

先生认为,虽然说“商业+地产”模式在成长的过程中遇到了问题,但是任何事物发展过程中必然要经历的,只要对症下药,“商业+地产”模式还是能向健康良好方向发展的。

“商业+地产”要克服成长中遇到的问题,必须注意三点,即理性开发、注重规划与加强管理,同时,还要把这三点有机结合。

理性开发,就是要求房地产开发企业面对商业地产开发商机,应该审视度势,充分运用科学的发展观,有目的有选择性地开发,既要研究和调查现有人口、生活水平与可支配的购买力,又要预测未来的发展前景和发展趋势,特别是要掌握城市发展的总体规划,不要

盲目开发,盲目开发极易出现商业地产泡沫,造成有“场”无“市”,资金链断裂,增加中小企业的投资风险。

注重规划,要求开发商进行商业地产开发,在前期规划中一定要彰显自己的特色,打造专业统一的品牌,商业地产中不可取的模式是“零散店铺经营模式”,当代商城、华能大厦等,都是失败的典范,作为消费者,更愿意选择专业化经营的店铺,即使是零散式的,但是给消费者的是整体统一的感觉,注重前期的专业性规划,能更有效的规避后期的中小业主经营风险。

加强管理,“商业+地产”的成功不能仅仅从其前期销售的火爆情况进行判断,更在于后期管理的

水平,开发商在前期对现代商业的业态、管理模式进行充分的了解情况下,对中小企业进行统一管理和经营,建立一套经过论证的规范化的管理体系,管理体系还分为人才管理体系和运营管理体系,人才管理要求建立复合型人才储备,运营管理体系则要求加强后期的物业管理。

综合而言,理性开发是一个项目能否成功的前提,保证项目朝健康、良性的态势发展;注重规划则是一个项目能否成功的根本,也是项目是否具备核心竞争力的保证;后期管理则是一个项目能否成功的关键,保证项目具备可持续发展之势。

澳柯玛电动车 挥戈“南征”

正当国内电动车行业发展得如火如荼、众多电动车厂家加紧在全国跑马圈地之际,有电动车行业“黑马”之称的澳柯玛,也在紧锣密鼓地谋划着自己的战略布局。前不久,澳柯玛电动车事业部在浙江嘉兴筹建分公司,最近又在杭州频频露面,隆重召开新闻发布和产品推介会。种种迹象显示,称雄北方电动车市场的澳柯玛,近来加紧了进军南方市场的步伐。

随着自身在电动车项目上的迅猛发展,澳柯玛在该领域的发展雄心也日益显现。澳柯玛电动车于2002年底投产,2003年便实现销售量6.8万台,今年有望实现产销量20万台的目标,在短期内跻身行业前列。按这种发展势头,到2008年澳柯玛电动车年销售量将达到100万台以上,成为行业的领头羊。

为了实现这一目标,澳柯玛加紧了在全国市场的凌厉攻势。经过努力,澳柯玛电动车在北方市场力压群雄,今年上半年,澳柯玛电动车在北方市场的销量居各类品牌之首。在北方市场站稳脚跟之后,澳柯玛遂将目光放在了广阔的南方市场,而浙江市场,首当其冲。

浙江地区是国内电动车最先“发迹”之地,是国内电动车生产大省和消费大省。目前全省电动自行车生产企业有250余家,配件生产厂家更是数以千计,有着较为完整的电动车产业链,技术和市场运作也很成熟,电动车产业环境较为优越,加上当地经济发达、信息便捷、物流畅通、市场分布广的区位优势,作为南北枢纽的地缘优势,所以浙江成为众多电动车厂商必争之地,对于澳柯玛来说,浙江更是其进军南方市场的“桥头堡”,占据了

浙江市场,南方市场便豁然打开。

澳柯玛加紧了在浙江市场的各项部署。2003年10月份,澳柯玛斥资2000万元,在浙江嘉兴成立澳柯玛浙江新能源电动车有限公司,成为澳柯玛电动车项目的信息中心、物流中心和南方市场的重要生产基地;之后,澳柯玛又开始铺设自己的销售网络,采用直销、代理、零售、超市、专卖店等多种形式,形成疏密有序的市场营销网络;最近澳柯玛又接连召开新闻发布会和产品推介会,用产品对该市场进行强力的渗透。

浙江地区电动车品牌林立,其竞争激烈程度可想而知,而澳柯玛此次挥师南下,有种“明知山有虎,偏向虎山行”的味道。人们不禁要问:澳柯玛此次“南征”作战,到底胜算几何?

澳柯玛称,自己已形成年产50万台的规模,规模效益明显。技

术方面,柯玛在电动车的电池、电机、电控这三大核心技术上相继取得重大突破,如采用了代表行业发展方向的高效率无刷电机,在行业内率先推广锂离子动力电池等。另外,为了满足市场多样化需求,澳柯玛实施产品多元化发展策略,除了电动自行车外,澳柯玛还推出了电动旅游观光车、电动高尔夫球车、电动平板货车等车型。另外,澳柯玛宣称,在行业内首屈一指的服务制度,是其在市场竞争中取胜的又一大筹码。2003年,澳柯玛结合电动自行车的电器机械部件的特点和我国南北季节的差异,在同行业中率先推出免费保养服务,从而使电动车用户享受到以往只有汽车这样高档消费品才能享有的超值服务;最近澳柯玛电动车对服务再次升级,推出了“360度服务”体系,在业界首先提出了服务营销新理念。

日前,海尔商用空调本部郑重向外界宣布:海尔中央空调服务模式再次升级,推出最新的“服务168”模式。它的最大特点就是:专业、放心。此种全新升级模式的推出标志着海尔在中央空调服务领域的创新迈上新的台阶,又一次走在行业的前列。

众所周知,在中国的中央空调领域,服务因其高度的专业化仍然是行业发展的瓶颈,也是众多商家进入这个领域的最难以逾越的门槛之一。目前,在中央空调服务规范方面,国家至今没有一个系统的体系和标准。因此无论是工程用户还是家庭用户都急切地盼望着中央空调服务的升级换代,不断地提高服务水平。

基于整个行业 and 用户的迫切需要,海尔中央空调在继“透明式”服务、一站式服务、“专业设计师”服务等模式之后又推出了升级换代的服务模式——“服务168”模式。

在海尔,服务是质量体系的延伸,它并不是产品销售环节的结束,而是一个开始,

海尔中央空调 力推“服务168”

是新产品开发的第一步。正是这条服务链,一端抓住用户的需求信息,一端连接着开发的前端流程。“服务168”模式的推出,必将加快信息的传递,更好地研发新的符合用户需求的产品,更好的满足用户的需求。

据了解,海尔“服务168”模式中,“1”代表一站式服务,只要用户一个电话,海尔中央空调将提供全程的设计、安装、维护服务;“6”表示六个月专业化保养,在用户使用海尔中央空调六个月内,海尔的服务人员将提供免费专业的“绿色清洗保养”服务,让中央空调不再成为细菌滋生基地;“8”表示选用海尔中央空调的用户,都将终生享受海尔提供的八个环节(设计、安装、监理、调试、回访、维护、清洗、保养)的全程跟踪服务。

海尔在提供一站式服务的同时,提供6个月的专业化保养,这无论在资金还是技术上,对任何一个企业来说都是一个很大的挑战,需要一个强大的服务网络支持,而且这是细化到时间对用户的承诺。在国内,敢向用户如此承诺的企业,必须拥有雄厚的实力,海尔做到了,这就表明了海尔在业界的地位和实力。况且在八个环节的跟踪服务中,每一个环节都是至关重要的,无论哪个环节出现问题,都将影响到中央空调整个系统的运行,给用户带来不便。海尔“服务168”模式的宗旨,就是“服务168,专业无牵挂”,在选择海尔中央空调时,专业化的、全程跟踪的、有体系保证的服务让用户不再有任何牵挂。

“服务168”模式是海尔中央空调在综合前期所有创新模式的基础上,整合全球开放系统内的资源,从具体的实践中总结提炼出的一种最具竞争力的服务模式。它不仅满足了用户的需求,而且对整个中央空调行业的服务发展进程也是一个很大的贡献,为国家相关部门制定行业服务规范提供了借鉴。据了解,在目前的中国中央空调领域,提供如此全面、专业的服务模式,海尔尚属首例。

本刊记者