

改变·成长

第十届中国林产品交易会特刊

十年林交,从展会规模的不断扩大,到菏泽林业企业的迅速崛起,进而成为菏泽知名品牌,可见林交会对于菏泽的影响是巨大且深远的。值第十届中国林交会开幕之际,本报记者兵分多路专访菏泽多家林业企业,以期探究林交会给菏泽带来的梦想与荣耀。

# 十年林交为菏泽带来梦想与荣耀

本报记者专访菏泽多家林业企业,探究十年林交赋予林业企业的成长基调

本报记者 袁慧 董梦婕 陈晨

山东隆辉佛桃文化传播中心:

## 10年林交会,让佛桃文化走向国际

“如果没有林交会,就不会有这么好的机会和平台让我发展起来,可以说我的成功与林交会是分不开的。”说起林交会,山东隆辉佛桃文化传播中心总经理侯广辉感慨万千,“我每届林交会都不曾缺席,企业的一步发展都与林交会密不可分”。

侯广辉说,参加第一届林交会时,当时企业还只是一个家庭式小作坊,在一个100平米农家院内,做一些小型木雕,属于起步阶段,他当初凭着对佛桃文化的喜爱,毅然走上以桃木雕刻的创业道路。

最初,销售只是靠业内口耳相传,没有一个宣传自己的渠道,市场狭小。当时非常希望有一个能展示自己的平台,将其所爱和大家分享。林交会的开办给他提供了这种机会。

“第一届林交会我定了一个小展位,然而收获却令我颇为意外。”侯广辉说,当时主要展示一些小件桃木工艺品,很受欢迎,随后还接到来自全国各地多个订单,为企业发展提供了很大的帮助。第一届林交会显著成效,让侯广辉决定,第二年还要参加,到今年林交会,他

从未缺席,同时林交会给他带来无限商机。“有个南方客户订购了一把桃木剑,价值二十多万,还有一些全国各地以及海内外的大型订单,我们现在深感人手不够,这些订单多和林交会有着密切的关系。”侯广辉满脸笑意。

据了解,佛桃文化产品,汇集了全国民间图案,发掘菏泽名人名声文化,由著名画家牛牧业先生设计,经技艺高超的民间艺人精雕细刻而成拥有菏泽文化特色。现已开发的产品有桃木系列礼品、红木系列礼品、牡丹文化系

列礼品等,今年又特意设计了孙膑文化系列产品,在将佛桃文化推向世界的同时,也希望将菏泽的文化特色展现出来。

“在今年的展厅上,我们将主要展出菏泽的特色,大型牡丹屏风,来展现富贵之意,体现牡丹之都的风采。”公司总经理侯广辉说,参加这样档次的林产品交易会,就要发展自身的文化特色去吸引客商的眼球,增加产品的竞争力,去争取订单。他们公司就是通过这个平台先后与国内外多家客商建立起了良好的合作关系。”

## 借助林交会平台,打造企业品牌

福宝马利莱家具有限公司利用林交会扩大了知名度,还结交很多客户

随着林交会日益临近,福宝马利莱家具有限公司作为每年都如期到场的“老牌”企业,提前一周已开始选择该带哪些新品赴会,为保持企业活力,该公司平均每个月都会设计生产四五款新品,林交会则成为企业每年最重要的推广平台。

“从2004年第一次参加林交会直到现在,每年林交会都没落下,通过这个平台不但扩大企业知名度,而且每年还结识不少新客户。”福宝马利莱家具有限公司总经理黄福宝说,通过这个平台,先后与河南、河北、江苏、

济宁等多省市客商建立了良好的合作关系,并在全市发展了四五十家经销商。

据了解,2002年,凭借着对家具行业的熟悉,黄福宝从西安一家沙发厂辞职,带着一批沙发原料回家创业,随后他花费十天时间精心制造出第一套沙发,很快吸引周边村庄村民注意,经过口碑相传,订单量大增,他大胆建了一个家具厂,产品从单一化向多元化发展。

创业之初,黄福宝就深知品牌知名度对企业的重要性,可是苦恼的是除了业内的口碑相传,缺乏一

个品牌宣传渠道,2004年,得知在菏泽将举办林交会的消息,黄福宝特地挑选了几款热卖家具,没想到不仅将品牌宣传了出去,还结识了不少外省客户,进一步拓展了自己的销售市场,经过四年发展,黄福宝的厂区进一步扩大,厂区也从巨野县万丰镇搬到柳林镇,公司集专业设计、生产、销售沙发、床垫、软床为一体,成为菏泽家具行业颇具实力的制造企业。

“沙发、床垫等家具和人体接触时间很长,就沙发而言,一套沙发需要100多种材料做成,材料是否环保、健康很重要,想做品牌就

得承诺品质。”黄福宝说,公司始终将顾客至上的品牌理念付诸于企业发展的每个环节,制造家具的木头均都是东北的松木,选材、烘干、脱脂到成品均经过严格质量控制,所有沙发的填充物都选用最环保、安全的三维PP棉。

多年来,福宝马利莱家具有限公司以优异的设计理念、专业的产品和特色完善的售后服务,缔造了品牌知名度和客户忠诚度,公司先后荣获“中国著名品牌”“中国优秀绿色环保产品”“中国第四、五届林产品交易会金奖”“地方知名品牌”。

## 小作坊成长为板材加工龙头企业

郓城顺兴木业借助林交会不断发展壮大

在郓城县黄安镇于楼村,林立着大大小小五百多家板材加工厂,1999年成立的顺兴木业是其中最大一家。自第一届林交会开始,顺兴木业借助林交会平台成长发展了十年,而现在顺兴木业逐渐成长为我国木制家具胶合板行业中的龙头骨干厂家。

14日,记者来到位于于楼村的顺兴木业,一路上街道两旁均是小型板材加工作坊,农家院里,树林里,都晾晒着粗加工的杨木板材。“以前我们家也是这样,”总经理陈继阳介绍说,顺兴木业正是从这样加工作坊做起,从粗加工到深加工,从单一杨木

板材到各种规格胶合板、家私板、覆膜板。

“连续十年参加林交会,对我们帮助很大。”陈继阳告诉记者,参加林交会,让这个位于小县城的木业企业有了更广阔的平台。“林交会的规模越来越大,同行企业前来参加的也越来越多,这是我们相互分享经验的一个机会,通常林交会结束后,我们还会组织人员去其他发展较好的企业学习。”

在林交会上,顺兴木业不仅仅将发展重点放在增加客源上,而是更重视能不能借助这个平台获得更先进的技术,引进更先进的机器。“林交会上有很多林业相

关的企业参展,有一次我们通过林交会引进了先进的锯边机。”陈继阳说,该锯边机使得本来由8个工人才能完成的工作只需2人即可完成。

借助林交会平台发展,顺兴木业相继通过FSC、日本JAS并且首家通过了美国加州CARB认证,率先达到国际先进标准水平。

今年林交会尚未开始,顺兴木业的订单已供不应求。“前几天两个订货商来催货,今天下午又来了一波。”陈继阳脸上洋溢着骄傲,公司生产的“红羽牌”板材受到业界认可,在广州,“红羽牌”板材打出了名气,连带着拓宽了于

楼板材的销路。

据介绍,顺兴木业的销售网络涵盖了国内多数大中城市,并且对外扩大到美国、欧洲、日本、韩国、东南亚等国家,并得到了广泛的认同。于2010年、2011年、2012年分别实现了年销售额46559万元、54194万元、65139万元,年增长率16%、20%。

拥有20条先进的板材生产线,年生产能力16万立方米的顺兴木业,现在最重要的工作就是申请山东名牌产品。“现在是林交会和申请工作两边忙,都是近期重点工作。”在展区,陈继阳布置着准备参展的产品说。