

从单一商品集聚,到会展、技术、人才、文化等多功能集合;从区域市场到全国市场,再到国际市场;从金城市场到金都市场,再扩展到网上市场……1992年创建的五金城,见证了改革开放以来永康千千万万弄潮儿艰苦奋斗的历程。20余年的发展,中国科技五金城也由小到大再到强,以其独具特色的发展模式和轨迹,从一个初出茅庐的探路者变成一个卓尔不凡的行业领跑者。如今,中国科技五金城又站在新的历史起点上整装待发,书写一篇篇动人心弦的新华章。

打好三张转型牌 擦亮产业“金名片”

——探寻中国科技五金城的成长之路

“双城”崛起 释放经济发展活力

1987年,当时长城乡工业办公室首次提出了兴建金城市场的构想。这一构想立即得到了相关部门的大力支持。1992年2月,长城乡成立永康五金市场筹建办公室,着手创办“永康五金城”。4月,县政府成立双股金钗市场建设领导小组,成立古丽镇经济技术开发区办公室。9月,完成建设用地征用手续,并开始基础设施建设。12月20日,首期市场建设主体工程完工,店铺数量780个。

1992年2月2日,本报刊登了五金城招商广告。仅仅十多天的时间,收取摊位费的摊位达到了1320个,招商盛况空前。

然而,由于市场知名度不高,五金城一度步履蹒跚。老商户朱可爱说,那时候的五金城四周都是农田,一间间低矮的平房,一个个由铁皮、石棉瓦搭起来的简易棚,一个货架一张桌子就开始做买卖了。说是店铺,更像是摆摊的集市。没有人会想到,这一间间低矮简陋的小摊棚最终发展成为国内最大的五金产品集散中心。五金城的辉煌发展也由此起航。

五金城的快速成长引起了国家有关部委的关注。1995年,五金城与国家科委等部门“联姻”,“永康五金城”改名“中国科技五金城”。此时的市场已是一派车水马龙、摩肩接踵的繁华景象。

2000年开始,五金城掀起了二次创业热潮。6年时间,再造了一个“五金城”——金都市场,巨大的市场潜能开始爆发。

大“展”身手 驱动第三产业发展

经济在快速发展,五金城还能做什么?是左右腾挪,还是上下移动?善弈者“在棋局中寻找市场前进的动力”。

1996年,在五金博览会办与不办的争议声中,时任永康市委书记的李强在关键时刻拍了板。从此,永康五金打开了走向全球的另一扇大门。永康会展经济从这一刻开始萌芽。

从第一届中国五金新产品博览会(第二届起更名为中国五金博览会)的100个展位、5.89亿元成交额,发展到如今拥有4000多个展位,展馆总面积达到8.5万平方米,成交额近150亿元,博览会犹如一块磁石,吸引了国内外品牌、客商竞相汇聚。市场从服务永武缙产业集群地为主,演变为国内外“通吃”,一些“夫妻店”“兄弟店”也从家庭作坊发展到规模化经营。

2009年3月,投资近10亿元的国际会展中心开工建设,2011年9月正式启用,成为中国五金博览会的主会场。此后,永康举办展会的频率越来越密集,引发一系列蝶变效应:从单一的五金博览会发展到目前的农博会、农展会、汽车展、模具展、人居展等多个专业展会,不断加速运转的会展经济成为永康现代服务业发展的一大亮点。

2013年9月26日,国内首个五金指数——“中国·永康五金指数”在第18届五金博览会上发布,实现了五金专业市场与产业集聚区的指数化。

2016年,五金城集团以“走出去”发展战略为抓手,寻找新的发展空间,先后在银川、郑州、湖北恩施开设永康五金直销中心和“五金优选”直营店,加快“二次出发”。

2017年,“中国永康·保山五金博览会”成功举办,让市场经营户“走出去”,实现由“农耕”到“游牧”的精彩转变。

会展经济的快速发展,不仅拉动了经济增长,



如今的中国科技五金城已经是国内最大的五金产品集散中心。 记者 林群心 摄

带动了永康第三产业的快速发展,提高了永康五金在国内外的影响力,延伸了中国科技五金城的市场功能,为发展插上了腾飞的翅膀。数据显示,第22届中国五金博览会成交额达148.8亿元,是第一届的25倍。

双线融合 激起产业持续喷涌

历史的车轮不断前进。上世纪末,电子商务开始蓬勃发展。2015年2月,五金城集团组建了一个全新的团队——浙江中国科技五金城集团电商产业发展有限公司,全力拓展电商业务。

按照“先建平台、稳扎稳打、化小投入、注重效益”的工作思路,五金城电商产业发展有限公司制订了3年行动计划。2015年,“尚五金”上线。同年3月,推出了“智慧市场”,通过将线下的资源整合到线上、商户地理位置采集、定位等功能,为五金城商户开拓经营新途径。2016年,“五金优选”直营平台试运营。与此同时,“智慧市场”升级更名为“智慧五金城”。在原先导购、信息查询等功能的基础上,连通五金城实体市场与“尚五金”商城,借助手机客户端将五金城市场浓缩为一个页面,增强企业和商铺覆盖的广度和深度。

为了给消费者提供更好的购买体验,除了不断完善优化线上平台功能外,五金城电商公司还积极谋划布局线下市场,在宁夏银川、湖北恩施、河南郑州以及多个高速服务区开设多家“五金优选”直营店,让消费者可以实地感受永康五金产品质量,打造新零售模式。

2017年10月26日,浙江中国科技五金城天猫旗舰店正式上线营业,标志着五金城集团和天猫在品牌建设、大数据赋能、消费者运营和线上线下全渠道融合等领域开启全方位新零售战略合作,共同打造五金行业零售新格局。

短短三年时间,五金城集团借助电子商务这条“高速公路”,实现了从店铺管理者到平台打造者的角色转变,形成了多平台联动,与成熟的实体市场相互呼应的新格局。

如今,五金城集团还搭乘“工业旅游”的航班,通过实施“旅游+会展+实体市场”的策略,全面推进“两区两馆一长廊”的旅游布局,让永康五金不仅能“走出去”,还要更好地走下去。

□记者 应柳依

大事记

- 1992 金城市场首期 780个商铺开业
- 1996 举办第一届中国五金新产品博览会
- 1999 被省政府确定为“省重点市场”
- 2003 获“浙江省四星级文明规范市场”
- 2004 金都市场开市,获评“浙江省文明单位”
- 2007 荣膺“中国十强品牌市场”榜首
- 2009 “中国五金商城”上线运营
- 2010 举办第一届中国国际门业博览会
- 2011 永康国际会展中心启用
- 2013 发布全国首个五金行业指数“中国·永康五金指数”
- 2015 成立电商产业发展有限公司,建成“尚五金”电商平台和“智慧市场”
- 2017 创建“五金优选”平台