

通过竞争性思维开展区域营销

“

在企业投资意愿放缓,招商引资“狼多肉少”的客观形势下,区域在持续改善投资环境的同时,必须在区域营销与招商引资方面建立起竞争性思维。需要注意的是,竞争性思维要在区域整体定位、产业定位基础上,通过鲜明的区域形象定位、产业优势宣传、区域招商卖点挖掘,传递区域价值的特点,从而变“招商引资”为“招商选资”并切实提升区域商业价值。

王胤凯

明晰形象定位

研究表明,区域形象地位的第一名与第二名受关注度比例为97:3。

区域形象定位的目的,就是让区域成为“第一名”,其在区域总体规划中,是与区域定位、产业定位处于同等地位、必不可少的重要组成部分,更是快速传递区域“区位力、产业力、产品力、服务力”,助推本区在区域竞争与招商引资中脱颖而出所必须。

遗憾的是,由于形式上形象定位与产业规划关联性不强,部分单位在编制区域发展规划过程中,会

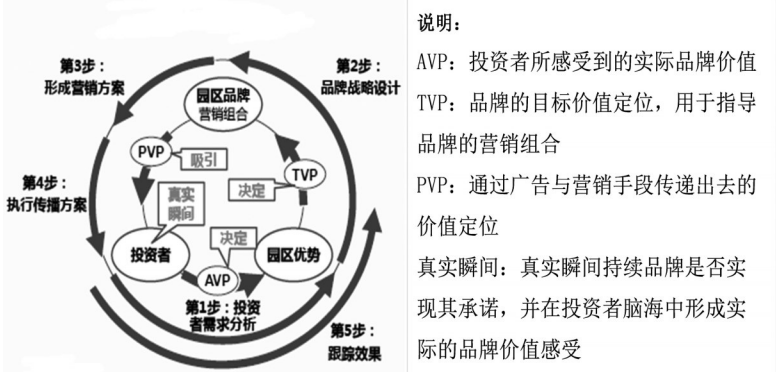
重点关注区域空间规划和产业发展规划,而忽略区域形象定位和定位语提炼,导致在后续宣传推广和招商引资过程中,难以快速鲜明传递区域及产业园区独特价值与特点,难以引起潜在客商重点关注。

大量案例与实践表明,借助和君的“十要素形象定位导出法”(见图一),基于对本区各要素拥有程度深入分析研究,以及语言的概括提炼,可以形成最适合本区域的形象定位与形象宣传用语,对清晰传达区域特点与竞争优势可以起到很好的作用。



(图一)

和君区域品牌战略管理模型与品牌传播推广五步法



(图二)

传递区域价值

市场竞争的本质是赢得消费者认知的战场。为此,有效突破并使区域品牌在潜在客商的心智中有效占位,是区域品牌营销的核心问题,更是赢得招商引资战的关键。

借助和君-区域品牌战略管理模型与品牌传播推广五步法(见图二),可以有效地指导、协助管委会及区属企业,把握区域品牌建设过程中“发现价值、创造价值和传递价值”三大关键环节,从而强化区域品牌的知名度、美誉度与优势市场竞争地位,增强区域竞争优势与招商溢价能力,促进区域发展从资源政策驱动向品牌竞争力驱动升级。

首先,提炼品牌核心价值:在研

究明晰区域产业发展要素与潜在投资客商需求,分析挖掘区域特点与独享价值。

其次,制定品牌战略规划:在区域品牌核心价值明确的基础上,研究并确定区域品牌建设目标与建设规划。

第三,拟订营销组合方案:在品牌战略规划基础上,系统设计区域品牌识别系统与宣传推广载体。

第四,实施传播推广计划:通过成功的营销组合方案与品牌传播计划,形成客商心中的首选品牌印记与高端品牌形象。

第五,巩固品牌优势地位:通过成功的品牌战略实施,促进区域变“招商引资”为“招商选资”。

精准招商规划先行

科学的产业集群建设规划、成功的区域品牌战略规划和系统的营销招商策略规划三者的匹配实施,可以有效提高区域产业竞争力和区域商业价值,加速区域实现良性运营。

然而,营销招商规划涉及范围广、研究维度多、专业要求高,缺乏视野格局与丰富实战经验者恐难胜任。

通常管委会或区域开发建设企业会借助外脑,或参照和君-园区营销规划研究逻辑(见图三),以提高区域产业集聚力与招商引资竞争力为导向,借鉴先进区域经验,结合本区实际与产业特点,制定并实施招商计划,提升招商引资效率效果和价值。

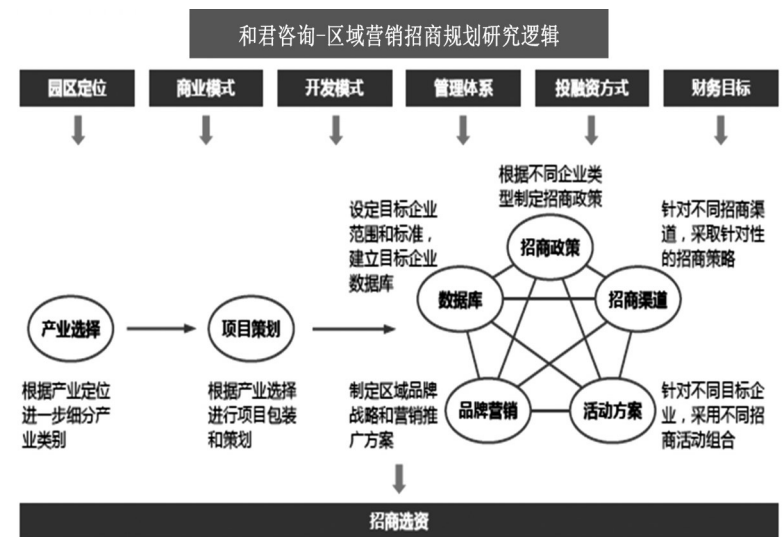
中国的开发区及各类产业园区经过这么多年发展,专业化、市场化和集聚化程度不断提高,招商引资

也已经从野蛮招商过渡到精准招商阶段。

例如,对于大型企业与中小型企业,就需制定差异化的招商政策:大型企业在未来更有可能自主形成一定的“类园区”的产业集群。因此,针对这类企业,需要将招商策略重点放在税收优惠政策、基础运营服务以及智慧园区、大数据应用等方面予以支持。中小企业内部往往存在大量的资源溢出和知识溢出,除在税收、基础运营服务等方面需要支持,更应在金融创新服务以及产业投资服务方面提供助力。

再如,从华夏幸福和联东集团的成功经验来看,产业集群的培育建设与区域的招商引资必须结合起来,要按照产业发展规划,在不同区域、不同发展阶段实施不同的精准招商方案与计划。

(作者系和君集团合伙人)



(图三)

《中国企业家报》集团

致力于企业、产业、园区评价
倾力打造中国企业与产业园区服务第一智库型全媒体
协力构筑“一带一路”园区建设国际合作联盟

三大新型专业服务

- ★企业园区招商引资服务
- ★企业园区资本运营服务
- ★战略性新兴产业服务

七大高端发展论坛

- 中国企业发展论坛
- “一带一路”园区建设国际合作峰会
- 美丽中国生态文明论坛
- 丝绸之路国际投资论坛
- 央企对接园区圆桌论坛
- 海峡两岸企业园区共建论坛
- 中国新三板价值创造论坛

八大品牌公信力(年度)榜单

- 中国企业十大新闻
- 中国企业十大人物
- 中国企业影响力百强
- 中国企业成长力百强
- 中国企业创新力百强
- 中国产业园区营商环境百佳
- 中国产业园区成长力百佳
- 中国产业园区创新力百佳

企业园区服务

- 智库型全媒体服务
- 战略性新兴产业服务
- 与资本市场衔接服务

《中国企业家报》1988年创刊,中国企业联合会、中国企业家协会主管主办,主要以企业和企业家为报道对象的中央级媒体,连续多年作为全国“两会”会议用报。2010年改制后突破单一平面媒体经营,实现了全媒体传播运营、企业及园区资源协作发展的业务转型升级,为企业提供专业新闻资讯及产业、园区发展综合服务,形成了独特的“新闻公信力+用户影响力+大数据支持+针对性创意+制高点活动+多维化服务”业务链条,是服务区域经济尤其企业及产业园区招商引资的专业机构、集团平台。

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

中国企业家报

品牌推广专线: 010-68701057
企业品牌服务专线: 010-68735792
园区品牌服务专线: 010-68735752