈现出向专业市场集中的趋势。显然，有品牌优势的专业市场已经在竞争中占据了主导地位。

由于绿云尚都国际时装城等新型现代化专业服装卖场的出现，使服装经营厂商在传统运营环境下面临的诸多尴尬很快得以改变，零售商场固然有其客户消费能力较高、层次清晰、市场区隔明确等不可替代的特点，但现代化的大型服装品牌批发市场也具有零售商场不可比拟的强大优势。通过产销一体、物流大进大出以及由于规模化经营所带来的低成本运营，将给消费者带来巨大的实惠，在商场买一套衣服的钱可以拿到批发市场买两套，同样的品牌，不一样的结果，相信谁都不难做出选择。

因此像绿云尚都国际时装城这样的现代大型服装品牌批发市场，将是未来服装流通渠道的主导和决定性力量。

在座谈会上，具有多年市场运作经验的绿云尚都国际时装城投资人，也围绕服装品牌代理商、服装品牌与大型商场之间的关系等问题发表了自己的独到见解。“服装品牌与专业品牌市场之间是一种互相依存的紧密关系。绿云尚都国际时装城要成长为西部地区首屈一指的高档品牌服饰批发基地，首先需要站稳脚跟，赢得广大西部品牌服饰包括渝派服饰厂商的高度认同，因此，我们期望通过创立行业标准，成功延伸绿云尚都的品牌价值，为广大品牌服装厂商的西进和战略扩张，提供强有力的平台支持。”

暖阳普照。不知不觉中已是下午3时，由于下午还有重要的政务活动，中国商业联合会会长何济海、中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙一行不得不与市场负责人话别。写得一手好字的何济海会长临行时直抒胸臆，特别为绿云尚都国际时装城题写了牌匾，并一气呵成，欣然题下“绿云尚都，开拓创新，引领西部”几个苍劲有力的大字，钟爱之情溢于纸背。

上车后，何济海会长还特意叮嘱随行人员，把刚拟定的全国专业市场品牌标准资料准备好，返京后立即寄送绿云尚都国际时装城，希望市场负责人好好消化吸收，并切实运用到和贯穿到市场的实际运营中去。

## 产地大户抢驻皮草专区

行业最高权威人士对绿云尚都国际时装城的首肯和高度认同，已经成功验证了市场坚守品牌创立品牌的价值所在，其对于行业资源、品牌厂商的强力聚合效应也是显而易见的。离渝前，中国商业联合会负责人郑重作出指示，把绿云尚都国际时装城纳入中国商业联合会全国重点联系市场，并将为其品牌市场的打造采取多种形式的扶植措施，其中包括组织西部品牌市场高峰论坛、筹备重庆有史以来最大的一次品牌服装交易博览会等重大活动。

正是品牌厂商的强力聚合，才能确保市场的长盛不衰。很多深谙市场运营之道的行家里手都知道，只要能吸引品牌厂商的大规模进驻，市场就成功了一半。绿云尚都国际时装城以卓绝的市场运作能力，在全国同类专业大型市场的品牌起跑线上，一骑绝尘，赢得了宝贵先机，自然也会迎来服装品牌厂商的格外青睐。

10日，热闹的招商中心人流如织，一拨接一拨外地口音的到访者令厅内顿时更显得拥挤。原来他们是来自浙江和南京的服装厂商，通过朋友介绍得知，重庆最近建成一座绝佳的新型服装批发专业市场。在初步了解了相关情况之后，一直苦于缺乏理想销售平台的几位生意伙伴立即相邀，趁周末搭乘飞机到重庆一探究竟。由于事先市场招商中心人员并

不知道会一下子有这么多家厂商突然驾临，差点点头难顾尾，幸好此前已经积累了相当的集体客户接待经验，在告知市场负责人后，立即临时把接待地点放在了会议室。

凑趣的是，他们同样也是冲着绿云尚都国际时装城的皮草经营专区而来，与此前签约集体进驻的海宁帮不同，其成员构成比较复杂，而这批厂商中有几位是来自全国最大皮草加工生产基地浙江桐乡市的企业代表，还有南京某大型国际皮草经销商和实力派资深品牌经营商。其中，领头的浦先生快人快语，声称自己关注绿云尚都国际时装城项目已经有一段时间，非常看好其发展前景，所以希望能与市场达成长期合作，把绿云尚都国际时装城作为进军西部地区的一级批发基地。

“在浙江桐乡我们这样的厂家有300多家，很多都想来西部市场设立自己的品牌流通渠道，起码要50至80个大型铺面，每家铺面至少几百平方米。”浦先生一行显然来头不小，而且思路也与内地厂商有显著差异。比如对同行业竞争等敏感问题，他们也毫不避讳，不但不排斥，反而希望有一大批品牌商家厂商都到这里来，恰恰更容易形成规模经营优势，利于同行相互促进，市场也才能更快的做好做透。

据悉，浙江桐乡与海宁地理位置相邻，两地近年的支柱产业均定位于皮草行业，而且都已经形成蜚声国际的产业性基地，但前者则集中于皮草的生产加工，海宁则侧重于流通经营，由于有原辅材料及加工生产等规模化优势，10年前桐乡产品便大量销往意大利等发达国家和地区。但大多是为国际知名品牌贴牌，近年才逐渐开始转向国内市场，做自己的独立品牌。浦先生经营的厂房有上万平方米，每年的产值达数千万，预计年内

新厂房投产后，每年可达上亿元的产值。

和普通商家不同，他们在交谈中首先关注的不是租金价格，而是市场的定位及未来发展的整体战略构想。来自南京的杨总便现身说法，讲起自己在浙江常熟的一次经历。某家市场为吸引其进驻，几千平方米的面积，两年只要10万元的租金。后来由于市场人气不够，一年下来，杨总的货品仅卖了2万元，连员工工资都不够支付。所以杨总得出结论，市场缺乏品牌意识，缺乏长久的发展前景和动力，别说降低租金，就是白送也不能去，也不敢去。这些征战商场多年的品牌经营者笃信，商铺价格不是问题，更重要的是市场方有没有能力把市场做好做旺。做不好，白送免租也没有人愿意来，做好了，不但价格不是门槛，市场就是想赶也赶不走。

绿云尚都国际时装城尽管占据观音桥商圈这一绝佳地段，所开出的租金却只有不过每平方米200多元，商家们算得很清楚，同样的地理位置，绿云尚都国际时装城的租金不到其他服装批发市场的1/2，但经营环境和前景却大相径庭。当然，拥有优势资源的绿云尚都国际时装城，也深知品牌厂商对于市场环境的正向促动价值。较低的租金只是市场进行品牌培育的措施之一，但这样的优惠政策也只针对品牌经营厂商。为确保品牌市场的进入门槛，入驻商家要向市场方交验自己的详细品牌经营资料，以及资质证书。由于严格的准入制度，已经有不少缺乏品牌经营理念和实力的商家被市场一一婉拒，即使你愿支付更高的租金。因为市场方明白，如果仅仅为了暂时的轰动效应和一点蝇头小利，而对一些缺乏品牌经营理念的商家网开一面，最后很可能导致管理和整体经营定位的缺失，从而使市场长期发展受累，无法快速做大做强。

宾主双方交谈甚欢。在与市场方就租赁经营等问题进行相关沟通后，身兼当地行业协会理事成员的浦先生还自告奋勇，要回去动员当地的亲友和商业同行一起到这里来设立集生产流通于一体的战略性基地。当听说绿云尚都国际时装城很快将启动全国招商，而且要到浙江等服装产业集聚地直接与大型品牌服装厂商进行定向接触后，浦先生一行更是兴奋，当即便向市场负责人发出了口头邀请。

走出去，请进来。绿云尚都国际时装城全国品牌招商不仅成功迈出第一步，众多品牌厂商更是不请自到，纷至沓来，这预示着一座散发着巨大魅力的财富高地已经拔地而起。

本版撰文 华孙菁



“绿云尚都，开拓创新，引领西部”

## 绿云石都喜迎京城大佬

专业调研来不得半点虚假。为了对项目包括项目的投资方平氏实业的市场运作能力和经营现状有更为彻底、明晰的了解，何济海会长一行首先专程驱车到九龙坡区的绿云石都建材市场现场考察。

连续数天阴雨绵绵的山城一扫阴霾，难得一见的阳光冲破云层。一进入绿云石都建材市场宽阔的大门，贵宾们就看见场内川流不息的运货重卡丝毫不亚于市场外面的主干道路虎路车的滚滚车流，上下忙碌的商家往来如穿梭，在市场管理人员的指挥调度下，一切又显得有条不紊，井然有序。与之一旁的石材市场同样也呈现出交易旺盛的繁忙景象。

据市场管理人员讲，绿云石都建材市场总面积约20万平方米，出租率达100%，由于交投两旺，甚至不少来迟一步的品牌经营大户也不得不排队等候入驻。去年绿云石都建材市场交易总额已达到60亿元，已被列入重庆市5大重点培育的100亿交易市场，同时它还是全国百强专业市场。今年年交易额有望再度大幅增长，将达到创纪录的70亿元，将位居西部石材和钢材专业市场的第一位。

一个默默无闻的专业运营商居然能在资源相对贫瘠的西部取得如此佳绩，这令见多识广原本带有几分怀疑眼光的考察组官员和专家们惊叹不已。然而眼见为实，中国商业联合会会长何济海在考察结束时兴致盎然地作出了以下评价，绿云石都建材市场的成功运行，已经充分证明了平氏实业高超的市场运作能力和管理技巧，这也为正在建设运作中的绿云尚都国际时装城项目提供了强大的资金、管理和品牌支持，只要充分认识服装产业的客观发展规律和行业特性，绿云尚都国际时装城项目有望成为平氏实业的又一个增长点，并成为西部专业市场运营商典型的成功范本。

链接