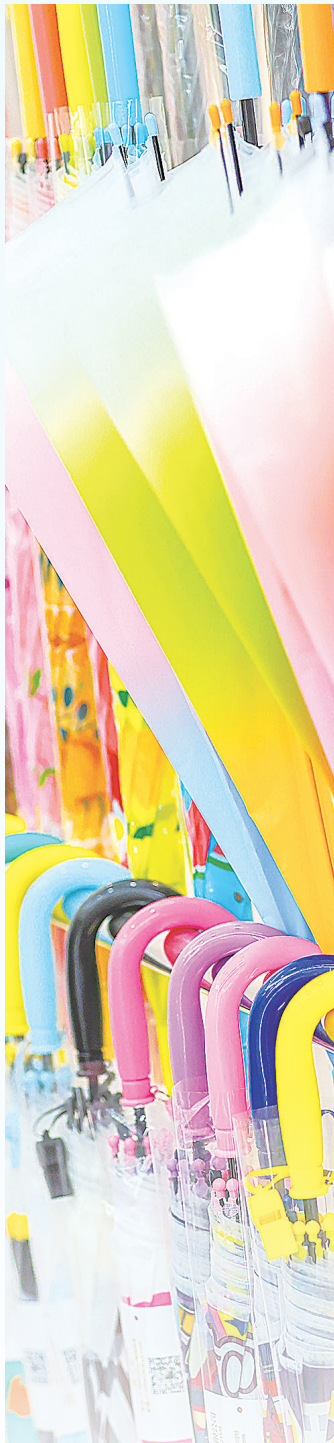


昨日,中国伞都产业馆开馆。这标志着晋江东石制伞业在持续做强产业链的同时,将补齐营销链上的短板,进一步招商引资,助力产业转型升级,推动产业集聚和区域经济发展。聚全产业链要素打造的中国伞都产业馆,亦将成为晋江东石制伞业对外的窗口,进一步擦亮晋江东石“中国伞都”金字招牌。



中国伞都产业馆赋能制伞行业强链补链

打造国际化营销选品基地

本报记者 曾小凤 许春 董亚军



01 线上线下展会 推动产业链供需合作深入

走进中国伞都产业馆,首先映入眼帘的是一个风格清新简约的展位。展位上,伞配件、成品伞具等产品琳琅满目。

“我们这次的展品以小清新风格为主,都是公司的自有品牌。”福建集成伞业有限公司国内业务负责人张百润表示,中国伞都产业馆是晋江东石制伞业对外的窗口,希望借助这一平台,提高公司品牌的曝光度。

在晋江金星雨具有限公司的展位上,木伞头、UVA伞头、铝弯头、木中棒、铝中棒等各种配件产品让人眼前一亮。该公司总经理陈长棍告诉记者,他们此次展出了几百款产品,开馆当天就有不少客商前来咨询,成效不错。“目前,有一大部分成品厂家采购产品会找二盘商,致使工厂将产品价格压低,或使成品客商成本增加。有了产业馆这一平台,成品客商可以跳过二盘商,更便捷地找到厂家,对供应双方都是一大利好。”陈长棍说。

中国伞都产业馆深受全国制伞业的关注,开馆当天,来自全国各地的数百名专业制伞人到场共襄盛举。

“从我父母开始,我们在东石采购伞具和原材料等已经有一二十年了。以前都是一家一家工厂跑,现在产业馆把供应链都整合在一起,在展馆里就能把产业链上下游的厂家都逛一遍。作为采购商,我们很高兴有这样的平台。”来自广东的雄英伞业有限公司总经理卓玉英表示。

卓玉英告诉记者,东石悠久的制伞历史及完整的产业链给她留下深刻印象。在这里,不仅能够采买到各式伞具配件和成品伞,还能够将订单委托给东石的工厂进行生产,合作形式多种多样。“跟东石制伞企业的合作让我感受很好。这里的产品不仅质量好,性价比也高,希望未来的合作能进一步深化。”

开馆当天,还同期举办了全国制伞业线下供应链现场交流对接活动。来自全国各地的100多家制伞企业在现场设立展位,展品涵盖了伞具原材料、成品伞、雨衣雨鞋、伞具配件、制伞设备等全产业链类目。

为推动制伞产业链供需双方更深入、更直接地沟通交流和广泛合作,帮助企业拓市场、破瓶颈、解难题,进一步激发经济活力,积极推动上下游企业供需对接和协作配套,不断增强制伞业供应链稳定性和竞争力,形成优势互补、高质量发展的行业营商环境,实现各方互利共赢,当天还上线了“伞都东石雨具云展汇”线上展会,该线上展会将持续7天。

02 整合线上资源 助力产业带完善营销链

中国伞都产业馆场馆面积2000多平方米,目前一楼展位入驻企业涉及伞架、伞头、成品伞等全产业链。除了线下展位,产业馆还规划了电商创业的办公及直播区域,电商商家可拎包入住。

为进一步补齐区域营销链上的短板,中国伞都产业馆不仅打造了线下全产业链的国际化选品基地,同时还在线上持续发力,与全国6家经销商签订了战略合作协议,与1688平台、制伞圈App平台、会展平台等单位签署合作协议,整合各线上平台资源,提供包括培训、人才、物流等电商创业的元素支持,为电商商家进一步“发电”提供助力。

“开馆首日就有6家经销商达成意向合作,金额超7000万元。”中国伞都产业馆运营负责人陈小龙告诉记者,在产业馆筹备期,他们就向全国几千家经销商发出了邀约,经销商们也都对产业馆充满期待,表示很想来看看“中国伞都”的大动作。后续,运营方还将持续链接各个经销商、商超、百货等采购商资源,与制伞产业带上的厂家进行对接。

陈小龙告诉记者,电商是本土厂家较为薄弱的领域,为了帮助厂家更好“触电”,产业馆与1688平台进行合作,平台方将为厂家提供运营等方面的培训。考虑到除了传统的电商平台,抖音、快手等多个新媒体平台及跨境电商平台都有不错的

流量,产业馆也在积极与MCN机构、亚马逊等机构及平台对接,以帮助有电商需求的厂家,更好地把产品卖向终端。

据介绍,为促进广大创业者触及电子商务平台,实现网络电商创业,中国伞都产业馆不仅可为其提供一站式选品服务及一件代发服务,还将为创业者提供创业资金扶持。

厦门企发国际会展有限公司是此次与中国伞都产业馆签约的组展机构。在该公司总经理林艳芳看来,跨境电商已经是一个不可逆的潮流趋势,而伞具是家居日用品,在跨境的销售上有增长的趋势。“晋江东石的制伞产业带具有十足优势,我们将借此此次合作,将东石优秀的伞具产品推向海外。”林艳芳说,东石的制伞企业在产品开发、设计上不断推陈出新,市场上的新品在这里都能找到。此外,东石厂家长期布局国际市场,服务过国际知名品牌,对当地消费者较为了解。综合优势下,东石伞业在跨境电商上还有很大的发展空间。

据介绍,厦门企发国际会展有限公司正与晋江市伞业行业协会筹备参加即将于6月举办的“中国厦门跨境电商展”。届时,不仅将在现场规划晋江市伞业的精品展馆,还将对晋江市制伞企业进行推介,进一步促成商贸资源对接,助力厂家跨境电商出海。

03 补齐产业短板 生产销售齐头并进

记者在与客商交流中了解到,大多数客商认为东石的伞具原辅材料走在行业发展前沿,在这里可以了解到企业的市场动态和行业信息,因此喜欢前来东石采购。

此次中国伞都产业馆开馆,客商纷至沓来,也从侧面体现了东石伞业原辅材料基地的聚集效应。

“长期以来,东石企业以出口为主,内销反而成了短板。近年来,我们开始注重国内市场,并搭建电商销售平台,将成品伞及原辅材料的内销份额提升起来。其中,江浙一带的伞企所需的大部分材料也是在东石这边采购的。”晋江腾兴雨具塑胶公司董事长萧英振指出,中国伞都产业馆的投用,将促进行业的信息交汇和流通,实现东石伞业信息从散到专的提升。今后,外来客商到产业馆,能较便捷地找到所需的配件,迅速联系到厂家。

自1982年第一家制伞厂成立以来,晋江制伞行业走过了整整40年的奋斗历程,具有从冷轧钢板、槽骨冲件、中棒生产、伞架装配、注塑伞头、伞布织造、成品伞到设备研发

的完整产业链,并实现了从雨伞生产到销售环节的高效整合。据了解,在该产业集群中,总产值2000万元以上的制伞企业有53家,产值超亿元的制伞企业有20家。目前,市面上超过90%的三折自开收伞和玻璃纤维成品伞均来自晋江。

晋江市伞业行业协会会长王翔鹏指出,晋江东石制伞企业有很强的产品开发、生产、供应能力,而中国伞都产业馆将助力制伞企业发展更上一个台阶。

“中国伞都产业馆具有重要意义,将促进东石‘中国伞都’更好地发展。它不仅将线上线下结合起来,还是一个拥有完整产业链的产馆,可以吸引全国各地的客商前来采购,进而加速产品营销,提升‘中国伞都’的影响力。”中国日用杂品工业协会理事长杨西京表示,借助产业馆这一窗口,东石“中国伞都”实现了生产、销售两手抓。他建议,晋江东石伞具在保持质量优良的同时,下一步应在设计上多开发,并扩大伞具的使用领域,将伞具与户外、时尚、文化、功能等相结合。

04 产业链优势突出 配件产品独领风骚

“我们这一次展出了一种新款‘小白头’伞头,摆放的样品被客商拿走了一半。行业对于新的产品有很大需求。”晋江市豪达伞具配件有限公司创始人叶金云告诉记者,一般伞具的设计主要集中在伞头及伞面,因此,有创新的伞头十分有市场。“我一下午接待了五六十名客商,他们都说东石的产品好,有创新,是其他地方没有的,并都留下了联系方式。”叶金云说,这正是东石完善的制伞产业链带来的优势。

从上世纪80年代以来,晋江制伞行业历经40多年的发展,实现了从无到有、从有到全、从全到优的发展历程。目前,晋江是全国乃至全球最大的伞具制品和制伞原辅材料的生产和出口集散地,拥有制伞企业超400家,从业人员5万多人,产品远销150多个国家和地区。因此,晋江东石也有“中国伞都”之称。

来自杭州雨宝实业有限公司的制伞人高一诚说,他每年都要多次到东石采购伞具。其中,采购原材料的份额占所有采购量的60%~70%。

中国伞都产业馆配件厂家的展位上人流攒动,福建虞牌实业有限公司的展位正在其中。据了解,该公司每月伞架的出货量达七八万打。同样参展的泉州市雨相伴伞业科技有限公司的订单量也颇丰,自去年开始,他们每月能出口20个柜的铁桶。事实上,晋江东石的配件产品在全国市场的占有率达60%~70%,这也是东石产业链最具优势的环节。

为何晋江东石的伞具配件可以独领风骚?

“东石制伞业起步早,沉淀了一批经验丰富技术人员,他们对材料及结构有深入的研究。而且基于产业链优势,上下游保持着良好的沟通,因此这些人懂材选材,总能开发出材料及结构相匹配、最合适且价格最优的产品。”福建久晴科技有限公司总经理黄文清告诉记者,配件是雨伞的芯片,东石制伞业之所以闻名全国,配件功不可没。而配件能取得长足的发展,并且在全国范围内保持竞争优势,主要得益于东石有一批扎根制伞设备研发的厂家,以及配件厂对设备升级的主动投入、对工艺提升及材料研发孜孜不倦的追求。

推动企业转型升级,泉州弘达雨具五金配件有限公司今年更换了一批自动设备,从1个人看1台设备,转变为1个人可看30台设备。晋江腾兴雨具塑胶公司也逐步引入自动化生产线,以机械手替代大部分人工的重复性操作,在提升效率的同时,也提升了产品质量。此外,近年来,腾兴雨具还积极布局产品创新,向更安全、更环保、更具个性化的方向提升。

