

佛山传统商贸批发市场转型升级路径分析

王荣花 黄永娟 张晓芹

广东东软学院

DOI:10.12238/ej.v7i11.2072

[摘要] 佛山商贸批发市场的转型升级对佛山经济的发展起着至关重要的作用。如何抓住前所未有的发展机遇,助力佛山传统商贸批发市场成功转型升级是佛山市经济发展的关键。基于此,从现状分析入手,找出佛山传统商贸批发市场转型升级过程中存在的问题以及面临的痛点,并指出商贸批发市场转型升级的路径,推进传统商贸批发市场转型升级。

[关键词] 佛山市; 商贸批发市场; 转型升级; 路径

中图分类号: F722.4 **文献标识码:** A

Analysis of the Transformation and Upgrading Path of Foshan Traditional Commercial Wholesale Market

Ronghua Wang Yongjuan Huang Xiaoqin Zhang

Guangdong Neusoft University

[Abstract] The transformation and upgrading of Foshan Commercial Wholesale Market plays a crucial role in the development of Foshan's economy. How to seize unprecedented development opportunities and help Foshan's traditional commercial wholesale market successfully transform and upgrade is the key to Foshan's economic development. Based on this, starting from the analysis of the current situation, identify the problems and pain points in the transformation and upgrading process of Foshan's traditional commercial wholesale market, and point out the path for the transformation and upgrading of the commercial wholesale market, promoting the transformation and upgrading of the traditional commercial wholesale market.

[Key words] Foshan City; Commercial wholesale market; Transformation and upgrading; route

引言

商贸批发市场是衡量一个地区经济发展状况、市场繁荣的重要标志之一,是市场经济活动中最活跃的环节。近年来,佛山通过实施创新驱动,不断优化营商环境,推动了传统商贸批发市场不断升级发展。但新冠疫情发生以来,传统商贸行业受到很大冲击,不少实体门店经营困难,甚至倒闭。为此,积极帮助经营商户创新经营模式、拓宽销售渠道,提升传统商贸批发市场竞争力势在必行。因此,在经济高质量发展的背景下,如何抓住前所未有的发展机遇,找出佛山传统商贸批发市场存在的问题以及面临的痛点、难点、堵点问题,激发市场主体活力,推进传统商贸批发市场转型升级,促进消费扩容提质,帮助佛山打造岭南商贸名城,进一步推动佛山经济高质量发展,是当前亟待解决的问题之一。

1 佛山传统商贸批发市场的发展现状

近年来,随着经济的发展和城市化的建设,佛山市的批发商品交易市场逐渐壮大,成为商品流通的重要枢纽。从2006年到2021年,佛山市批发市场的数量总体呈现增长趋势,尤其是在

2016年以后,发展十分迅猛。但在2020年,出现了短暂的下滑,主要原因在于新冠肺炎的冲击,导致市场的萧条,经济水平的下降。从2005-2021年佛山批发市场销售额及增长率来看,佛山专业市场销售规模和销售额并没有随着固定资产投资规模和市场销售规模的扩大而增长,而是出现了3个拐点。首先是2005年到2008年呈现逐步下滑趋势,在2008年降到最低点,据年鉴知2008年的利润额是2005年的两倍,但经营利润却出现了严重滑坡,甚至低于国际金融危机期间的利润水平,市场出现了规模报酬和边际效应递减的现象;第二个小拐点是在2011年,第三个拐点是在2020年,销售额创新低,主要是由于新冠肺炎的影响。随着销售额的增加,市场库存压力逐步增加,尤其是矿产品、建材、化工产品等专业市场的库存随着销售额的增加所占比例逐年增长,产品销售难度逐步提升,意味着佛山专业市场转型升级迫在眉睫。

2 佛山传统商贸批发市场转型升级存在的问题

2.1 政策支持不足且缺乏针对性

虽然佛山市政府也出台了一系列打造营商环境的政策,但

对传统商贸批发市场的转型升级、创新发展等方面支持力度还不够,也缺乏针对性的优惠政策,甚至出现政策“真空”,导致无法对市场发展产生实质性的推动作用。另外,政府在市场转型升级、项目审批等方面流程较为繁琐,导致商家在实施项目时面临较大的困难,影响了市场转型发展的速度和质量。在资金方面,由于政府投入较少,难以满足传统市场升级转型的需要,也让市场的升级转型举步维艰。关于传统商贸批发市场转型的政策宣传和普及也不到位,导致市场内商家对政策了解不全面,市场方在实际操作中,可能难以享受到政策红利,经营商户无法充分利用政策优势来促进自身发展,最终导致政府推行的相关政策的实施效果并不明显,也让佛山传统商贸批发市场的发展及转型升级止步不前。

2.2 缺乏区域协调政策

顺应国务院和省委、省政府的决策,“大佛山”横空出世并批准成立,成为广东省第三大城市。但原有行政区域已历史悠久,也已形成促进各自区域发展的商贸批发市场,佛山市政府出台的政策中对于区域协调政策属于真空带,导致佛山各传统商贸批发市场之间的资源难以整合。^[1]商家各自为战,难以形成合力,相反,各市场之间甚至出现恶性竞争现象,这不仅导致商家利润空间压缩,还可能影响市场的长远发展。由于历史原因,五大区商贸市场重复建设现象严重,导致资源浪费,难以形成特色和差异化,也使得佛山传统商贸批发市场整体品牌效应不明显。此外,由于五大区商贸批发市场分属不同行政管辖区,又由于区域协调政策的缺乏,各传统商贸批发市场之间缺乏信息交流与合作,形成信息孤岛,这使得商家难以掌握全面的市场信息,限制了市场的发展空间。

2.3 市场竞争激烈

随着电子商务的飞速发展,使得消费者的消费习惯发生了很大变化,尤其是线上销售的便利性和价格优势,使得传统商贸批发市场出现无人问津的局面,商户面临的最大困境就是线下客户流量少。为了能够吸引更多客户,商户之间往往会通过降低价格进行竞争,众所周知,价格战不仅导致利润空间压缩,还会引起恶性竞争,并不是商家的明智之举。再者,竞争对手同质化产品现象严重,商家也很难在激烈的市场竞争中提升自身的知名度,更难以形成自己的品牌效应。虽然很多商户与其合作伙伴已形成了长期合作关系,但这种关系仅仅建立在利益的基础上,一旦利益受损很容易出现断链现象。为了应对激烈的市场竞争,各地传统商贸批发市场都在自寻出路,都希望凭借新媒体的春风走出困境,改善线下销售无人问津的局面。一些先知先觉的传统商贸批发市场,也有一些因疫情影响被迫先行的商贸批发市场,已在数字化升级转型中崭露头角。不仅如此,佛山传统商贸批发市场还要协调好五区资源,形成自己的品牌优势。然而,佛山传统商贸批发市场在品牌建设方面存在一定的滞后性,与南康、临沂等地相比,^[2]并不具备明显品牌优势,这也使得商家在市场竞争中面临巨大压力。

2.4 创新能力不足

传统批发市场在产品研发、营销策略等方面的创新能力不足,难以适应市场变化。在电子商务飞速发展的今天,商家对于多元化的营销模式还是很期望,但受限于资金、技术等因素使得采用新媒体方式进行销售难以开展。创新能力不足受多方面因素的影响,自主创新扶持政策普及度极低是重要因素之一。据了解相关部门在创新能力提升方面的投入确实不足,如在研发资金、技术人才等方面很少投入,很多商户也都表示出于资金压力、技术短缺等问题,线上销售模式无法开展。创新能力不足导致市场商户所提供的产品和服务同质化严重,缺乏差异化竞争优势,难以满足消费者个性需求。

3 佛山商贸批发市场转型升级的路径

3.1 宏观规划

3.1.1 明确升级转型定位,做好顶层设计。经过几十年的发展,又地处经济发达的珠三角地区,佛山五区已形成具有一定规模与竞争力的批发市场,但批发市场种类繁多,有综合类、陶瓷类、家具类等,也有近几年规划建设的水果类的批发市场。佛山市政府应根据市场原有的特点和优势,对现有批发市场进行定位,如专业批发市场、特色批发市场等,^[3]明确升级转型的方向,批发市场的建设发展中的政策支持也应根据定位实行差异化管理。佛山市陶瓷产业发展历程较长,且经过长期孕育奠定了较好的基础,佛山陶瓷作为地域特色产品,可以努力将陶瓷批发市场打造成为专业批发市场,集陶瓷销售、展销、金融、物流、餐饮娱乐等主题功能为一体。根据转型升级定位,政府应制定具体的项目策划和实施计划,做好顶层设计,明确实施主体、设定实施目标、找到关键要素、规划发展路径,保证落地实施。实施主体可以是政府部门、行业协会、企业或专业团队等,明确实施主体才有助于更好地推进项目实施,确保项目顺利开展。实施目标应与市场转型升级战略相一致,以数字化、智能化及绿色化为主题。政府对项目实施中的人才、资金、技术、政策等关键要素进行合理配置,根据市场转型升级的目标和关键要素,规划具体的发展路径。这里特别强调,应充分发挥行业协会在升级转型中的重要作用。一是扮演好“领航员”的角色,成立转型升级委员会,指导行业转型升级,利用批发市场职业经理人俱乐部,加强同行市场间的互动,实现资源的高度共享;二是扮演好“协调员”的角色,作为政府与企业的桥梁,为企业争取政府对市场转型升级的政策性扶持;三是扮演好“辅导员”的角色,作为综合性行业协会,以培训为切入点,组织投融资管理、电子商务、新媒体等各种专业辅导培训,推行点面结合、兼顾个性的精准服务方式,辅导+引导批发市场转型升级。

3.1.2 优化营商环境激发市场活力。为缓解传统批发市场疲软的现象,佛山市政府应积极优化现行营商环境,为企业和个人提供更好的发展条件,激发市场活力。首先,加大投入改善市场的硬件环境,改变购物环境的短板,具体市场设施包括:道路、停车场、公共卫生等基础设施和休息区、餐饮区等公共设施以及安全设施等,为商户和客户提供一个高效、便捷、安全的交易环境。其次,创新商业模式,政府应有相应的扶持政策,引导和吸

引商户转型升级,探索线上线下结合的商业模式,如搭建电商平台,开展跨境电商业务,提升市场的辐射力和影响力。再者,完善政策支持推动批发市场顺利转型,比如市场设施改造离不开政府财政政策的支持,吸引更多合作伙伴资源进驻市场需要政府税收优惠政策的鼓励,解决企业转型升级的资金压力需要政府提供融资支持等。最后,巩固、提升品牌形象,通过举办各种展览会、论坛等,尤其是大型的、国际型的展会,提升市场的知名度和影响力,塑造良好的市场品牌形象。

3.2 微观运营

3.2.1 五区联动,深耕已有资源,打造品牌优势。总体来说,佛山五区有陶瓷、家具、果蔬、花卉、钢材等批发市场。虽然有些批发市场也形成了较强竞争力,但与形成各具影响力、地域特色明显的批发商圈相比还有较大差距,如临沂批发商圈、义乌批发商圈等。因此,佛山市应借助已有资源打造品牌优势,进一步提升竞争力。首先,佛山陶瓷批发市场是全国最大的陶瓷销售地区之一,同时也是全球最重要的陶瓷销售地区之一。佛山陶瓷批发市场品类齐全,包括墙砖、地砖、厨卫洁具等,完全可以打造建材和家装类陶瓷的一站式采购平台。其次,乐从家具城作为中国乃至全球最大的家具市场之一,在国内外享有广泛的影响力。乐从家具城的商铺中,前店后厂式的商铺占一定比例,可借助这一优势打造家具产业供应链,形成原材料供应商—家具生产—批发商(经销商)—零售商(客户)的完整链条,增强链条上节点企业的合作关系,提升竞争优势。另外需要强调,无论是构建一站式采购平台还是打造产业供应链,配套的智慧物流配送体系是必不可少的。

3.2.2 以点带面助力市场升级转型。佛山易运农产品批发市场在成立之时就吸引了一批精英人士,并立足于自身优势,借鉴国内外先进的经营理念,全方位打造了电子商务、金融服务、智能仓储及智慧物流等服务平台。目前,易运批发市场落地项目有美菜、快驴等,通过这些平台增加了商户的销售渠道,更重要的是通过线上引流为商户带来更多商机。另外,位于瓷海国际陶瓷交易中心的燕巢亚泰企业也是升级转型中的佼佼者。燕巢亚泰

是一家高科技现代化大型仿古砖生产企业,由单一经营仿古砖到转型升级到主攻石砖后,定位也由中端转向装饰建材行业的最高端。目前也致力于打造E2E建材新零售平台,希望通过线上销售渠道拓展市场份额的同时通过线上销售渠道加快海外市场的开发。基于上述已有的基础,可充分发挥政府以及行业协会等机构的作用,对于传统批发市场中有技术基础、资金支撑、创新意识、人才优势等方面的市场或商户优先筛选,成立市场升级转型先锋队,率先做出成绩,从而吸引更多市场、商户升级转型。

4 结语

佛山传统商贸批发市场的转型升级不仅需要政府政策的引导和支持,更需要企业自身的主动求变。数字化转型是佛山商贸批发市场焕发新活力的关键所在。通过提升市场多元功能,推动向现代展贸交易中心、电商交易平台等方向的转型升级,不仅是自身发展的需要,更是区域经济高质量发展的必然要求。

[项目信息]

(1)本文系佛山市社科规划重点项目“佛山传统商贸批发市场转型升级路径与对策”(项目编号:2023-ZDB06)研究成果;(2)中国物流学会项目:粤港澳大湾区物流业高质量发展路径研究(2024CSLKT3-214);(3)佛山市社科项目:佛山预制菜产业高质量发展对策研究(2024-GJ083)。

[参考文献]

- [1]李薇,李晓峰.“一带一路”背景下广州商贸服务业发展研究—以广州专业批发市场转型升级为例[J],中国市场,2016(08):107-109.
- [2]刘丁仪.佛山专业市场发展现状及转型升级对策研究[D].华中科技大学,2017
- [3]刘伟中.广州专业批发市场转型升级的调查与思考[J].广东经济,2018(05):32-37.

作者简介:

王荣花(1977--),女,汉族,山西临汾人,硕士研究生,讲师,从事区域经济、物流与供应链管理研究。