

威海贸促会会长戚黎明把脉转型中的威海渔具业

展会为契机打造“威海品牌”

文/本报记者 李彦慧 片/本报记者 王震

10月13日,第五届威海国际渔具博览会将揭开帷幕。目前,多家渔具公司已经开始布展,准备在这一业内盛宴抢抓商机。

作为威海对外贸易的一个窗口,威海渔具博览会正吸引着世界的目光聚集到威海。9日,第五届威海国际渔具博览会承办方威海贸促会会长戚黎明接受了本报记者的专访,为转型升级中的威海渔具业把脉。

渔具生产基地
“威海制造”享誉全球

戚黎明介绍,据粗略统计,世界渔具市场有80%的产品来自中国,其中威海产品就占50%。从上世纪80年代起,威海的渔具产业已经形成了世界独有的规模和密度,全市渔具产销企业超过1000家,拥有1000多个系列、近2万个规格的渔具产品。

“初期,威海渔具几乎全部贴牌加工,这就导致了一些企业不抓研发和销售,只在低端产品徘徊。”戚黎明说,这样的模式,让威海渔具在发展一定阶段后走进了瓶颈期。

如何打破这一瓶颈?作为一种休闲产品,渔具产品的展示和销售形成了该行业独特的模式,即举办渔具博览会。在各方努力下,2008年9月,首届威海国际渔具暨户外用品展览会成功举办。来自37个国家和地区的233位采购商齐聚威海,如此规模在威海专业展览史上前所未有,并一举开创了在中国渔具制造基地举办贸易展览会的先河。

首届渔具博览会给遭遇全球金融危机影响的中小渔具企业搭建了走出困境、谋求发展的平台,让威海的渔具产业看到了新的曙光。家门口的国际展会,让诸多渔具生产企业找到了“组织”,“威海制造”享誉全球。

戚黎明介绍,2009年10月、2010年10月、2011年9月,第二届、第三届、第四届国际渔具博览会分别在威海国际展览中心举办。与首届相比,后续的展会越来越国际化。作为中国渔具制造业基地,威海吸引了全球渔具采购商的目光,与渔具产业有关的物流、资金流、信息流迅速在这里汇集。

展会做契机
向“威海品牌”转型

据了解,渔具行业已经成为威海骨干行业之一。今年1-7月份,全市渔具出口为2.2亿美元,同比增长4.3%,占全市出口总额的3.7%,预计全年可达3.6亿美元。

“威海的渔具产业集群效应不是单靠哪一个领军企业就能形成的,需要所有企业整体实力的提升,从而达到资源整合、产业集中、分工严密、制作精细的效果。只有当产业集群形成规模优势的同时,完成了产业群到产业链的有效关联,产业集聚的优势才能实现质的飞跃。”戚黎明说,在目前的经济形势下,渔具企业正面临一个转型调整期。这对威海的渔具企业来说,是挑战也是机遇。

▼威海
贸促会会长
戚黎明。



▲在国际会展中心,展台的搭建工作已接近尾声。

全球经济形势不景气,让渔具产品需求下降,出口放缓。如何在困境中谋求发展,站稳市场,成为诸多渔具企业正在考虑的问题。戚黎明介绍,目前,国际渔具市场仍然被欧美主导,欧美企业长期占据着新技术、新产品的制高点,一些国内的渔具企业只能走贴牌生产的老路。

这样的形势,让威海的渔具企业面临着市场的洗牌。“要想摆脱对外的技术依赖,在转型升级中寻求突破,必须要加

大技术研发,关注产品创新,打造自主品牌。”戚黎明说,威海渔具博览会,给企业提供了一个打出品牌的契机。有不少本地渔具企业已经意识到这一点,走自主品牌的路子,并在历届的渔具博览会上赢得了不少市场。“像科尼、海明威、浪宝等渔具企业,都在打出品牌后成为后起之秀,在渔具市场占了一席之地。”

记者了解到,截至目前,第五届威海威海国际渔具博览会国内外参展商已达5520家,预

计参加博览会的客商和中外专业采购商总人数可达2500多人。此次博览会规模再创新高,已经达到世界三大渔具展的水平。

戚黎明介绍,通过渔具博览会,渔具企业可以更好地把握市场动向,调整市场战略,对自身的品牌建设之路走得更为开阔。“我们呼吁,渔具企业能以展会为契机,将‘威海制造’升级为‘威海品牌’,向高端产品生产领域进军,与国际知名品牌一较高下。”