



以智慧市场促“上”行 创自营品牌助“外”走 五金城双线融合跑进新零售时代

今年,中国科技五金城集团砥砺前行,紧扣 电商引领发展、走出去发展、繁荣会展经济 三条主线,全渠道绘制五金新版图。

网上走,通过融合线下实体市场,实现大数据的共融互通,为顾客提供无缝化体验;往高走,自营尚五金品牌,叫响永康好五金;往外走,打开国内外交流合作平台,回哺壮大永康五金产业集群。

五金城承接产业转型进行时,正通过线上线下全面融合发展,带动永康五金产业转型发展,跑进新零售时代。



自营品牌 尚五金 夺人眼球(资料图片)。通讯员 应美君 摄

□记者 田妙联 通讯员 项红友

互联网+ 领跑五金城新零售

按照 行业权威、全国一流 的目标,五金城集团依托实体市场,自主打造了尚五金电子商务平台,为五金城3000多家商户和永康地区上万家企业服务构建了 网上中国科技五金城。

今年,尚五金开通了2.0版本,开启PC端、手机APP和微商城三网营销新格局。平台在网销售各类五金产品已达6万余件,辐射全国10多个省市和地区,山东临沂、辽宁营口、宁夏银川等多个五金实体市场相继加盟落户尚五金平台。据统计,前11个月,该平台新增注册会员35.24万个,入驻商户6754家,总数分别达到42.7万个、8996家。

更新 互联网+ 服务,让 智慧市场 升级为 智慧五金城。第21届中国五金博览会首次推出 智慧展商名录,实现一机在手,轻松逛展会,期间名录推荐总人数约6万人次。

跨境业务稳步扩增,已签约数十家有资质的跨境产品供货商,产品种

智慧会展 拉动展贸经济协同发展

从1996年首届中国五金博览会开始,每届博览会都有数千家资信良好企业参展,历届展会展出产品10余万种,专业观众达8万余人次。

今年,展会提质升级,进行了4G容量扩容,刷新了 互联网+展会 速度。会展中心主门口4G网络从原先的只容800人同时在线一下子扩容至3倍,同时,会展中心3-5公里半径范围内的重要区域均进行2G网络容量扩容,畅通永康五金行天下。

智慧会展也随之而来。打开 智慧五金城,后台可直击各个博览会。据了解,在今年五金博览会展会召开期间,采购商可以通过 智慧五金城 直接找到各个参展商的展位图,一键完成购票环节。在第三届网货节上,系列电子商务活动的推出,给参展商和观众一种全新的 互联网+ 体验。

类达200多种,今年仅亚马逊平台就揽获新加坡、意大利、美国等境外订单上千笔。

线下实体市场也将全面触网。据悉,五金城集团旗下电商公司正在研发尚五金买卖触摸屏,届时五金城数千商户将率先实现把店铺装进了购物车,无需动手盘点各类交易数据。

从线下到线上再到线下,五金城集团探索O2O不遗余力,双线融合的价值凸现。今年,该集团成功创建省三星级网上文明规范市场,入围浙江省网上网下融合示范市场试点和 十二五电子商务百强(专业市场十强)。

电商行业正面对去旧迎新的风口,五金版图中最重要的一块拼图终将由尚五金来完成。五金城集团董事长、总经理夏霆希望,五金城腹地延伸出去的各地尚五金+市场,能通过平台联合体,构成一个全渠道管理系统,以技术手段实现订单、物流、信息的无缝流通和高效运转,释放市场品牌效应。

与往年不同,今年五金城还改变以往坐等上门办展的办法,主动走出去办展,成功举办中国(北京)国际自动门电动门展览会。虽然展会远在北京举行,但13000多平方米的展馆已经爆满。我省的金华、湖州、宁波、嘉兴等地的企业也参加了本次展会。

中国科技五金城集团有限公司副总经理徐东方表示,主动走出去办展,为我市进一步开拓省外市场开辟了新路径。同时,也能通过灵活多变的营销手段,引进举办更多的专业展会和商务会议活动,提升展会品牌的影响力。

据统计,今年国际会展中心举办各类展会达32次,总展出面积42万平方米,总交易额196亿元,分别增长14.3%、13.5%、3.7%,交出了一张靓丽的成绩单。

品牌化 掀开永康制造新篇章

一直以来,鼓励五金城商户拥有自主品牌,通过尚五金大平台,大力扶持尚品牌。今年,五金城集团还携手我市数十家知名五金厂家,推出数百款尚五金自营品牌,通过 三网、线下仓储、商超等多种渠道,打响永康好五金。

这些自营品牌尚五金产品多为国外一线品牌代加工,不仅有专利,有不少还得过德国红点奖。

8日,在2016浙江好项目·中小微企业创新创业大赛总决赛暨 中国质造·浙江好产品 发布会上,五金城集团电商产业发展有限公司携带的4款自营品牌45度杯、手工铸铁壶等产品抢尽风头。

连样品都抢售一空。五金城电商公司负责人徐美珍介绍,这4款产品还将搭上我市启动的中国质造·永康好五金 活动,入驻淘宝网 中国质造 展销,高调曝光自营品牌尚五金是永康好五金。

据悉,本月初,该公司还与金华出入境检验检疫局签订协议,委托其检测所有自营品牌尚五金产品,严控质量关。

同时,提速自营品牌尚五金走出去。上个月,五金城电商公司又签约了郑州5个大型商场,单店首次订单30万元。越来越多的投资商将目光锁定自营品牌尚五金,湖北、河南、山东、宁夏、天津等地商家纷纷加盟,自营品牌尚五金正如蒲公英种子,随风飘撒,落地生根。据统计,双十一期间尚五金平台销售额达1.28亿元,其中自营品牌占比达36.55%。

徐美珍表示,尚五金自营品牌加盟商扮演了仓储、体验店的角色,与五金城集团全渠道建立新零售模式吻合,接下来,尚五金平台将继续帮助更多的实体商户融入到 互联网+ 品牌化经营,推动永康五金产业加速转型升级。

走出去 稳固五金市场龙头地位

今年,五金城还加快 走出去 步伐,揭开了外向发展新篇章。

第一步是走出金华、走出浙江,在宁夏银川开辟了首家永康五金直销中心,品牌实体店,形成了永康五金直销中心+尚五金电商平台双线发展模式。这既是直销中心也是体验中心,未来可以拓宽对外贸易渠道,辐射中亚市场。在夏霆看来,双线融合的O2O模式将成为行业发展的必然,因此专业市场亟需局部或部分引入商品体验功能,而西北直销中心就是试点。

五金直销中心+尚五金 的运营模式,不仅延伸了我市五金城腹地销售平台,还点燃了全国发展五金城的下游市场的热情。目前,陕西、重庆、山东、河南、辽宁等地五金市场直销中心也在加速筹建中。

据悉,五金城集团还创设了永康五金品牌,目前已完成永康五金

直销中心VI视觉设计,并申报注册永康五金 商标。

第二步是跨出国门,迈向世界。结合国家 一带一路 建设以及近年我市与中东欧国家经贸往来日益密切的契机,充分发挥五金产业优势,积极开拓海外市场。

积极实施 走出去 战略是应时之举。夏霆认为,中国科技五金城是永康 一次出发 巨大成功的辉煌成就之一,站在 二次出发 的历史关口,必须把中国科技五金城这块金字招牌高高举起,不断做大做强品牌。

接下来,五金城集团还将利用中国五金制品协会五金市场委员会会长单位优势,把国内的五金市场作为子平台加盟入驻尚五金,并联合一些重要商品流通节点城市,把网络扩展到全国,不断地将五金城延伸出去、走出去。