

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。大空间,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,没顾不上吃早餐。”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、成交数额较大的交易方式。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,但是要让一个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,引导当地千亿元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,家具从厂家出厂,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营销平台“康巢网”,开发了O2O电商营销模式,推进跨境电子商务平台。

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转集散地的条件,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”。

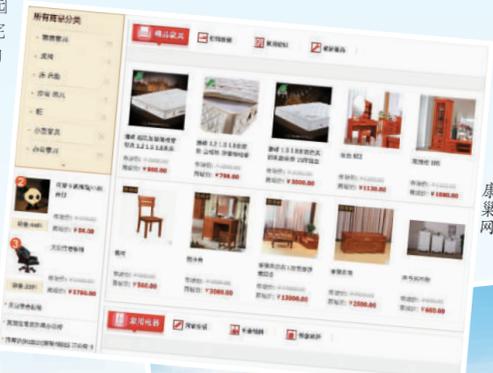
同时,落户南康凤岗镇的综合保税区,则为南康跨境电子商务服务平台的打造添了一把力量。通过这一跨境电商服务平台,开展跨境业务的家具企业可以享受信息资讯、跨境交易、跨境支付、报关报检、仓储物流、跨境物流配送、退税、汇兑、信用评价、法律和知识产权咨询等全流程、一站式的综合服务,降低企业经营成本,提高贸易效率。

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平台合作,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