

五金博览呼唤知名品牌

一呼百应 B2B 商贸搜索引擎平台运营而生

□ 徐萌萌

9月8日—10日,第22届中国国际五金博览会在武汉国际博览中心隆重举行。国内知名电子商务平台一呼百应 B2B 商贸搜索引擎平台(youboy.com),以强劲的电子商务平台实力助推五金行业打开电子商务应用推广,打响了电子商务品牌,被许多五金产业广泛称赞。

据了解,在武汉举办的第22届中国国际五金博览会展览总面积42000平方米,展位2100个,参展企业1300余家,观众人数40000

余人次。作为始于1952年的全国五金商品交易会,中国国际五金博览会截至目前已连续举办120届,成为全球专业规模最大、档次最高、影响面最广的国际性展会,并成为国内外五金品牌进入中国五金市场、拓宽销售渠道、提升品牌影响力、壮大公司业务的大型展会平台。

据悉,作为国内电子商务商贸信息领域仅次于阿里巴巴的第二大电子商务平台,一呼百应 B2B 商贸搜索引擎平台在我国中小企业商贸供求采购全行业中具有举足轻重的重要地位。该平台通过对我国中小企业产业链上下游

的供求采购信息掌握,为我国中小企业产品的供求采购与营销推广提供了一个重要的电子商务阵地。

目前,一呼百应平台在五金产业领域,汇集了国内30多万家大中小型生产、批发、流通等大批企业。这些企业分布地区范围涉及全国20多个省份,产品数据涉及2万多个大小类别,聚集了五金产业链的上下游的海量信息。一呼百应平台已经成为我国五金产业供求采购与营销推广的一个大型电子商务平台。



聚光灯 |

马腾:做持之以恒的五金配件制造商

□ 洪迎成

Maarten De Vries,百隆中国区总经理,是个地地道道的欧洲人,但也有一个很有中国特色的名字——马腾。

第一次见到马腾,是在百隆南京新展厅,当时,百隆中国区市场经理正在给客户介绍产品性能,而马腾则是一个人在展厅慢慢地转着,时不时抬起上推门,又拉开抽屉,还在休息区停下,看了看茶水的准备。据金陵晚报报道,记者以为,这是一个儒雅的老外,还带有些许紧张。但从落成典礼的演讲开始,到后面的媒体问答以及特约专访,马腾一扫之前的紧张,对品牌的自信,对中国市场的认可,自然地流露了出来。

“我们在五金配件领域已经努力了60年,无论以后市场(形势)怎样,我们都会专注于这个我们坚持了很久的领域,为所有追求品质生

活的客户提供产品和服务,做到精益求精。”很多消费者认识百隆是从买橱柜开始,人们也常常把是否使用百隆五金配件作为橱柜品质的判定标准。

谈及这点,马腾的自豪感油然而生。他激动地告诉记者,从创始人发明马蹄防滑钉开始,他们凭借着在五金配件领域的执著,把铰链、上翻门系列和抽屉三个系列产品做到了极致,厨房的体验感也淋漓尽致地表现出来。

问及这三个系列产品谁是今后百隆的发展重点,马腾笑了笑说:“打个比方,这三个系列产品就好比我的三个孩子,如果你问我更喜欢哪一个,我想说,这样很不公平。这三个系列,我们都很重视,都要一直发展下去。”

不单是卖产品给客户,他们还注重在全世界维护和客户的良好关系。提供包括物流、产品培训等各方面在内的全程服务,在马腾看来,客户更像是自己的朋友,全球化的客户平

台也能帮助百隆提高市场影响力。

“我们的产品在全球是统一发售的。我们或许无法从产品制造本身来实现‘中国特色’,但我们也根据中国消费者的喜好,设计更为人性化的搭配方案。”

厨房,对于中国人来说,意义重大,就像我们习惯用“柴米油盐酱醋茶”这些厨房食材来形容我们的生活。

刚来中国9个月的马腾也深谙这点,他告诉记者,时常会有朋友邀请他去家里做客,他感觉到在中国的朋友家里,“做客最主要的地点是在饭桌上,因为在那个时刻大家在一起吃饭、聊天,非常happy。可见饭桌文化是全球性的文化。”马腾打趣地回答道。

“我们在中国市场上的产品全部是从奥地利进口的,但我们采用了中国人的包装习惯和相关设计,即使 Made in Austria,也能带有中国特色。”马腾说。

产品先进口再到国产化,似乎成为不少外国品牌在中国的发展模式。“百隆也会在中国设厂吗?”马腾很坚定地摇着头告诉记者,“NO”。百隆在中国的战略很清晰,只销售,不生产。

马腾很热情地向记者介绍了“DYNAMIC SPACE 活力空间-实用厨房百隆创意”项目。记者看到,几平方米的厨房空间,已经被很合理地划分成食品储备、厨具存放、清洗、准备及烹饪五大区域,任何一步都能很顺畅地完成,记者还惊喜地发现,竟然连米盒都有。“这是‘中国特色’的,在欧洲是用不上的,这也是文化差异之一。”马腾很开心地说道。

“贴近并服务好南京及其周边地区客户,是我们设立南京分公司的初衷,也是一直努力的方向。”

马腾是在活动当天早上到达南京的,对于南京这个城市,他坦言,并不了解。“我知道这

边有不少橱柜品牌,有不少我们的客户和合作伙伴,除此之外,一无所知。”

记者笑称他是一个工作狂,他反驳说,会利用周末的机会好好看一看,也会带家人来南京度个周末。

马腾告诉记者,百隆南京分公司成立已有3年,在这3年的发展中,百隆与南京众多橱柜品牌形成了紧密的合作关系。有志邦、东方邦太、我乐等这样的全国性合作伙伴,同时还有非常众多的本地品牌客户。

百隆南京展厅,作为全国第三家新设计风格的展厅,9月5日正式亮相,其融合的新元素让人眼前一亮:不仅有最新的活力空间展示,卫浴间、衣帽间等空间也展现出了深厚的搭配功底。在这里,产品能更贴近客户,给客户带来一些新的感觉和新的启发,以应对不断发展的市场。



同级别切割金属

速度最快的曲线锯

全新! GST 25 M专业型曲线锯
源自专业 服务专业



BOSCH

博世 科技成就生活之美