

5G模式 助推内外贸一体化跑出加速度 我市培育 外拓内 品牌67个



立足国际经济形势发展的新阶段,我市凭借全省唯一一个外贸企业开拓国内市场产业示范区试点的契机,依托“双循环”、秉持五金产业内外贸一体化发展“大数据+新零售+品牌基地”理念,抢抓新发展机遇,着力打通研发、设计、制造、营销全链条,完善内外贸融合发展公共服务体系,优化市场营商环境,推动五金产业规模化、品牌化发展,培育五金产业新形势下参与国际国内市场合作和竞争的新优势。

创新商业模式建立多平台渠道

近几年,多重不利因素相互叠加,外贸形势较为严峻。但对正阳的管理层来说,正是加强渠道建设,进一步提升企业发展潜力的最佳时机。特别是借力国家政策,相关举措的实施得心应手。目前,正阳积极应对,不断内外兼拓,线上线下双轮驱动,通过商业模式创新、产品创新等举措拓展市场。浙江正阳科技股份有限公司董事长胡飞鹏说。

作为老牌外贸企业,正阳公司的电动工具系列产品远销世界各地,在欧美、俄罗斯、东南亚等市场有较高的品牌影响力。目前,正阳公司的国外经销商已达200多家,PIGEON、攻牌等商标已在全球50多个国家和地区注册,与世界知名企业和经销商TTI、百得、沃

尔玛、安海等进行深度合作,在印尼设立自主品牌经销店,实行个性化服务模式。

正阳公司注册创建了海外微官网,利用微信传播速度快、覆盖范围广等特点,拓宽海外销售渠道。该举措首先在尼日利亚试行,通过授权合作销售等形式取得了较好的效果,并紧锣密鼓策划创建“一带一路”覆盖国乌兹别克斯坦、罗马尼亚等国家的微官网,实现营销网点的不断辐射。目前,正阳公司已在30多个国家进行微官网授权销售和售后服务,扩大了销售渠道,并建立售后产品服务的快速反应机制。

与此同时,正阳公司主动将目标瞄准国内市场,建设国内经

销商网络,发展行业客户实施深度合作,开拓超市卖场等营销渠道,先后在上海、北京、广州等全国主要城市和地区设有直属总代理和1000多个经销服务网点。

胡飞鹏介绍,线下渠道的建设给线上渠道的开拓提供了有力支撑。近两年来,正阳公司线上平台的扩张非常快,产品先后入驻天猫、京东平台,利用企业品牌知名度等优势,取得了良好的效果。

正如正阳公司一样,在推动内外贸一体化的道路上,我市不少企业率先布局,打开了发展新空间。浙江三锋实业股份有限公司、浙江炊大王炊具有限公司等企业同时被评为全省内外贸一体化典型案例,市场开拓建设成效明显。

5G模式 助推企业内外贸一体化

在企业积极推动自身转型,实现“两条腿”走路的同时,我市主动创新举措,构建内外贸一体化新机制,丰富“外拓内”试点内涵,帮助企业挖掘市场机会,形成新型的商业模式。

5G模式主要体现聚焦数字化改革、渠道创新、品牌引领、公共服务资源、关键难题破解等五个方面,强力推动内外贸一体化进程。市商务局相关负责人介绍。

凭借数字化改革的先机,我市构建一个可实现全市数据显示和查询功能的大数据平台。依托市域内外贸一体化产业基础数

据、阿里强大的数据平台和智能算法,拓展构建内外贸一体化线上线下数据资源库,形成内外贸一体化产业大数据诊断系统,叠加“政府+阿里协会+企业”平台会商机制,形成大数据会商成果,指导五金产业集群各行业发展。该平台的功能清单中包括服务网点统计和管理,涵盖外贸、网络交易额、限上批发额、限上零售额和物流等数据,具备数据统计分析、可视化图形展示等功能,为内外贸一体化发展提供重要数据决策依据。

同时,我市积极引导内外贸齐发力,在帮助内贸企业转型跨境电

商开拓国际市场的同时,着重引导外贸企业通过进市场、进平台、进政采云等多种渠道开拓国内市场,支持符合条件的外贸企业申报浙江省工业旅游示范基地,挖掘展会经济优势打开内销市场。目前,飞剑、卡罗特、立久佳、炊大王等标杆企业同时进军国内电商+跨境电商,打通国际国内两个电商市场销售渠道。

做优产品质量,提升内外贸发展水平的同时,我市积极推动内销品牌化、品牌集群化,先后培育“外拓内”品牌67个、电商网红品牌78个、电商重点品牌12个,电商品牌发展指数名列全省第二。

喝茶 吃茶 玩茶 首届茶博会上 刮起了新式茶风

融媒记者 应柳依

本报讯 6月21日,首届茶博会落下帷幕。展会上,群茶荟萃,名陶美器,茶香萦绕,茶事不断,在这当中甚至刮起了喝茶、吃茶、玩茶的新式茶风。

原本冰冷的金银铜铁锡五金材料,点缀上玛瑙、玉石等,再融入荷叶、花鸟等古典元素,这些由旺天下礼品商行代理或生产的茶器具不仅兼具设计美感,还赋予一定的温度。而浙江飞剑工贸有限公司生产的传家壶,内胆采用钛材质,拓宽了不锈钢受限的容装范围,可用于焖茶,让饮茶和喝水一样随时随地,成为一种轻松惬意的生活方式。

既是茶博会,除了茶器具外,自不可少了主角——茶。在福建省天湖茶叶有限公司的展位前,记者看到,前来品茶的不同年龄层次的茶客络绎不绝。茶感甘甜,入口回味无穷。一位市民品饮一杯“绿雪芽”,后不禁赞叹。

展会上,茶企带来的不仅有喝茶的体验,更有吃茶的新鲜劲儿。尝尝这款抹茶冰淇淋、抹茶糕点。我市的浙江华茗园茶业有限公司工作人员直接把冰淇淋机搬到了现场。茶客手拿冰淇淋边吃边看,走累了喝点茶水歇歇脚,不失为一种有趣的逛展体验。

事实上,我们最出名的还是安吉白茶。极白,因其氨基酸含量高,颇受市场欢迎,抹茶是另一特色产品,做到将茶品应用到糕点外,我们还开发了茶类菜品,让更多的食客享受到茶制美食。浙江华茗园茶业有限公司负责人舒艳介绍,星巴克、康师傅的热销茶饮还用上了他们的茶叶。

记者在展会上发现,过去专注于“摆弄手头几片叶子”的传统茶企也尝试拿出乐于分享的心态,利用场景化在同质化竞争中寻找新机。若水云悠首届茶席大赛、宋代点茶联盟之宋器分享会、中茶普洱茶品鉴会,越来越多的茶企派出专业调茶师,从茶文化分享到以茶为媒介的生活美学演绎,让消费者沉浸于和谐健康的茶生活方式。

虽是首届茶博会,但参展阵容一点也不低调,吸引了中茶普洱、正山堂、侨宝等众多一线品牌的加盟。如何把源远流长的茶文化植根人们的生活中,单靠一款茶是实现不了的,背后是一个产业链,一个生态圈。作为中茶普洱、正山堂、侨宝三大品牌的代理人金旭丹深有体会。她表示,随着茶文化逐渐普及,对于茶商而言,百家争鸣后必定会有大浪淘沙,今后品牌茶将站上主导舞台,由单纯卖茶到打造茶艺、插花、书画等一系列美学输出的体验空间已成为大势所趋。

近几年,随着本地经济社会发展迅速,我市涌现了一批又一批喜欢喝茶又喜欢轻生活的群体。但因茶的品类繁多、同质化高、场景单一等原因,本地的消费者对茶品甄别能力并不高。对我们而言,无论是怎样的新式玩法,归根结底都是要牢牢守住底线,不能用牺牲品质去换取一时流量,中国茶想要走得更远,对茶园的管理、对制茶的专注和对茶文化的传承这些都是缺一不可的。金旭丹认为,用健康的成长土壤培育并衍生多元化的茶产业,用合理的推广方式吆喝着富有底蕴的茶文化,是茶农和茶企应始终不懈追求方向。

记者在采访中了解到,此次参展茶商以展会形式进入永康市场初试水后普遍惊喜反映,我市已逐渐形成了浓厚的茶氛围茶气候,接下来,他们将带着各自的品牌寻找优质经销商厚植这一市场,让更多人在喝茶、吃茶、玩茶中传承独一无二的中国茶道。

融媒记者 吕高攀