

“完成从家居到居家的转变,为包括流通、生产制造、装饰装修等环节的整个中国大家居行业,在发展瓶颈期搭建一个全新的平台,批量培育下一代千万、亿万富翁。”建设伊始,八益国际家居博览城便承载了这样的使命。深入分析项目内部,不难发现,历经 24 年积淀,在品牌力、影响力、行动力三座无形资产的瑰宝之下,作为四川省家具行业“标签”的八益早已形成无可比拟的“聚金”能力。

据金融投资报消息,二十几年前,成都几乎没有谁看好当年的八益在偏僻的簇桥造“城”。到了今天,八益的租金不但连续上涨,而且一铺难求,当年追随八益的上千家家居产业商户和企业都无一例外地得到了高速增长和发展。今天,八益温江造城,一个更大更先进的城,八益能否再创奇迹?

“建场容易,建市难。”对于家居卖场而言,这个“金科玉律”不容忽视。然而,出于趋利避害的考量,近年来集中入市的家居投资项目却往往将之弱化。“市场重在培育。培育成市,至少是建一个场时间的五倍,花费的金钱也差不多有五倍。一年可以建成商场,但是五年不一定能培育成市。因此需要投入大量的资金来保障项目的运营和发展。”在谈及八益国际家居博览城时,创造了四川家具行业业绩神话的八益家具集团却毫不讳言。“完成从家居到居家的转变,为包括流通、生产制造、装饰装修等环节的整个中国大家居行业,在发展瓶颈期搭建一个全新的平台,批量培育下一代千万、亿万富翁。”建设伊始,八益国际家居博览城便承载了这样的使命。深入分析项目内部,不难发现,历经 24 年积淀,在品牌力、影响力、行动力三座无形资产的瑰宝之下,作为四川省家具行业“标签”的八益早已形成无可比拟的“聚金”能力。

地位无可替代:“八益品牌效应强大”

春季,全国各地的 6 万多家具经销商“如约”奔赴成都,目的地,正是集聚 2000 余个家具厂商的成都八益家具城。年复一年的盛况背后,正是川派家具企业的成长与丰收。

四川家具制造业从最初不成规模的工匠式作坊发展到如今的产业化、规模化、商圈集群化,八益家具城功不可没。回首 1991 年,当多数家具企业和经销商还在以街

四川农信捐资助力首届中国泡菜品牌大赛

■ 蒋萍

9 月 15 日,四川省农村信用社联合社向首届中国泡菜品牌大赛捐资仪式在四川省眉山市举行。仪式上,四川省联社眉山办事处主任廖甫江代表四川省农村信用社

“乐山制造”质取市场

■ 尹瑶

自今年 7 月省政府办公厅公布第十一届四川名牌产品名单以来,乐山市乐锅锅炉有限公司喜事不断:云南普洱一家咖啡公司经过多方考察比选,与公司签订 1200 万元的采购合同,第一批热水炉 10 月 15 日前交货;贵州乌蒙山生物医药公司投资 150 万元,采购公司 2 套卧式链条蒸汽锅炉。此外,乐锅锅炉公司成立 14 年来最大的一笔订单:出口蒙古国的 2000 万元锅炉设备已经签订意向协议,目前正在办理相关手续,届时乐锅锅炉将联合五通桥的其他锅炉企业一同分享“蛋糕”……

9 月 15 日,指挥完西岭雪山景区采购的一批电加热锅炉设备装车发货,公司总经理陈国昌拿出厚厚一叠订单,满脸兴奋地告诉记者,在市场疲软的大背景下,公司却能逆市上扬,产销两旺,这与公司刚刚获得四川名牌产品称号密不可分,“好几家采购商都说,在考察市场的时候,正是看到公司是四川名牌产品,质量肯定信得过,所以才会放心下单。”

经过 5 年多坚持不懈的申报创建,今年 7 月,乐锅锅

再造财富城池 八益品牌价值几何

■ 吉雪娇



为市之际,八益家具城已在外南簇桥启航,并在红牌楼——川藏立交桥一线,逐渐建立了属于四川家具的首座“城池”。而最初进入八益家具城的驻场经营者,如今已有多家成为纵横国内家具行业的王牌劲旅。

尽管与周边区域相比,八益家具城的店铺租金居高不下,但不少家具品牌依然将之当作重要乃至唯一口岸。说到八益的聚金秘籍,建立伊始就入场的商家们不约而同地为八益“点赞”。

“与八益合作近 20 年,最大的感受是八益对于商家的管理体系相当完善,商家们完全不用担心入场后无人管理。”梦迪嘉沙发总经理李先生感叹道。名扬世家家具营销总监杨先生亦表示,“从 1992 年入场至今,我们在八益设立的口岸并作为在成都市区的唯一口岸。作为老卖场,八益家具城人气充足,实力雄厚,作为老品牌,影响力无可取代。”

太阳神鸟家具营销总监莫女士也说,“我们的品牌可以说是与八益一同成长,八益为西部家具厂家、商家搭建了一个全国知名的平台,帮助商家出川,在互相公平竞争的同时,让产品受到全国各地消费者的欢迎。”

投入大量的时间和精力培育市场、培育产业,是八益每个围绕家居行业发展的项目能一呼百应的重要原因。在家居行业,八益的品牌效应已经非常强大,目前对于占据超过销售份额九成的批发业务而言,很多分销商都是冲着八益而来。作为未来的战略重心,八益国际家居博览城也势必承接这一重要的行业核心位置。

海量资金投入:“24 年造就家居航母”

2015 年,成都八益家具集团 30 周年华诞之际,承载着“从家居到居家转变”理念的战略升级之作——八益国际家居博览城,也将迎来开局之年。“为了更好地培育市场,找到家居转型之路,突破现有发展瓶颈,八益愿意花费大量的时间和现金,全力培育博览城,直至其完全走上正轨。”面向未来,八益也给予了这样的保障。但其资金实力能否支撑总投资计划高达 65 亿的八益家居博览城?作为包含家具生产、市场流通、文化产业、化工产业等八大产业、十三个下属子公司的企业集团,截至 2012 年,成都八益家具集团总资产已达到 18 亿元,销售收入 25 亿元。仅按照八益家具城目前 33 万平方米的体量和平均月租金,年租金收益就达到数亿元。资金实力的雄厚,持续的“造血”功能,将成为八益家居博览城开发运转的最大保障。

相较于与其他的家居市场,一直以来都是依托行业做行业的八益,无疑具备长远性和持续性。在八益家具城之前,四川家具企业只有几十家,从业人员不到 5 万人,年销售额不到 10 个亿。在八益的引领和示范下,四川家具制

联合社向大赛组委会捐资 100 万元。

举办中国泡菜品牌大赛是助推泡菜产业发展、打造泡菜品牌,提升眉山市泡菜知名度和影响力的重大举措。

据悉,首届中国泡菜品牌大赛将于 2014 年 10 月 31 日在眉山市东坡区与第六届中国泡菜展销会同步举行,

炉终于凭借科技含量高、品质过得硬、品牌叫得响、销售网络覆盖面广等综合因素,名列第十一届四川名牌产品名单。一同上榜的,还有乐山市的四川森态源农业科技有限公司、玖龙浆纸(乐山)有限公司、四川省邮政速递物流有限公司乐山市分公司等 15 家企业的 16 个产品。与此同时,四川峨胜水泥股份有限公司、四川罗城牛肉食品有限公司等 64 家企业的 69 个产品通过复查确认为四川名牌产品。

如果说乐锅锅炉初尝了这块“金字招牌”的甜头,那往届获评的四川名牌产品,早已在激励的市场竞争中感受到了品牌的力量。2009 年,罗城牛肉生产的牛肉休闲食品被评为四川名牌,当时,公司生产总值近亿元。在随后的发展中,公司进一步发挥品牌效应,把质量安全放在企业生存最突出的位置,专门组建 10 余人的质量管理团队,建立自己的绿色牛业基地,并进一步强化产品研发创新,如今,公司已拥有 10 个系列 100 多个包装规格的牛肉休闲食品,仅此一项去年公司销售收入就超过 9000 万元,产品知名度和竞争力显著增强。眼下正是生产的大忙时节,公司总经理苏荣聪愁的是订单完不成,“生产线根

造企业数量现已超过 5000 家,从业人员达 80 万人,年销售额更是突破了 800 亿元,其中八益家具城场内年交易额就近百亿元,占据了全行业的 1/8,目前八益家具城家居产品远销几乎全国所有一、二、三级家具市场,常年进货的各地经销商达 6 万多个,是中国西部最大的家居产品批发市场之一。其所积累的行业地位、品牌价值、厂商资源都是无可替代的财富。

难能可贵的是,整个博览城项目将由八益家具集团自己打造和经营,这也意味着,八益家具城成熟的经验和模式将被“复制”到博览城的管理运营中。“投资经营一体化,由专业人士做专业市场,这是很多专业卖场难以做到的。”八益家具集团董事长王学茂表示,“八益并非想在这一轮商业地产浪潮中通过售卖一个项目来获利,真正目的是培育市场,推动四川家居行业提档升级,让更多投资者来分享八益发展的成果。”“我们相信八益的实力,未来如果博览城项目二期开放认购,我们计划买下今后经营的商铺,这对于企业的长线经营无疑更加有利。”莫女士表示。

行业转型方向:“体验式情景获认可”

2014 年,楼市成交量呈大幅下降趋势,楼市低迷也影响到了与房产相关的产业,家居业同样面临着严峻考验。以四川为例,2013 年四川家具工业总产值同比增长了 10%,位居全国家具行业增长的前列。到 2014 年上半年,四川家具总产值同比增长仅 8%。生产过剩,生产管理水平亟待提升,市场进入白热化,这些均对过度膨胀的家居卖场突围提出了更高的挑战。

在“调整、转变、转型、提升、整合”成为 2014 四川家具关键词的同时,八益精准把握了突围之道,提出首创的“整合家居上下游产业链、提供整体居家全套解决方案”模式。而承载这一突破性思路的正是八益国际家居博览城,按照规划,整个项目会打造成中国唯一的“千家”博览馆:邀请全国上百个知名设计机构、独立设计师,打造近千个不同户型、不同风格的实体样板家,并提供 4000 个网络样板家,为消费者提供整体居家全套解决方案,免除消费者在采购过程中四处奔波、分散、零碎采购所造成的繁杂和脱节,为消费者带来崭新的消费体验,激活终端需求,聚合大量的消费资源。“年初以来受到的冲击,让我们开始明白,一味拼价格的时代已经过去了。谁的管理更科学,营销手段更迎合消费者心理,就会赢得市场。”杨先生说道,“八益整家模式通过打造体验式的情景,将有限的资源呈现出更好的效果,是符合家具企业的转型战略,也会是未来行业的发展方向。我们相信,凭借这项突破性举措,八益可以赢得更多的品牌认可与市场份额,再次引领行业财富浪潮。”

该活动是由中国食品工业协会、中国非遗保护协会、中国长寿促进协会、四川省农业厅和眉山市人民政府共同主办。大赛组委会将周密谋划,积极筹备、精心组织,把第一届中国泡菜品牌大赛举办为展示眉山泡菜风采、全国泡菜品牌的盛会。

本忙不过来,经销商打了款都上门等着提货。”

品牌是一个企业产品质量和市场信誉的重要标志,也是一个地区经济实力、综合实力和对外形象的集中体现。近年来,我市大力实施“以质取胜、质量强市”战略,激励企业强化质量管理,持续提高产品质量,增强市场竞争力,培育出了一批拥有自主知识产权的知名品牌企业和产品。截至目前,乐山市共有 79 家企业的 85 个产品荣获四川名牌产品称号,名牌产品总数位居全省第三。“乐山制造”备受市场青睐,正逐渐成为拉动全市经济增长和综合实力增强的“火车头”,带动越来越多企业走品牌发展之路。

据乐山质量技术监督局相关负责人介绍,下一步,该市将进一步发挥四川名牌在区域经济转型发展中的重要支撑作用,继续大力实施“质量强市、品牌发展、标准领先”的战略,把质量的提升作为优化产业结构、转变发展方式的重要举措,以“全国峨眉山茶产业知名品牌创建示范区”等为重点,进一步完善名牌经济发展规划和名牌激励制度,加强政策引导和扶持,抓好区域品牌的创建,培育产业集群,让“乐山造”占领更广阔的市场。

金妍皇菊主打四川花茶知名品牌



●作为有机花茶其总黄酮居同类菊花前茅,除在锦里等知名景点上市外,已在瑞士等海外市场布局。

■ 李庆

川人爱喝茶,尤其是喝花茶。在前不久徐公茶文化研究所举办的“论道花茶”活动中,碧潭飘雪创始人徐公对成都花茶新秀“金妍皇菊”点了赞。而就在近日,金妍皇菊研发机构表示,现经权威机构检测,该菊花茶成为继“中国八大名菊”之外的又一养生奇葩,目前已确定将其着力打造为四川花茶有力品牌。

检测:总黄酮含量居药用菊花前茅

花茶,又名香片,其中尤以菊花制成的花茶香味浓郁,茶汤色深,深得养生及爱美人士喜爱。由成都市林木种苗站引进培育的金妍皇菊在投放市场后,引来众多爱茶之士关注。而就在“论道花茶”活动结束后,省内的多家知名茶企表达了愿与金妍皇菊研发机构合作的意向。

金妍皇菊研发机构表示,金妍皇菊的种植环境都是经过严格选择的,整个生长过程中不施用化肥、不喷洒农药,保证了其产品的有机性。另外,经权威机构检测,金妍皇菊的总黄酮、挥发油、氨基酸等有效成分含量是中国药用菊花中较高的品种,成为继“中国八大名菊”之外的又一养生奇葩。据介绍,总黄酮可以帮助人消除疲劳,有抗衰老、保护血管、防动脉硬化、活化大脑及其他脏器细胞的功能,而挥发油大多具有发汗、理气、止痛、抑菌等作用。

布局:着力打造四川花茶有力品牌

值得一提的是,尽管碧潭飘雪为徐公所创,但金妍皇菊俨然成为徐公现在的最爱,每天他都会在自家院落泡上一杯金妍皇菊,细呷品味个中的清香。此外,金妍皇菊开始着力打造四川花茶有力品牌,现已在成都熊猫基地、锦里、杜甫草堂等成都著名旅游景点全面上市。因独有的养生特色,曾几度断货。

日前,金妍皇菊市场开发部门负责人表示,随着“花茶战略联盟”达成,在打造金妍皇菊四川花茶品牌的同时,还将组织更多花茶企业负责人赴全国乃至海外考察。下一步,还将组织会员单位建立“振兴四川花茶及创新发展战略合作协议”章程,为会员服务。

扩大川字号农产品影响力 四川绿色农产品产业升级增强

■ 叶青

四川作为农业大省,多年来大力发展绿色食品,数量和质量稳步提升,总量规模稳居西部第一、名列全国前列,品牌公信力进一步提升,成为安全、优质农产品的品牌代表,综合效益日益凸显,泸州老窖集团、郎酒集团、遂宁高金食品公司等一大批特大型企业都已加入绿色食品行列,产业带动能力不断增强,“会理石榴”、“东坡泡菜”、“蒙顶山茶”为代表的绿色食品品牌效应的不断扩“大”。

促进绿色食品产业升级。四川省绿色食品产业规模不断壮大,形成了种养加、产加销相结合的生产经营模式,产品涵盖蔬菜、水果、粮油、畜禽产品、水产品、林产品及其加工产品和食用盐、矿泉水、白酒等类别,全省共有绿色食品企业 343 户,产品 1091 个。产业水平不断提高,包括泸州老窖集团、郎酒集团、遂宁高金食品公司等一大批特大型企业都已加入绿色食品行列,产业带动能力不断增强。

提升企业品牌竞争力。四川省绿色食品坚持“公共品牌+企业品牌”的发展战略,促进企业加强自主品牌创新,有效增强了企业核心竞争力,推动企业可持续发展。截止目前,已有 31 家绿色食品企业获得中国驰名商标认定,占全省所有获得中国驰名商标认定的食品企业的 37.8%。

带动绿色食品市场开拓。四川省绿色食品市场占有率不断提高,销售额不断攀升,产品已远销欧、美、日、韩、俄罗斯、东南亚、我国香港和台湾等国家和地区。

助推优势特色产业发展。以“会理石榴”、“东坡泡菜”、“蒙顶山茶”为代表的绿色食品品牌效应的不断扩大,带动了会理石榴基地、眉山蔬菜种植、雅安传统茶产业等区域经济的发展,为提升和扩大“川字号”农产品影响力,推动全省特色效益农业综合产值增加发挥了重要作用。

链接

绿色食品

绿色食品是指遵循可持续发展原则,按照特定生产方式生产,经专门机构认定,许可使用绿色食品标志,无污染的安全、优质、营养类食品。无污染、安全、优质、营养是绿色食品的特征。无污染是指在绿色食品生产、加工过程中,通过严密监测、控制,防范农药残留、放射性物质、重金属、有害细菌等对食品生产各个环节的污染,以确保绿色食品产品的洁净。

按照《中国绿色食品商标标志设计使用规范手册》的要求,绿色食品企业在产品包装物上印制绿色食品标志图形、文字、产品编号和“经中国绿色食品发展中心许可使用绿色食品标志”的字样。