

前仓文教用品搭上展会经济快车

文博会25日开幕,上千种精品新品亮相

从跑业务搞推销到开店铺办家庭作坊,从最早温州金乡人的标牌产业入驻前仓,到现在发展成集产、供、销为一体的区域特色产业集群;从铜牌、奖状到如今形成的标牌、铜字、校服、校具、印刷、雕塑、教学仪器设备、校用垃圾桶、校用体育健身器材等9个支柱产业,文教产品达数千种,前仓镇已然成为国内外闻名的文教名镇。

本月25日至27日,我市将首次举办中国(永康)文教用品博览会。前仓镇将以此为契机,积极做好行业发展规划,在立足开发国内市场的同时,积极开拓国外市场,以品牌效益强化前仓文教用品产业的竞争力,促进文教产业向更高层次科学发展。

记者 颜元滔 杨成栋



太阳能广告式垃圾箱

从 马路市场 到 中国文教用品生产基地

前仓镇的主要街道是穿镇而过的330国道,在这条不到一公里长的主要街道两边,分布着大小文教用品店铺,这就是前仓有名的文教用品一条街。

前仓的文教产业就是从这个马路市场开始的。

早在上世纪80年代,前仓镇就开始生产文教用品。1995年向温州市苍南县金乡镇招商引进20多家标牌经销商,前仓文教用品市场初具规模,标牌产品生产基地设在金乡镇,前仓镇成为了浙中地区较有影响力的销售窗口。1998年后,家庭工厂开始兴起,主要生产经营标牌、校服、红领巾、旗帜等文教用品,上千名前仓人以“跑学堂”的特有销售模式把文教用品销往全国各地,逐渐完成了资本积累。

到2000年,家庭工厂逐步发展,前仓镇工业功能分区形成。教学仪器设备、校用体育器材、校用垃圾桶等形成了一定的生产规模,文教用品生产企业达100多家,为文教用品行业的发展奠定了坚实的基础。

2005年,前仓镇文教用品产业园建成,新增文教产业工业用地20多万平方米,前仓镇文教产业得到了迅猛发展,形成了以生产、销售传统文教用品、校用垃圾桶、校用体育健身器材三大系列产品的工业体系,文教用品行业的特色区域地位凸显。三大系列产品在全国同类行业中分别占有50%到60%的市场份额。

近年来,前仓镇文教用品行业已走上了稳中求进的发展之路,全行业呈现产销两旺、稳定增长的态势,全镇现有市场经营户530家,文教用品制造企业300多家,规模以上企业8家。

2013年,在市、镇两级党委政府的领导下,在全体前仓企业、商户的共同努力下,前仓镇成功创建了中国文教用品生产基地这块国字号的金字招牌。

可调节课桌椅

从业务员 跑学堂 到年销售40亿

早年间的前仓是典型的农业镇。直到上世纪80年代末,部分前仓人到相距不远的温州金乡跑业务,这就是前仓镇最早的一批业务员。按照行内人说法,是成天寻找买方与卖方的经纪人。

浙江红太阳文教用品公司总经理褚朝帅就是最早的一批业务员之一。那时候,跑业务的方式很原始,一块毛巾裹着奖状、校徽、证书四样产品就出门拉业务了。不像现在,只要客户在网上下个单,整车的货物就发出去了。褚朝帅回忆道,有业务之后,每天下班数一数当天的进账就是最开心的事情。

从1990年做科室牌起家,经过20多年起起伏伏,如今红太阳公司已有150多名员工,有垃圾桶、书写板、雕像三大主打产品,一年光垃圾桶就要卖出6万多只,年产值过亿元。

褚朝帅也不再是那个满足于每天数进账的业务员,现在,能接一个别人都做不了的单子,才是最让我值得骄傲的。褚朝帅说,不创新,企业就会面临灭亡。他专门从外地聘请了8个技术专家,组成公司的创新团队,负责研发新产品。

现在企业急需一个支点,文博会就是一个很好的平台。褚朝帅对即将举办的首届文博会充满期待,他连连说自己太激动了,博览会是具有跨时代意义的举措,我们必须全力以赴。

与红太阳不同,一恒教学仪器有限公司除了实验器材自主生产以外,基本上做的是平台模式。客户需要什么产品,我就去找什么产品。人工、管理成本都大大降低,全国采购,销往世界。一恒公司负责人、市文教用品行业协会会长李高峰说,现在靠业务员来生意越来越难,他的企业就专注于提升自身资质,强化品牌形象,为的就是在各种招标投标工程中占据优势。

一个企业有了自己过硬的核心竞争力,打开了市场,就能应对各种危机。李高峰说,接下来公司将主攻“十环”认证,而有这项认证的企业在全国凤毛麟角,对提高中标率大有裨益。

在庄千林业务部,各式标牌、挂历、礼品等将店面挤得满满当当。在他的业务部,取代“跑学堂”的是一批年轻的“淘宝小二”,庄千林的儿子庄才伟就是其中之一。两年前,庄才伟招了5个人,在淘宝上开了5家小店,接单、设计、跟单、安排生产一条龙服务。现在他的生意已经做到了美国和中东,去年销售额达到了500多万元。而庄千林主要还是做老客户生意,去年销售额远远不及儿子的淘宝店。

据悉,2014年前仓文教用品行业年销售达到40余亿元,产品辐射全国各地及50多个国家和地区。



书写板

培育一个盛会,搭上 互联网+展会 快车

新形势、新任务对前仓镇的工业提出了新的要求,今年前仓镇党委镇政府提出了打造文教名镇的“六个一”战略,即打造文教产业一条街,建设一个中国文教用品生产基地展示中心,举办一次中国文教用品博览会,规划出一块发展文教市场的土地,改造一批旧房作为中国文教用品生产基地的发展用地,建一座中国文教用品电商大厦。

前仓文教用品市场正处于急需转型的关键时期,一方面受电子商务冲击,市场份额减少;另一方面一些企业还停留在模仿性生产的阶段,自主研发的高端产品还有所欠缺。在前仓镇党委书记陈振祥看来,前仓文教市场要实现“二次出发”,必须抓住网络经济的浪潮,同时要搭好新平台——文博会。

本届文博会不少参展企业都带来了新技术、新产品,希望通过把精品展示出来,寻求合作发展商机。

前仓文教市场要通过走“互联网+展会”的发展模式,把O2O做大做强,让中国文教用品生产基地的金字招牌,真正发挥作用,成为文教用品行业品牌孵化基地、文教用品的创新基地,发展独具特色块状经济,促进文教产业的繁荣发展。陈振祥说。

五金城集团副总经理徐东方对文博会的举办信心满满,他认为,文教行业的展会是一块未开发的处女地,前仓文教用品行业本身有基础,镇党委政府重视,可以说是天时地利人和。

为了“放水养鱼”,五金城集团对首届博览会的展费也格外优惠,标准展位只收500元。截至9日,共有申报企业108家。经审核,104家企业取得参展资格,其中83家企业取得标准展位294个,21家参展企业取得特装展位面积2565平方米。

以前五金博览会刚办展的时候,只有一个馆的展会规模。现在文博会一开始就有两个馆,说明有市场,也有需求。徐东方说,文教用品行业也可以像门博会从五金博览会中脱胎出来一样,深耕开发,做大做强。相信用不了几年,就会成为我市的一大知名盛会。



雕塑