

广州的商业环境 与香港品牌的选择



一、香港与广州的关系十分密切

- 大家知道，香港与华南的关系犹如亲戚关系、乡里关系、邻居关系。所谓远亲不如近邻，省港本是一家人。



1、地理毗邻

- 同一纬度，亚热带气候。香港一有风，广州就有雨。两地同此凉热。



2、同声同气

- 白话圈（粤语圈），省港澳、广佛肇。亲戚圈，朋友多、同学多、熟人多。



3、世代交往

- 省港两地有三代人以上的商业交往历史
- 第一代，上世纪三、四十年代，华南富商多过香港发展，两地商业互相交往。香港火轮通达珠三角的繁华市镇。



- 第二代，上世纪七、八十年代，边境通关，改革开放，许多港商到珠三角投资办厂。三来一补的出口加工企业遍布珠三角。
- 第三代，上世纪九、十年至本世纪头十年，香港品牌纷纷进入华南，生根发芽，开花结果。
- 因此，香港连锁品牌在华南拓展，有许多得天独厚的优势，其中最重要的一条就是——人脉优势。

二、华南消费者需要香港品牌

1、2010年收入水平

华南地区经济发展迅速，人民生活水平日益提升，市场空间巨大。
2010年广州市GDP为10604.48亿元人民币，常住人口1270.08万人。
2010年人均GDP为人民币83494元，折合美元为12332美元。
2010年，广州社会消费品零售总额为4500.76亿元人民币。

2、消费品味个性化

- 由于毗邻港澳，海外亲戚多，华南消费者较之于大陆其他省份，较早接受世界先进文化和时尚元素、开放包容，追求个性化消费。

3、各地在城市化过程中商业物业大量建成， 渴求品牌进入。

- 单讲广州，亚运会前后各种MALL、城市综合体等商业物业就增加了100多万平方。新商业物业的大量出现，需要更加大量的品牌商家进入经营。



广州新中轴线



珠江新城



三、外商投资企业已成为广州国民经济重要的组成部分

- 近几年，来广州的外商投资愈来愈多。欧洲、美洲、澳洲、非洲、日韩、中东的新客商不断涌现。至2011年9月底止，广州有外商投资企业10358家。比2010年增加6.43%。

不少香港連鎖商業品牌在華南取得成功

香港連鎖商業品牌在國內發展的成功案例

品牌名稱	品牌標志	全國銷量	網點數	廣州網點數
周大福		周大福珠寶每年銷售額達 300 億港元。IPO 估值 3000 億港元。	周大福在中國擁有超過 1506 家實體店鋪。其中內地 1417 家。	18 家
百麗		2010 年營業額超過 237 億元人民幣。	在中國擁有 13500 家分店。	
百佳		2009 年銷售額 100 億元。	在香港、澳門和中國大陸有超過 250 所分店，其中近五十間為超級廣場及購物廣場。	15 家
屈臣氏		2009 年銷售額 35.8196 億人民幣。	在中國 100 多個城市擁有超過 700 家分店。	45 家
G2000			在中國擁有近 200 家分店。	12 家

- 所以说，外商、港商投资企业已成为广州国民经济重要的组成部分。

四、香港连锁品牌如何在华南拓展 (两点建议)

- 1、战略选择
 - 商场如战场，品牌更需要行兵部局。
 - 香港品牌选点布局必须有自己的路线图。清楚自己品牌的定位。
 - 建议香港品牌从自己的经营定位出发选点布局。高端品牌可以直接进入核心商圈，占领制高点；中小品牌则可以进入次核心商圈、成长性商圈，蓄势待发。
 - 香港连锁品牌时尚性、个性化特征明显，其发展应以华南地区中心城市为重点目标，中小城市并不适合作为首选点；进入华南，应以超级城市广州、深圳为首要目标，尤其是广州。

- 2008年底，国务院出台《珠江三角洲地区改革发展规划纲要》，将广州在内的珠三角地区的改革发展提升到国家战略层面，明确提出广州要强化和提升“国家中心城市”的功能地位。
- 品牌的推广有时间差。顺着城市规模序列推广，从大城市——中小城市——县城市镇，一般3至5年一级。由上向下幅射，如水银泻地，向珠三角、向外省，逐步扩散，顺势而成。
- 一个地标性的mall可以使最先进入的品牌，发展为一个遍地开花的品牌。广州的mall窗口示范效应明显（如天河城引领风尚15年，培育了众多品牌走向全国）。选择了广州，就选择了未来。

— 2、渠道选择（铺位选择）

- 广州的商业零售渠道大致包括三大渠道：

- 1、传统商圈——街铺为主。
- 2、新兴商圈——商场铺为主。
- 3、百货渠道。

1、传统商圈——街铺为主，租金水平高：主要集中在老城区。有北京路、上下九、农林下、江南西四个商圈。



上下九商圈



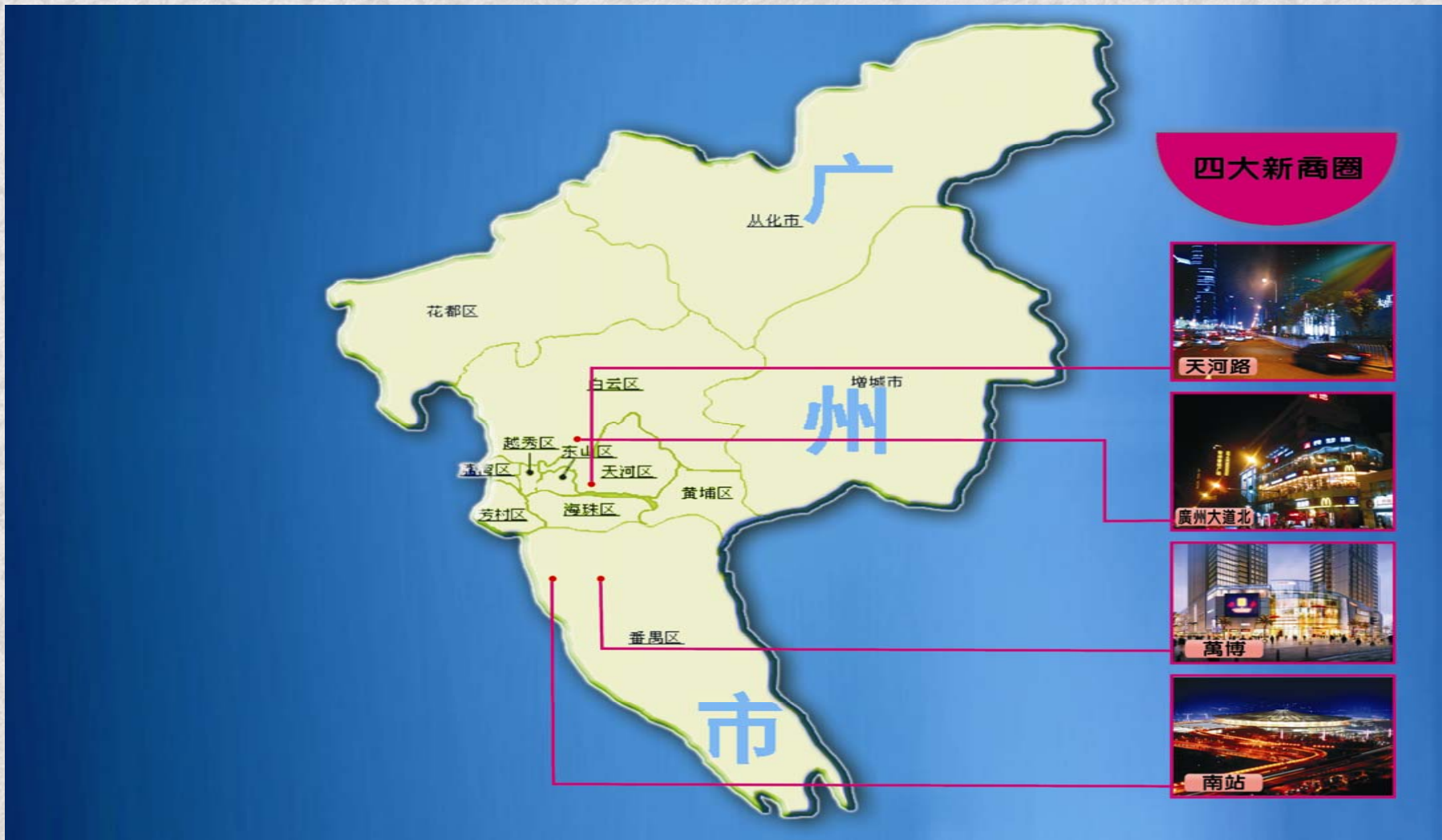
例如上下九商圈，有几百年的历史——以街铺为主。最大的商场广州妇儿商场不过8000m²。街铺租金水平2000元——3000元/m²/月，平均年升幅10%-20%，平日人流40万，节假日人流接近百万。

北京路商圈



北京路商圈有50年历史——广百、新大新、天河城、广百风尚、街铺较多，租金超过3000元/m²/月，平日人流60几万，节假日人流超过百万。

2、新兴商圈——以商场铺为主，主要出现在近十几年发展起来的东南部新区。如天河路、广州大道北、迎宾路、广州南站等商圈。



天河路商圈

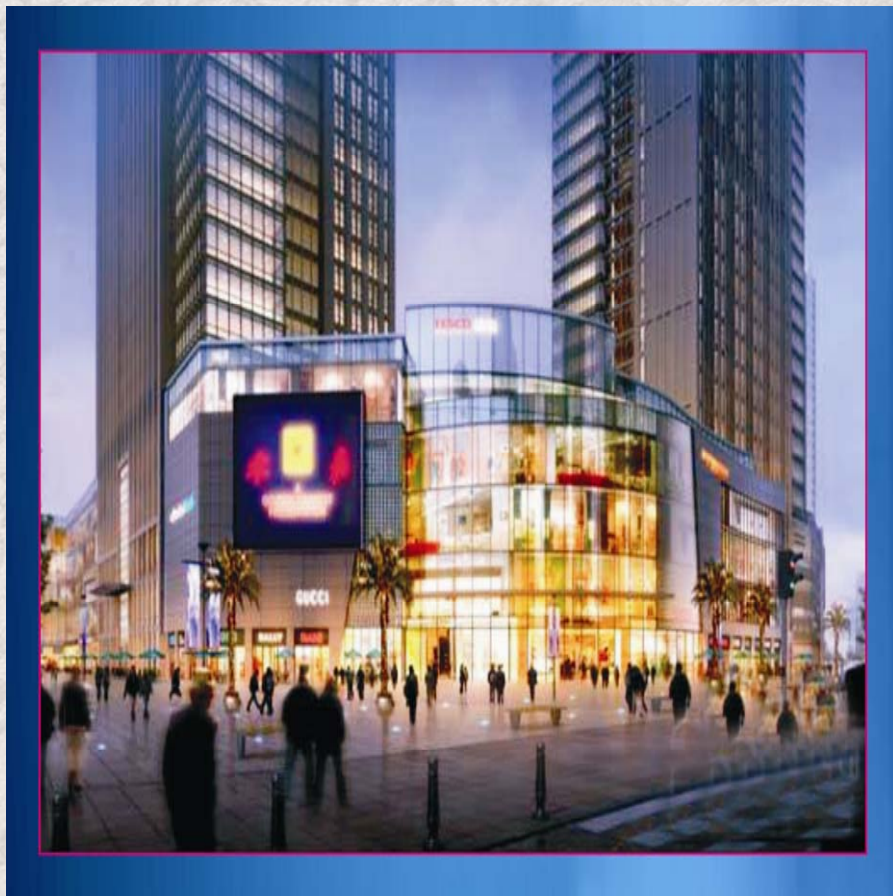


- 天河路2.8公里长。华南第一商圈。为复合型的购物、休闲、餐饮、娱乐商圈。四大mall：天河城、正佳、太古汇、万菱汇。四大百货：广百、友谊、天河城、摩登。商场铺为主，共有超过200万平方的商场铺。



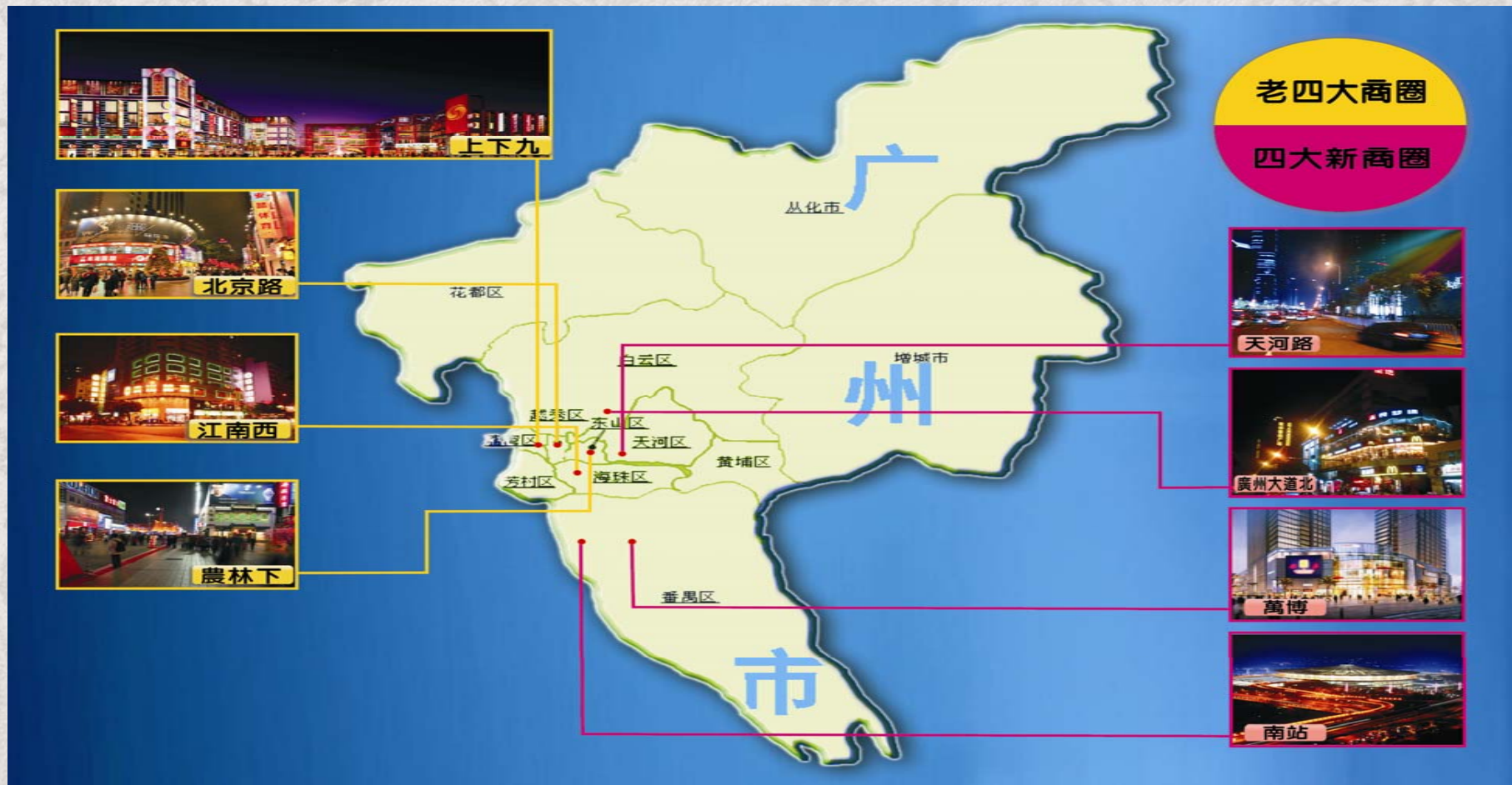
- 上个月开业的太古汇，为广州带来50多个国际一线品牌、100多个国际二线品牌。现在的天河路，大至汽车，小至皮具，均可购得；高如金领，低如学生，都有去处。天河路已经成为复合型的华南第一商圈。

迎宾路商圈



迎宾路商圈——万博购物广场、山姆店、海印又一城、万达广场等。规划有超过100万m²的商场物业。建成后将成为广州市的第三大商圈。

广州的新老商圈在聚客力、影响力、和辐射力上各有特色。香港品牌应根据自己的品牌定位来选址选点。



3、百货渠道——广州各百货门店数：

- 广百7家、摩登6家、友谊4家、天河城百货4家、新大新4家；
- 还有：东百2家、王府井1家、美东1家、新光1家、番禺友谊1家、万千1家。各大百货合共31家门店，接近100万平方的商场面积。
- 百货公司采取的是联营分成制，通常是系统合作，进入成本较低。



广告推广

- 广州广告业发达，国际4A公司和广州4A公司在全国领先，还有许多市场调查公司、品牌顾问公司。品牌拓展可以与这些公司建立关系，开展市场调查，拓展策略咨询和媒体投入策划实施等工作。
- 广州4A广告公司20多家会员，人才多与国际4A公司互相流动，但收费合理，创意前卫。香港品牌，可以根据自己的市场战略来选取适合的广告公司。

政府政策

- 1、税收政策的倾斜
- 国家财政部、税务局即将出台“营转增”制度，即中小企业营业税转为增值税征收的制度。届时中小微企业的税负将会减轻。上海正在试点推行。

- 2、商务部将出台新的“扩进口”措施
- 未来五年，中国进口总规模有望超过8万亿美元。到2015年，社会消费品市场规模将接近5万亿美元。为此，商务部关于扩大进口的细则已经成文，上报国务院待批准。主要内容就是更好地协调各部委，为进口企业提供一站式便利化服务。广东、上海已经先试先行。

- 3、商圈融资
- 近日，商务部与银监会联合下发《关于支持商圈融资发展的指导意见》，鼓励中小企业“抱团”向银行和担保机构融资，有助于促进商圈发展，推进商贸服务业结构调整和升级。

合作搭档

- 广州连锁经营协会会员的情况
- 广州连锁经营协会拥有200多个声誉和业绩俱佳的品牌连锁企业，会员企业的经营业态覆盖百货、超市、专卖店、大卖场等多种零售形式。
- 会员门店数共10290家，占广州市连锁门店总数的80%；销售额共1800亿元人民币，占广州市连锁门店零售总额的86%。

广州连锁经营协会主要会员情况

品牌名稱	門店數量	分布地區
廣百	15	廣東省(廣州、新市、揭陽、花都、從化、肇慶、湛江、茂名、惠州、深圳)、湖北省
友誼	6	廣東省(廣州、佛山)、廣西省
摩登	6	廣州市各大區
華潤超市	2593	華北、華東、華南地區的十多個城市。
蘇寧電器	1350	覆蓋全國所有重點城市和部分縣鎮級市場。
颐高集團	40	北京、上海、廣州、深圳、重慶、杭州、天津、西安等

- 此外，华南地区商业地产积极参与广州连锁经营协会举办各项活动。
- 因此，广州连锁经营协会对华南地区的新物业的发展态势了解比较多。

- 我们广州连锁经营协会愿意为香港品牌进入华南发展牵线搭桥，因为为香港广州两地的连锁品牌结成连理提供服务，是我们的职责所在。
- 俗语有讲，来得早不如来得巧，欢迎各位香港朋友来广州考察。

多谢！