

本版摄影 杨晓明



中国中部国际物流商贸城



南康区电子商务产业园



南康家具线下体验馆

孵化园里创业忙

一个下雨的早上，本报记者一行来到了南康区光明电子商务孵化园。外面的大楼正在建设，丝毫没有影响到里面园区的工作节奏。

我们来到四楼，随便走进一家公司。60平方米的空间，内饰非常简约。大开区，五六张时尚的办公桌上摆着绿色盆栽，七八个年轻人正对着电脑忙碌。他们中间有的正在用阿里旺旺，有的在调图，有的则在一旁键入信息，制成表格。

他们的公司14个人，为了不错过客户的订单和咨询，分成两班倒。他们主营的业务是做欧式和韩式家具，自己设计，再在南康范围内选择供应商进行生产。

和时下创业大潮应景的是，这家规模不大的公司，从老板到员工，全部是“90后”。“别看我年纪不大，这个店可是已经做了4年了。”公司总经理谢家伦说。

“90后”的创业者的小确不可小觑。这家微型电商企业，在2014年，淘宝天猫上的销售额达到了1400万元。“像这种年销售额过1000万元的家具店铺，在淘宝应该能排到前100位。”谢家伦说。

“90后”力量生猛，“80后”也不甘人后。在另外一家店，李文正拎着面包和牛奶走进办公室。“昨天刚出差回来，早上又出去谈事情，没顾上吃早餐。”他笑着对记者说。

这个年轻人今年30岁出头。他自己开的这家公司，业务聚焦于“家具电商”。和谢家伦借力淘宝不同，他选择自己开发平台。

“这是一个垂直电商领域。我们开发了一套O2O系统，在这个系统内，我们有板式、实木和软家具，差不多有200多个款式，消费者看好之后，我们可以迅速提供货源、销售和物流。由于这种方式没有库存压力，属于订单式经济，因此价格也更低，跟大卖场比起来，我们很有竞争优势。”李文边给我们演示边说。

李文的信心来自于经验。在创办这家公司之前，他在杭州等地有过长达十年的淘宝销售经验。用他的话说，一年几百万的销售额可以“很轻松达到”。

他告诉记者，当他决定回乡创业之时，他曾在纸上给自己列过竞争优势



家具电商企业工作图

势的比较清单。经过思量，他还是决定选择家具电商。“毕竟南康有这么好的家具基础。几千家企业，我们可以很从容地选择供应商，并且从中挑出质量好、有保证的那些。”李文说。

的确，家具电商，属于购买频次较低、成交额数较大的交易方式。因此，在很多消费者的购买习惯中，还是愿意先看看实物。对此，李文也很有信心：“我们可以保证货源，如果不满意可以全额退款。”

像这样的场景，在南康光明电子商务创业孵化园中比比皆是。作为北大毕业生，光明孵化园管理有限公司的总裁杨品华，就是看中了这样的机会，才决定回家创业的。

“一个企业、几户人家做电商卖产品很容易，但是要让更多地区整体在电商发力，则需要一大批人才。因此，我们决定做这个孵化园，入驻的小微企业可以在这里得到专业的培训和实际操作的经验，同时在园区内配备完善的产业链条，比如拍摄、财务、物流等，把完善的从业环境培育起来，南康的家具电商化才有更大的希望。”杨品华说。

从孵化园的立项到实际运营，再一次体现出“南康速度”。他们利用既有的场地进行改装，短短几个月，就有100多家企业入驻。带领记者在其中参观的杨品华，时不时地指着自家的门牌说：“这家企业，去年的销售额也突破了千万。”

目前，由南康区委区政府支持，南康光明电子商务创业孵化园主办的“全国千名大学生电商创业招募计划”已经展开，为到南康的创业者提供政策、资金、办公、货源和生活配套设施等一系列电商创业资源。



南康城区

今年两会上，“互联网+”的概念广受外界瞩目。而在地处江西赣南内陆的南康，正用这样的思维，引导当地千亿级别的家具产业集群转型升级。

30年前，南康的木匠们从外地返乡创业，从小作坊做起，将一个资源匮乏的地方，打造成现在有7000多家企业的“实木家具之城”；30年后，乘着互联网的大潮，南康的企业、年轻人又站在潮头，力求把这一传统优势产业做大做强，真正“买全球”、“卖全球”。

南康：

『互联网+』

梦想照进赣南

本报记者 申孟哲 尹晓宇

背靠大树的“互联网+”

今年两会的《政府工作报告》中，“互联网+”的概念一提出，便引发了社会的广泛关注。所谓“互联网+”，指的是用互联网的思维和手段改造传统行业，使之更有效率，带动产业转型升级。

以家具产业为例，按照传统的线下销售渠道，家具从厂家出库，经过层层经销商、代理商，价格可达出厂价的2.5倍。而用互联网商务的手段流通，则可以减少中间环节，厂家掌握定价权。同时，消费者对产品质量的高要求，则反过来倒逼厂商不断提高质量、降低价格，最终实现多方共赢。

南康人敏锐地看到了这一点。从2010年起，南康就开始有企业“触电”，其后，一些实力强劲的传统家具企业也纷纷在淘宝开店，通过强大的线下渠道，实现生产、采购、物流等方面的线上线下一体化。正如李文所言，南康家具的电商化是“理所应当”的，毕竟背靠如此优良产业基础。

7000多家家具企业、30多万从业人员、700多亿元的总产值，这样的产业基础，也确实给南康的家具电商提供了“大树”。

南康商务局负责人告诉我们，在2014年南康的30亿元电商交易额中，有28亿来自本地家具产品；作为全国第一的实木家具产品供应地，2014年广东顺德等地的家具电商企业，在南康采购产品则达60亿元以上。

做电商，不仅要有强大的产业基础，还要有良好的物流。地处赣南内陆的南康，则早早地为此铺下了基础。目前，南康已有256家物流企业，线路630多条，能到达全国大部分县级城市，能解决包括家具在内的电商产品的物流运输、上门配送、安装等问题。

到现在，南康全区已有1200多家电商企业、200多家广告摄影公司、十多家电子商务培训机构，带动1万多名从业人员，并形成了光明家具城、泓泰北方大厦、城市一号等电子商务企业聚集区域，办公面积超过10万平方米。就连专门为电商做配套的延伸行业企业，南康也有两三百家。同时，南康还建立了属于自己的网络销售平台“康巢网”，开发了O2O电商营销模式，推进跨境电商电子商务平台。

2014年，在这些电商企业当中，年销售额在千万元以上的家具电商已经达到22家，破亿元的达到3家；去年的“双十一”，南康的交易额超过8500万元，在全省名列前茅。

这些数字到今年依然延续着良好的上升态势。2015年一季度，南康的电子商务交易额突破10亿元大关，同比增长30%。根据南康电子商务协会会长刘晖的估计，今年全年，南康的电子商务交易额有望突破50亿元。

凭借这样的优异表现，2014年8月，南康家具市场被省商务厅授予“省级电子商务示范基地”称号；今年，南康又顺利通过了“国家电子商务示范基地”评审答辩，有望成为全省第一个国家级电子商务示范基地。



小微金融服务中心

政府多管齐下助力电商

为了引导传统家具产业的转型升级，南康正不断营造更好的电商环境。

比如，九大平台中的“进境木材监管区”，不仅为80%木材依赖进口的南康家具产业降低了成本，更为南康的跨境电商打开了窗口。依托这一全国唯一的内陆进境木材口岸，南康具备了国际货运集散地的条件，为跨境电子商务发展奠定了报关、报检及国际物流的基础；同时，南康正在运作江西省首家国际邮件与快件处理中心，提升快递仓储物流配送能力，为跨境物流打通“最后一公里”。

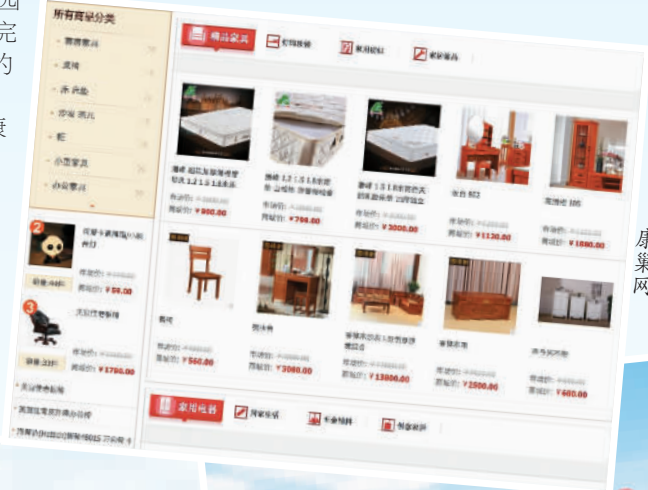
同时，落户南康凤岗镇的综合保税区，则为南康跨境电子商务服务平台的打造添了一把力量。通过这一跨境电商服务平台，开展跨境业务的家具企业可以享受信息资讯、跨境交易、跨境支付、报关报检、仓储物流、跨境物流配送、退税、汇兑、信用评价、法律和知识产权咨询等全流程、一站式的综合服务，降低企业经营成本，提高贸易效率。

而南康政府打造的国际电子商务中心、中国中部物流商贸城、金融中心、进境木材检验检疫监管区等平台，则将支撑南康迎来物流产业转型升级、资金结算便利化和原材料成本降低的局面，为家具电商快速崛起提供助力。

正是看到了南康的这些优势，南非自由创意公司、加纳BESTBLUE公司等一批境外客商和企业，打算依托监管区，开展跨境电商业务。

搞电商，最需要的还是人才。求贤若渴的南康，正在这方面孜孜以求。比如，他们积极推进与知名电商企业平台的合作，如阿里巴巴、慧聪网、淘宝、1号店等，开展南康家具产业带项目建设，建立电商培训学院，并在阿里巴巴开设了“南康家具品牌馆”；南康光明电商孵化园，则计划招募1000名优秀大学生来创业，采用“政府引导、基金支持、导师指点、自我投资、自我管理”的形式，按照“创业培训—提供货源—资助开店—扶持壮大”的模式，培养电子商务领域的应用型人才。据了解，南康区财政每年安排电子商务发展专项扶持资金1000万元，用于扶持电商和人才引进。

时代的号角已经吹响。吃苦耐劳的南康客家人，正像30年前他们“洗脚上岸”一样，用敏锐的洞察力和“实干兴赣”的魄力，朝向下一个30年的发展机遇。



康巢网



第一届家博会开幕式