

打造高端品质市场 向世界展示永康门业 大花园的‘财富之门’在升级

门记者 程高磊

每年的门博会、博览会,四海客商云集永康,有一个他们必到的地方——大花园门业市场。

12万平方米的市场,聚集了425家门业相关产品的展示和生产企业,其中国家、省各类品牌企业130多家,防盗门、防火门、室内门、门配产品等一应俱全,这里每天都在上演着一场小型的‘门博会’。

这个昔日交通拥堵、噪声扰民的‘托运一条街’,如今是“中国门都”唯一的门类专业市场,全国门类企业和经销商的“宝地”。



2009年9月25日,门业市场开业。

“托运一条街”成功转型 门业市场迅速形成集群效应

2009年以前,大花园村是我市有名的‘托运一条街’,80多家托运站集中在此,房租收入很少,况且路面坑洼、交通拥堵、噪声污染等问题难以解决。2009年8月,市物流中心建成后,大花园村的托运站全部搬迁到了物流中心,村民的收入来源一下断了,如何寻找一条快、准、稳的生财之道成为该村领导班子的重中之重。

中国科技五金城是国内最大的专业五金市场,经营上万种五金及相关产品,辐射全国各地及世界数十个国家和地区。与此同时,毗邻五金城的大花园商业区也能借势发展,这种新型市场形态必将成为永康商贸业发展的新亮点。

大花园村党支部书记徐亮牵头领导班子进行了详细调研,发现永康以及周边县市的门类生产企业有1500多家,但五金城市场内营业房数量容纳不下这么多商家,这对大花园村转型是个很好的机会。依托近临中国科技五金城的区域优势,加上得天独厚的地理交通条件,大花园村打造一个门类专业市场的想法得到了村民的一致认同。

2009年9月11日,永康被授予‘中国门都’称号,门业成为永康五金的‘国字号’区域品牌。为了赶上博览会这场‘盛宴’,大花园门业市场从招商、装修到开业,总共只用了40天时间,创造了一个奇迹般的速度。全村600间门面房赶在9月25日之前统一对外招租,吸引了大批品牌商家入驻,迅速形成了门业市场的规模和集群优势。

全国门类企业和经销商的集散宝地 发展空间和经济效益不可限量

大花园门业市场填补了我市支柱产业门业专业市场的空白,向世界展示了永康五金产品的优势。该市场集中展示的门业产品和相关配套配件,可谓精品聚集,为全国各地门业厂家提供了良好的展示平台。

2009年,大花园刚刚从物流园转型成为门业市场,门企办在武义的程容岳就看中了这块宝地。这里紧邻330国道,交通方便,而且离五金城和会展中心都很近,

能够接受这两块地方的市场辐射。大花园市场还给了他一个意外惊喜——物流园的基础,市场内道路基础设施建设完善,而且仓库大小非常适合放置门类产品。

前几年,外省门业厂商争相在大花园市场安营扎寨,使得门业市场的知名度和影响力在海内外大步提升。让人惊叹的不仅如此,大花园门业市场在‘中国门都’的集群效应立马显现出来。2010年5月,首届中国(永康)国际门博会正式举行,大花园门业市场乘风狂揽8亿元订单,庞大而齐全的市场集聚效应对门博会的人流、物流、信息流形成了大融合,给市场入驻商家带来了巨大的发展空间和经济效益。

依托高速发展的网络产业,利用现有的独特优势,大花园市场大力开拓网上门业市场,打造真正的门业网络,使得整个市场的经济效益成倍增长。此后的一届届门博会和博览会更为大花园门业市场锦上添花,大花园市场成为门业产业的‘风向标’和‘晴雨表’,市场地位更是水涨船高,大花园门业市场俨然成为全国门类企业和经销商的集散宝地。

程容岳列了一组数字 2009年,他选中了大花园村一间店面作为企业的销售展示中心,当年的营业额是几百万元,租金是18000元,2014年,租金涨到了每间每年店面3万元,他仍然加租了几间,当年的营业额达到了2000万元。

经过5年多的发展,大花园门业市场总面积已扩大到12万多平方米,拥有八条专业门类大街,商铺达800余间,并把门类产品归行划类,使每条街都成为有自身产业品牌特色的专业街,吸引了众多知名门企在此开设经销店。目前,小小的村庄聚集了425家门业相关产品的展示和生产企业,其中国、省各类品牌企业130多家,防盗门、防火门、室内门、门配产品等一应俱全,每天都在上演着一场小型的‘门博会’。

打造高端品质市场 向世界展示永康门业

大花园村这招‘腾笼换鸟、以商招商’的妙棋,不仅办起了一个红火的门业市场,让集聚在此的门类产品生产企业和经销商拓宽了销路,更是让村民通过出租店面增收致富,生活发生了翻天覆地的变化。

2014年,大花园村村民租金收入达2400余万元,村民人均收入3万元。

市场稳定,村民收入节节攀升,大花园也实施了改造提升工程。近年来,大花园进行道路硬化、绿化、亮化改造,还在市场内安装了40多个摄像头,规划市场停车位,空出1000多平方米的场地用作临时停车场,市场面貌悄然在改变。在大花园村中心广场,一座古香古色的圆廊镶嵌在如茵绿树间。圆廊直径近百米,廊中设有实木座位,可供游人小憩消乏。而在圆廊外面,则是一座临江公园。这个公园成为了经销商在闲暇之余最爱走的地方。宜商宜居,“大花园”的称号名副其实。

不过,在徐亮看来,要打造‘花园式’市场,这显然还不够。“必须要进一步对市场整合提升,不只是市场环境上要优美整洁,市场也要迈向更高级的专业市场,让大花园门业市场百花齐放,而且还要是好花、名花,把永康门业带出国门,走向世界。”徐亮说。

多年来,大花园市场的门品牌不够响,缺乏一线品牌、二线品牌聚集,让大花园面临着中低端市场的尴尬。市场定位在一定程度上决定着门店的规模和投入。当前,大花园市场内品牌众多,杂而不精。如果遇上行业调整期,中小企业的抗风险能力较弱,这在一定程度上会影响到门业市场的稳定。显然,市场提档升级迫在眉睫。

在门业市场形成了一定的规模效应之后,“量”上的积累已经达到一个瓶颈,下一步,就是要引进高端品质的品牌,同时带领现有的入驻商家一起向中高端市场迈进。

“鸟鸣莺啼,绿树成荫”的花园式市场初步成型,转型成‘名企荟萃、品牌共赢’的中高端市场成为接下来的工作重点。按照这一思路,大花园门业市场将围绕市场主业,练好内功,谋求业务范围、运营模式、人才乃至文化的提升,以此来拓展业务、深化服务、聚拢资源、推动转型、增强活力,大力打造一个全新的品牌市场。

大花园门业市场将投入资金进行网络化建设,并建立相应的数据库,把永康的产品通过网络销售到世界各地。强化规范管理,实现集约经营,倡导有序竞争,滚动式开发,使之加快成为培育文明、培育品牌、培育企业的重要载体和孵化器。



2015年门博会现场



市场管理员布置会场



门业市场全景图



大花园休闲圆廊

热烈祝贺第20届中国五金博览会隆重举行