

# 商业街区城市名片特质与营销思考

## ——武汉胭脂山衣坊建设城市名片的内外动力分析

潘黔玲

(武汉职业技术学院 湖北武汉 430074)

**摘要:**武汉胭脂山衣坊以其服装产业特色街区的定位,历经几年的建设,已经在武汉城市名片建设中崭露头角,对周边地区发挥着积极的辐射、带动作用,表现出了较高的地段价值。而进一步理清思路,正确定位,形成商业街区城市名片特质和积极的营销,则是武汉胭脂山衣坊打造城市名片的内外动力。

**关键词:**商业街 城市名片 特质 营销

随着市场经济体制逐步形成和完善,地区的发展、城市的发展乃至一个城市街区的发展,都离不开市场经济竞争机制的影响和作用。这必然要求地区、城市必须要充分调动内外动力因素,不断积蓄内力,并注重营销。武汉胭脂山衣坊作为一个商业街区,也会在城市经济发展的市场中,参与商业街区发展的竞争。对于胭脂山衣坊这样的商业街区而言,把握其建设城市名片的内外动力,对街区参与商业竞争,推进城市名片的建设具有积极意义。

### 一、城市名片效应是商业街区建设城市名片的内在动力

武汉胭脂山衣坊建设城市名片的实践,已经取得了初步成效。城市名片建设,为武汉胭脂山衣坊带来了全方位的发展。

首先,是推进产业的发展。胭脂山衣坊综合其历史发展、地域优势和人文社会环境等多方面因素,确定了打造服饰文化旅游街区的定位,其以服饰设计加工、布匹销售为内容的服饰文化业态已经深入人心,对相关产业和周边地区的发展有一定的带动力;

其次,大力推进了街区基础设施的建设。经过近几年的建设,衣坊所在的胭脂路环境得到很大改善,昔日老街的破败凋零不再,临街门面以灰红色为主调,中西合璧,展现出良好的街区风貌。整个街区街面干净,商铺林立,门面整洁。人们的生活质量得到提高。

再次,是街区整体实力和形象的提升。街区要发展,要想成为武汉市美丽的服饰文化品牌街,成为名副其实的城市名片,一要不断提升经济实力,二要不断提高基础设施建设水平,包括整洁的街区环境,便捷的交通,配套的商务经营和服务设施。

武汉胭脂山衣坊进行城市名片建设的过程,就是街区整体实力不断提升的过程,而街区整体实力的不断提升,又会不断地优化街区的经济和社会环境,吸引更优质的资源,从而促进街区的进一步发展,形成良性循环。因此,城市名片效应无疑是武汉胭脂山衣坊建设城市名片的内在动力。

### 二、激发商业街区建设城市名片的内在动力的根本在于要打造其城市名片特质

商业街区城市名片特质,即商业街区成为城市名片的内在品质。就武汉胭脂山衣坊而言,其城市名片特质体现在以下几方面:

#### (一)坚持建设服饰文化精品特色街的定位

定位是关于对胭脂山衣坊的发展建设目标、发展格局,

以及建设的途径、方法和重点内容的确认。通过分析胭脂山衣坊的内在优势和外部环境特征,对衣坊发展的相关理论问题进行梳理和确认,是衣坊健康、可持续发展的思想基础。

#### (二)通过打造人才磁场,促进人才集聚的根本途径实现衣坊业态优化

实践证明,通过打造人才磁场,促进人才集聚,并进一步发挥人才与产业的互动作用特别是人才的集聚对产业的反馈作用,是衣坊优化业态的根本途径。

人才集聚的积极效应,主要体现在增强衣坊的外部竞争力、促进衣坊规模和质量的生长,特别是有效推进衣坊创新能力和素质的提升,从而带来衣坊经济和社会效益的增长。

#### (三)坚持服饰产业的主导地位

2004年以来,胭脂山衣坊已经成为一条以布匹服饰零售批发以及服饰设计与加工一条龙服务为主体的商业街。服饰产业专业特色鲜明,产业的主导地位已经有了良好的基础。优化衣坊业态的重点不在于改变服饰产业的主导地位的现状,而在于丰富服饰文化产业的内涵,提升其层次,拓展其发展空间。

#### (四)完善、发展其他相关产业

促进与服饰产业发展相关的产业的共同发展,形成大行业效应,是优化胭脂山衣坊业态、形成其城市名片特质的重要方面。如咨询服务,服饰设计创意,服饰文化艺术,旅游服务和教育培训等行业,都有很大的发展空间。

咨询服务,主要是指为集体或个人提供与服饰文化相关的各类商务、生活消费及其他信息咨询及指导的行业。

设计创意,主要是为企业和个人提供服饰相关产品的专业化设计和开发业务的行业。目前,衣坊中现有的设计业务都较为被动,主要是应顾客需求的被动设计,主动开发设计的创造性劳动依然十分薄弱。

旅游服务业,主要是指与旅游行业紧密相关的旅游商品的开发和销售。胭脂山衣坊地处湖北省省会城市武汉,其所在的武昌区胭脂路正处在武汉市的核心旅游区,周边有著名的黄鹤楼、首义公园和长江大桥等景区,地理位置得天独厚,对市场广阔、前景看好的旅游业而言,大力开发具有浓郁的地方特色和丰富文化内涵的纪念品等旅游商品,以满足市场需求是旅游业的重要任务。

此外,以服装表演为代表的服饰文化艺术和以服饰文化课堂、行业技工培训为内容的教育培训行业等也应该成为衣坊业态优化过程中可以获得发展的行业类型。

### (五)开发重点产品、核心产品

胭脂山衣坊业态的优化,还离不开重点产品、核心产品。产品开发的重点应该放在具有高创意、高附加值和高知识含量以及地方特色、行业特色鲜明的产品上。比如,旅游纪念品、地方特色文化生活用品等。

### 三、积极有效的街区营销,是商业街区进行城市名片建设的外部动力

市场经济将我们的社会推向了营销时代。街区营销的思想来源于城市营销。所谓城市营销,是指城市根据其现有或潜在的目标市场,如市民、旅游者、投资者、企业、出口市场等的需求及竞争现实进行甄别、发掘和创造城市的价值与利益,通过设计、生产和提供比竞争城市更能满足城市顾客特定需求的城市产品或服务,来提升城市竞争力、促进城市发展的一系列研究、计划、执行和控制的过程。近年来,城市营销正日益成为增强城市竞争力、促进城市发展的重要战略手段。对商业街区而言,建设城市名片的过程就是形成市场品牌的过程,因此,积极有效的营销活动,是商业街区进行城市名片建设的外部动力。

武汉胭脂山衣坊的营销活动,对街区的发展具有积极的推动作用。

#### (一)树立市场营销的理念和运用市场营销的方法管理和建设街区

在进行街区管理和建设过程中,树立市场营销的理念是进行街区营销活动的根本。街区的管理者、经营者和居民在街区的管理、经营和社会生活过程中,坚持以消费者的利益为中心,关注城市消费者对街区发展的要求,从满足城市消费者的需求出发,确立街区地位,调整产业布局,开展管理、生产和经营。

就胭脂山衣坊而言,经营和管理部门在规划街区发展的时候,应该牢固树立市场营销的理念,不断满足城市消费者和旅游者对服饰制作、设计与销售及服饰文化的需求,不断优化衣坊业态,健全完善街区商务和生活设施,开发产品,提高服务水平,树立积极参与市场活动的商业街区形象。

#### (二)整合商业街区资源,发挥其资源优势,推进街区营销

根据城市营销的思想,城市环境、公共服务、人文历史等资源和发展潜力等都被看做是城市的产品,是城市营销的资源。因而,商业街区在确立目标市场并对目标市场进行创造、包装的过程中,也应该积极整合商业街区在公共服务、环境、人文历史等方面的资源,发挥街区优势,推进街区营销。

武汉胭脂山衣坊的街区优势十分突出。

首先,地理位置突出,交通便利。武汉胭脂山衣坊位于武昌胭脂路上段,地处武汉市中心地段,紧临长江。因其优越的地理位置和交通条件,自上世纪以来,这里便是武昌区重要的商贸中心,货物流通、人员往来十分活跃。

其次,历史文化条件优越。近代以来,武昌成为国内领先的文教中心。就拿胭脂路周边来说,其北段紧临有着深厚文化积淀的昙华林历史文化街区,周围遍布有着百年历史的大中学校,如中华大学、文华中学、华中大学等文化教育机构,是名副其实的武汉文教中心。胭脂路南段与建设中的首义文化园相连,使街区成为连接武昌两个著名的历史文化旅游片区的长廊,历史文化条件优越。

再次,智力资源得天独厚。湖北省美术行业的专业院校

湖北美术学院就在武昌区粮道街内,与胭脂山衣坊相临,其服装设计、卡通制作等专业在全省领先,拥有行业优势地位。

最后,有良好的行业依托。武汉胭脂山衣坊从当年的布料批发市场开始到顺利转型为服装、布匹销售为主要内容的服饰产业文化特色市场,其服饰文化、旅游服务的产业特征十分鲜明,在武汉市商业街区中,其行业优势突出。

#### (三)开发商业街区的目标市场,提高街区营销的针对性

商业街区的目标市场,包括街区的目标群体(什么人来消费街区产品)、目标产业(能提供什么产品以供消费)、目标区域(在什么范围内规划目标市场)等基本内容。

就胭脂山衣坊而言,其目标群体是市民和旅游者,街区能提供的产品和服务是服饰设计制作、销售,以及服饰文化活动,衣坊的商业目标区域开发的前景十分广阔,既要把握住周边居民的服饰文化消费市场,又要有开发市民对服饰文化需求的能力,还要进一步满足各地旅游者对旅游商品服务的需求。这是胭脂山衣坊提高营销针对性的重要方面。

#### (四)发掘商业街区特色,提炼街区个性,形成街区精神气质

一条商业街区,要么建筑有特色,要么业态风格突出,要么历史文化传统独特,总而言之,打造一个有着突出的个性,彰显独特的文化品位和精神气质的商业街区,无疑是营销活动的重要内容。

武汉胭脂山衣坊所处的胭脂路是首义文化圈地带的重要组成部分,又毗邻黄鹤楼、长江等核心景区,历史文化积淀丰厚;街区以胭脂山命名,街区建筑中西结合,街区标识“多彩魔方”色彩绚丽,寓意鲜明,这些都成为衣坊时尚、优美气质的外在表征。综合这些因素,富有内涵、品位高雅而又时尚,是胭脂山衣坊作为商业街区独特的精神气质。在街区营销活动中,这种独特的精神气质应尽力彰显。

如果说,商业街区的城市名片特质解决的是关于商业街区成为城市名片的内在品质,即名片如何打造的问题,那么,商业街区的营销解决的则是这张名片如何送出去,将商业街区展现在公众面前的问题,两者是武汉胭脂山衣坊这样的商业街区建设城市名片的内外动力因素。对商业街区建设城市名片的过程而言,都是必不可少的。

#### 参考文献:

- [1]陈章旺. 我国城市营销的现状、问题及对策[J].《福州大学学报》(哲学社会科学版),2006,1
- [2]张霞,蔡根女. 人才集群与产业集群的互动发展[J].重庆大学学报(社会科学版),2007,第13卷(5)
- [3]石定乐. 如何改善胭脂山衣坊业态的建议[J]. 武汉职业技术学院学报,2009,(1)
- [4]郭国庆,刘彦平. 树立城市营销理念,警惕城市营销陷阱[N]. 光明日报,2005.03.15.(B4)
- [5]郭兆平. 大连城市品牌文化建设的原因及主要对策分析[J]. 当代经济,2007,(12)

#### 作者简介:

潘黔玲,(1969—),女,湖北武汉人,讲师,硕士,武汉职业技术学院人文学院。研究方向:思想政治教育,区域经济,大学文化。