



市砂轮厂连续参展发展客户换回大批订单 20届博览会 一届都没落下

今年,已经70岁高龄的程显福刚好与中国五金博览会同十,过去19届展会,作为永康市砂轮厂的舵手,他每年都会带着他的砂轮产品来参展,此届也不例外。伴随着五金博览会的成长,他迎来一批又一批客户和订单,他的砂轮厂也一直走得很稳。



图为国外客商在往届博览会上与砂轮厂业务员合影。

记者 吕高攀

首届展会觅得 20年合作伙伴

每年参加五金博览会,程显福都选择9个平方米的标准展位。在他的印象里,虽然砂轮厂的展位规模没有发生变化,但是20年来博览会的变化,以及五金产业和五金市场的迅速发展,程显福却深有感触。

第一届博览会是在1996年,当时展会名称是中国五金新产品博览会,参展企业还不多,只有100多家。不过,逛展会、寻商机的人却很多,凑热闹的人更多。程显福印象深刻,为期三天的展会,他时刻镇守在自己的展位里,熙熙攘攘的人群令程显福深刻感受到我市五金产业的兴旺程度,不管是不是身在行业里头,关心五金产业的永康人不在少数。

在第一届博览会中,程显福签下了为数不多的客户,其中就有恒丰公司,从那时起,双方的紧密合作至今没有中断过。

随着五金博览会规模越来越大,程显福觉得自己的展位越来越不起

眼。身处盛会中,他深刻地感受到博览会的变化:在1999年,博览会正式改称为中国五金博览会,规模也变大了,特别是2005年,展会规模有了量上的突破,达到了2000个。不过,参展时,明显感觉到组织更加有序,进入展会的客户更加精准。

每一年,程显福都能在展会中找到四五个准客户,通过进一步深入洽谈后发展成为长期的合作伙伴。现在自己的企业规模并不算大,目前拥有的客户大多数就是来自于展会和义乌小商品市场的长期摊位。程显福表示。

博览会影响力扩张 助企业内销转外贸

创业初期,程显福将自己的营销渠道定位为内销,通过五金博览会,他接触到了全国各地的砂轮产品经销商。五金博览会展出期间,分布在全国各地的很多经销商,特别是永康籍的经销商都会回来参加展会,一回生二回熟,内销渠道慢慢地铺开。程显福表示。

2006年,琢磨着内销市场竞争越

来越激烈,程显福准备着手开拓外销市场。此时令他开心的是,他又搭上了五金博览会的顺风车,随着五金博览会的影响力不断扩大,前来参加展会的老外也多了起来。接下来的每届博览会,总有几位陌生面孔的老外前来光顾程显福的摊位,也正是博览会上吸引到的外贸客户王华成为他外贸生意的第一块基石,如今双方依然还在合作。

近几年,年纪逐渐增大的程显福已经不再坐镇五金博览会,不过当他的摊位吸引了国内外经销商的注意,并且准备参观他的工厂时,程显福就会亲自来到展会中接待这些客户。

今年,我早早就报名参加博览会,不仅仅是为了生意,这么多年参展下来,已有了割舍不下的情结。展会期间我也肯定会到现场转转的。一如既往,程显福还是非常看好五金博览会,截至15日,听说这届博览会申报的参展企业已达1600家,今年势必又会迎来一场五金盛宴。



产品经济向服务经济转型 电商等领域抢占制高点 “互联网+”助现代服务业“弯道超车”

记者 李凌灏

2014年,全国有31家永康商会入驻总部中心,将设计、研发、投资、供销、资金结算、售后服务等高附加值环节带回永康。

截至今年5月,浙江省五金产业工业设计示范基地集聚了31家设计企业,工业设计服务收入达753.8万元,专利申请151项,工业设计成果交易数达157项,成果转化产值8亿元。

近年来,我市以创意设计等为代表的现代服务业突飞猛进,取得了巨大发展,但也毋庸讳言,其相较于我市制造业或是全省现代服务业,都仍存在较大差距。当然,换个角度看,差距同样

可以转化为行业成长的巨大空间。

10日,省发展规划研究院总经济师李鸣在第二届永康现代服务业发展研讨会上指出,互联网+为永康的发展,特别是现代服务业的发展,带来了大量弯道超车的机会。发展现代服务业,既要在电子商务、物联网等领域抢占制高点,更要看到互联网+服务业的无限可能。

一方面,互联网+不断孕育催生新模式、新业态,打造出以互联网为基础的经济发展新引擎,推动大众创业、万众创新;另一方面,传统产业又不断结合互联网+,持续为经济增长提供动力。

同时,互联网+使产品和服务的界限越来越模糊。在产品经济向服

务经济转型过程中,消费者注意力逐渐由产品质量转向服务体验。服务化是消费者导向型的经营方式,这种方式将企业成功的关键定位在寻找到消费需求并通过服务满足甚至超越消费者的期望上。

在此大背景下,思考如何给现代服务业插上互联网+翅膀,助其迎风而上,就显得尤为重要。

当此之时,我们更需清醒地看待互联网+现代服务业。这个在传统服务业基础上发展、提升、转变而来的全新业态,将互联网作为发展现代服务业的重要依托,充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,以此来适应,甚至引领当前日新月异的经济发展新形态。

网贷推广佣金无法提现? 微友间借贷 风险需把控

记者 田妙联

注册即可返现20元,扫码邀请又获20元。近日,我市不少市民的微信朋友圈被网络贷款平台“借贷宝”刷屏,但如此任性地“发钱”,最终你能获利几何?

现象:用户提现难

上个月,市民朱先生被拉进一个名为“借贷宝APP推广”的群后,几乎每天都能收到狂轰滥炸的有关“抢钱”的营销信息。

根据群里的网友“小鱼”描述:你只要把二维码推荐给朋友,如你推荐A,你和A都可得20元奖励,A推荐B,A拿20元,B拿20元,你还可以拿到B的10元。我们不用投资1分钱,只要你人脉够广,就能赚钱。

记者尝试发现,得先扫描二维码,下载借贷宝,并实名认证注册,绑定银行卡才可申请提现。

不过,让朱先生意外的是,他共推广了5人,除自己注册的20元奖金能成功提现外,其他提现操作均处理失效。过了两天,连一笔奖金都没到账。朱先生说。

像朱先生这样的情况并不少,很多网友表示,提现时,系统一直提示无法绑定银行卡。

对此,借贷宝某区总代理黄玲解释:太火了,借贷宝推出后,就在被广泛转发,导致服务器处理速度跟不上而出了问题,同时还遭到微信屏蔽,所以现在邀请好友抢钱时必须手动输入邀请码。

除系统问题外,有些扫二维码时设定的金额原本就为0元,所以无法提现。黄玲说,他们代理商有权限设置现金奖励额度,可设置一级奖励为0元至40元。也就是说,如果供应商设置的奖金为0元,一级扫码的人就无法得到20元。

提醒:网贷存风险

虽然能提现了,不过很多人抢完钱就把借贷宝卸载了。为了得到奖金,我几乎是强行邀请了15位好友推广,不过他们都嫌麻烦,不肯下载。网友“这小子真帅”说,这个东西主要靠人脉,人脉耗尽了,就可以收手了。

除此,安全问题也是网友卸载的原因。黄玲曾劝告微友:借贷宝是个借贷平台,是微信朋友圈的借贷,风险要自己把控。

对此,我市一家金融机构个人金融部经理金先生认为,手机借贷平台操作灵活方便,但也存在一定风险,主要风险会出在放贷方。总的来说,关键还是要看平台对整个风险的把控能力,包括注册用户的真实性以及还款能力评估等,最好有第三方机构及一系列政策来约束,保证运作规范。