

# 专业展会奠定永康“五金龙头”地位

■ 本报记者 任日莹

近日,记者从浙江省永康市政府获悉,9月26日至28日,第18届中国(永康)五金博览会将在永康会展中心举行。在过去的17年里,中国五金博览会从零开始,历经风雨变换,打造成为永康五金产业的“集散地”,十七届五金博览会的成功举办,也使永康收获了丰硕果实。如今,近一万家的五金企业,从业人员约达30万人,上一届博览会成交额超100亿元,在博览会的助推下,这个产业的队伍在壮大,并逐步奠定了永康的“五金龙头”地位。

## 品牌效应 打造五金产业“名片”

被誉为中国“五金之乡”的浙江永康,是中国最大的五金产业集群之一。20年前,永康市委、市政府作出开发建设“永康五金城”的重要决策,20年间,这座城市砥砺前行,借着产业集群的优势,永康深入实施现代化国际五金名城战略,如今,会展业已成功打造成为永康产业发展的一张亮点“名片”。今天,当记者走进永康,可以感受到地区经济的迅猛发展为这座城市带来的新生命力。

通过一组数据,我们可以看到永康五金产业腾飞的缩影:1998年,永康全市自营出口总额为6091万美元,2012年达36.5亿美元,14年间翻了约60倍;当年永康的五金产值约100亿元,如今形成了年产值超千亿元的五金产业链。是什么带给永康翻天覆地的变化?显然,永康五金产业基础和中国科技五金城是永康五金产业发展的两个重要支撑点,而会展业则引领了永康五金产业的转型升级,其相辅相成、协调运作,使永康最终走出一条属于自己的特色“五金路”。

如果说永康五金产业是这些专



总部中心

业展会发展的坚实基础,那么展会则是五金产业发展的“晴雨表”。在众多展会中,中国五金博览会被大众所熟知,从1996年开始,作为永康五金展会特色牌的“中国五金博览会”已经走过了17个年头。据了解,第18届中国五金博览会自6月27日启动以来,经过一段时间的努力,现已基本完成。今年在博览会上有电动工具、日用电器、车类、机电产品等展区,多年来五金博览会的规模不断扩大,水平不断提升,专业性被业内人士认可,且在其带动下,在永康派生出了“门博会”、“装备展”等一批专业展会。

## 开拓双重市场 趋向国际化

从面上看,会展带动五金产业发展,从点上说,会展也为各企业提供更专业的展示平台,成为企业走向内地乃至世界市场的“门面”,且多年来展会领航了不少企业

的加速前行。

看看近几年不断攀升的参展报名率,或许能猜出它对企业发展的影响之一二。记者获悉,2013年的展会场景比往年更火爆,国际会展中心11个展馆的展位在8月初已全部报满,共1883家申报企业。报名企业中,本地企业占申报总数的56%左右,外地企业占44%,这些外地企业基本涵盖全国各省市,主要来自广东、上海、江苏、山东、福建、湖北、河北、浙江、辽宁等24个省市。随着五金博览会知名度的不断提升,组团参展的政府组织、协会数量较往年也有所增加。除了本地的参展企业,还有不少来自韩国、日本的采购团以及近几年新兴拓展的欧美国家采购团,永康五金开始走向国际化道路。由于申报展位面积超出了国际会展中心现有容量,组委会为满足企业迫切的参展需求紧急扩容,经过最后审定,本届博览会实际参展企业1600家,共有特装展位面积1.79万平方米,标准展位1988个,分别比上一届增长13%、11%,其余370多家报名企业因展馆容量限制无法安排展位。从质量上来说,近年来,博览会更加注重引导技术含量高的产品和知名品牌企业参展,更加注重参展企业的形象,也更加注重展示档次。在宣传引导的催化作用下,知名企业参展数量增加,为展会增添新亮点。

浙江中国科技五金城集团有限公司董事长兼总经理李兴旺这样解读企业对于展会的需求:很多企业已经意识到,在市场中,在同一行业中,竞争已经不是赢在起点上,而是赢在企业转型升级的关键时期,更是赢在经济转型期的关键点上。在激烈的市场竞争环境中,五金产

业也面临了企业转型升级的选择,不少企业开始注重内贸、外贸双市场,并努力开拓出一片自己的天地。

## 亮点不断 驱动企业发展

新一届的中国五金博览会新增亮点不少,除了参展企业数量增加,不少知名企业跨入五金展会行列,五金制造业开始向装备制造业发展的态势越发明显,特别是汽车业、机械设备等重工业的比重将明显增加。

浙江省经信委、浙江省工业设计协会也将组织部分省内优秀工业设计企业组团参加本届博览会,他们此行的目的是参加展会举办的省内外工业设计成果展。工业设计成果展将在国际会展中心设立省内外最新工业设计成果的展示展区,并举办设计与制造企业的专场对接等活动,实现工业生产厂家与设计厂家直接的对接、交流,通过展会使产品设计、制造、销售联动一体,强化了博览会带动企业发展的驱动作用。永康市还将在会展中心组织召开相关产品设计、工业设计发展论坛和品牌推进研讨会,这些新的活动均反映了中国五金博览会的创新意识。

升级版的永康展会是全面的、丰富的。据悉,此次还将举办第三届中国国际商贸发展大会,其中包括中国五金进出口商会五金分会理事会扩大会议、机电商会石油化工装备与工程分会工作会议、机电商会与石油化工装备与工程分会工作会议、与七大商会的行业对接、金义都市新区图片展、市场和网上采购等多项活动,颇具看点。



会展中心

## 资讯

### 枫桥地税为浙商创业创新企业排忧解难

近日,诸暨市枫桥税务分局对本辖区内的浙商创业创新企业逐一走访,深入企业听意见、听建议、听要求;摸清企业需求,摸清项目进展,摸清潜在税源;为企业成长送服务、送政策、送信心。一是实时介入,与当地招商部门建立联系机制,从项目签约到落地,及时跟进,做好调研、宣传、辅导,切实掌握项目实施过程中的最新进展。二是全程帮扶,积极与乡镇、国土、财政等各部门沟通协调,帮助企业解决发展过程中的实际问题。三是惠在实处,给各相关企业上门送《支持浙商创业创新促进浙江发展政策汇编》一书,宣传浙商创业创新的各项优惠措施,从税收政策上对项工作予以支持。

(斯伟峰 赵初阳)

### 枫桥区落实“枫桥经验”化解征纳矛盾

为了进一步强化税企联系,拉近税企之间距离,加快税收征管进程,近日,诸暨地税枫桥分局召开了“落实‘枫桥经验’化解征纳矛盾——税企座谈会”,与会人员包括分局领导干部、企业代表和会计代理,取得了良好效果。会议中,分局领导首先介绍了枫桥分局上半年税收工作取得的突出成绩,同时也指出了目前在税收征管工作中存在的一些问题。要求各干部在接下来工作中再接再厉,全力完成下半年任务。

最后,分局领导介绍了下半年枫桥分局将进行的一些税收征管措施,包括与国税加强数据交流,通过工业用电量测算营业收入,并介绍了市政府关于亩产税收的行业优惠政策。

通过此次座谈会,调节了税企之间的矛盾,加强了税企联系,促进了税收工作进程,充分发扬了“同心汇聚”的税收精神。

(徐高勇)

### 牌头税务分局促进“个转企”工作开展

为积极促进民营企业发展,诸暨市地税局牌头税务分局充分发挥税务部门职能作用,全力支持个体工商户转型升级工作,三项措施积极促进“个转企”工作。

一、部门协作推进。分局为更好地推进“个转企”工作的开展,强化与乡镇、国税、工商等各部门的协作,完善各部门间的“个转企”信息共享,建立“个转企”重点培育对象,并不断充实后备库,提高服务的针对性和有效性,推进“个转企”工作有序开展。

二、政策宣传引导。牌头税务分局积极组织纳税志愿者小组深入“个转企”重点纳税人,宣传个体户与小型微利企业的对比优势以及政府扶持企业的相关政策,增强个体工商户转型升级的主动性,营造良好的“个转企”氛围。

三、优质服务支持。分局针对“个转企”工作建立联系制度,及时走访“个转企”企业,开展企业需求调查,及时了解并力所能及帮助解决企业转型升级过程中的困难,组织纳税志愿者小组下户进行建账、网上申报等辅导,同时充分落实“个转企”相关税收优惠政策,为“个转企”企业建立信心。

(吕昱 黄丽霞)

### 专利转让

本人朱芳政,浙江省衢州市开化县马金镇人。现有一项关于发动机双火花塞点火系统的专利,愿无偿转让。专利类型:实用新型专利,专利号:ZL201020268230.3。有意者请联系 13967021268。

### 更正

本报4580期19版刊登的稿件《假货来袭,谁来充当虚拟购物的3.15?》作者应为李彩香、马海兵、谢军、本报记者任日莹。特此更正。

地方部  
2013年9月11日

## 经理人

# 周建林:坚守“方林梦”

■ 本报记者 任日莹

第一次来到周建林办公室时,正值夏季的尾巴,一丝秋意驱赶了酷暑的炎热。他穿着一件白色衬衣,黑色西裤,身材高挑消瘦,浓密的黑发,皮肤略黑,那时他正站在办公桌的一旁,手拿文件本,仔细地为员工讲解着工作事项,吩咐着一些细节,眉宇微微皱着,给人一种“庄严”的感觉。事实上,他并不严肃,湖上一壶浓香的普洱茶后,他放松了许多,这位曾经的“国企一线掌柜”讲起生活,直道辛酸苦辣、各不相同;谈起工作,跌宕起伏、十年变换;提及人生理想,他的神情激动,语气慷慨激昂,他似乎有说不尽的“老故事”待人聆听。

## “年薪多少由市场说了算”

在熟人促成的机缘巧合下,周建林认识了方林汽车城董事长方中华,并收到去方林工作的邀请。

事实上,从1980年到2002年十月前,周建林曾将22年的青春奉献给了国企。每月一些固定工资,早上起床有米吃,晚上躺下有被盖,成了那些年“周先生”生活的真实写照。那一年,周建林46岁,他觉得自己性格并不适合国企,是继续待在原地拿4万一年的固定工资,还是出来闯一闯?周建林陷入两难。他的妻子说:“走吧,反正你在这儿也不开心,去做你自己想做的事,你去哪我也去哪。”在妻子的支持下,他决定离开,才有了后面与方林汽车的故事。

“你的年薪要求是多少?”“我没有要求。我的年薪多少不是我说了算,也不是你说了算,而是由市场说了算。”方中华认同了周建林的观点。经过一番攀谈,两人在职业认识上也达成了共识,周建林认为人必须适应社会,否则将被社会淘汰;而企业必须适应市场,反之则被市场淘汰。两条共识的达成,撮合了方中华与周建林的这一起“姻缘”。日后每每回忆起,周建林总是感慨,遇到一个好上司是职业生里最好的机遇。

“周总是否和汽车有一些渊源?”面对记者的提问,周建林哈哈大笑起来,“哪有什么渊源啊,我当时汽车都不会开呢!”周建林个性直爽,对待细节却十分严谨,每次记者讲到一些有出人的东西,他总会“声音洪亮”地纠正。周建林告诉很多身边的人,一个人在职业生里的转变过程中悟性是很重要的,之前在黄岩的汽摩市场多少接触过这些领域,心里总系着一根绳子,觉得可以试一试。事实上,从工业企业转到市场行业并不容易,任职展览公司总经理的三年时间里,为了能更好地胜任,他付出了常人难以想象的艰辛。“您知道什么叫‘恶补’吗?熟悉资料,走访客户,了解市场,分析数据,所有这些都是我这个门外汉要登堂入室的必修课和唯一途径,只有倍加努力一条路。”

周建林刚进入方林时,方林汽车城还没有建好,一晃11个年头,这里是他的筑梦起点,也是圆梦的终点。周建林从抽屉里拿出一本杂志,指着一篇2000字的文章说,“这篇报道可以很好地说明方林这些年的经历,我看着它成长,我也有太多的情感灌注。”

## “铁面无私”的周建林

是啊,11年的感情。方林的发展也经历了跌宕起伏,周建林感受到要适应市场发展,有时候必须要铁面无私。

2003年年底时,方林汽车城人气爆棚到了一辆难求的地步。可好景不长,2004年遭遇汽车行业拐点,中国汽车行业的增幅从2003年的35%下降到2004年的负5%,开业仅一年,方林汽车的市场出租率下滑至85%。为了调整战略,周建林和方中华商量对策,2004年12月,在原有商舖的基础上,方林汽车城扩建并引进第一个高端品牌——一汽大众的“奥迪”。到2005年中旬,市场出租率回升到100%,自此,市场也掀开了大举引进高端品牌的序幕。

周建林在方林倾注了大量心血。他花了两年时间负责引进保时捷,“从最初意向到签字拍板,我是在用自己的良心道德做事,凭我自己对汽车事业的热爱,执着与对方商谈。”周建林告诉对方公司的负责人,“你可以花四万块钱一亩在别的地方租土地,但是我这里有保时捷的市场需求,在台州一年卖800辆保时捷可能有300辆是从我这里卖出去的,如果在我这里卖出800辆保时捷,只有30辆是其他地方的,我想一年广告费可以节约80—100万。”最终,周建林用诚意和技巧说服了本不打算在路桥投资的保时捷公司。

谈到企业的管理,周建林露出了严肃的表情。“经过一些危机后,我深刻意识到品牌竞争力的重要性,为了引进保时捷,我们调整了10个经销商。”这时候,周建林有了铁面无私的“冷酷”,即使关系再好的经销商也不会通融,虽然被很多人“谩骂”,他始终坚持一个观点:市场竞争激烈,企业必须考虑转型升级,今天我不剥夺你的生存环境,明天你就可能剥夺我的生存环境,到那一天“莫斯科也不会没有眼泪”。听到周建林幽默的表述,周围的人都笑了。

## “锦上添花”的职业经理人

11年,周建林有了改变,工资翻了两番,享受着方林村人的待遇,他谦虚地说自己会觉得不好意思,但方林人告诉他,好好工作就是对对这个村最大的回报。

周建林又似乎“没有改变”,有些改变在他口中有些轻描淡写。他总是强调,个人的力量是渺小的,“我一直这样概括这11年在方林的日子,锦上添花。”方林就是这块锦,所有人都是花,能把个人的力量融入大的平台才能发挥聪明才智,唱自己想唱的歌,跳自己想跳的舞。周建林每年都有一个工作计划表,比起询问老板员工应该怎么做,周建林更多的是提出方案再征求老板意见,在他看来,没有任何创新意识、独特观点的员工,几乎等同“废物”,要在稳定中居安思危,上山时要想到下山,始终坚持走市场化品牌路。

谈及生活中的琐事,周建林抿了一口茶,若有所思地笑笑,坦言唯一的业余活动就是饭后和妻子散散步。“站在我们这个年龄的角度,无论名利、地位,已经不重要了。当然,还是希望以后继续为方林的汽车事业做出更好的成绩,用以回报方中华董事长的知遇之恩和方林人对我的接纳和认可。”

他是平凡的,也是不平凡的。他是一位“半路出家”的职业经理人,更是坚守方林11年的“追梦人”。