



扫一扫,看视频

我市礼品行业面对疫情苦练内功，延伸产业链 危机中觅转机 商机中抢先机

■记者 林长凯/文 王鹏洲/图

“2021年,瑞安礼品行业累计销售收入30多亿元,与往年基本持平。”日前,市礼品行业协会秘书长杨书敏表示,新冠肺炎疫情带来了国外部分地区订单回流,欧美市场对礼品的需求并没有降低。

据了解,瑞安礼品产业起步于上世纪70年代,目前已有300多家礼品企业,其中规上企业30多家,产品涉及4个大类1500个品种,畅销欧洲、美洲、日本等十几个国家和地区。近年来,受新冠肺炎疫情影响,我市众多礼品企业不等不靠、苦练内功,不断在设计上求突破,加紧联络海外客户,给订单投保险,延伸产业链,在危机中寻找转机和先机。

产业变革 创新突围

RUI BAO

成本明显增加 为订单上“保险”

林川镇是瑞安礼品生产企业的集散地,也是全国礼品十大生产特色基地之一,有“中国工艺礼品生产基地”美誉。林川镇聚集着工艺礼品企业200多家,年产值逾5.6亿元,主要产品有圣诞节礼品、木制相框、玻璃瓶船、智力玩具等4大类1500个品种。

位于林川镇张山庵的温州万伽祥工艺品有限公司,是我市工艺礼品生产销售的龙头企业。日前,记者在该公司的生产车间看到,工人们正在紧张有序地完成订单。

“新冠肺炎疫情发生后,我们的产值减少了,2021年产值近3000万元,比2019年的3300多万元减少了300多万

元,同比减少了10%。”温州万伽祥工艺品有限公司董事长王国文说,同时原材料价格、生产成本增加了,利润也相应下降了。

王国文告诉记者,公司今年生产的产品都是去年接的订单,产品的价格都已经谈妥,今年上半年,原材料价格上涨明显,比如一种俗称“果冻胶”的原材料,从2021年的每吨6000元涨到了日前每吨9400元。王国文说:“今年以来,工人工资、企业管理成本同比增加了近5%,电费同比上涨了近20%,但产品的售价没有变,增加的成本都需要企业承担。”

据了解,瑞安礼品企业生产的产品主要出口国外。近3年来,反复不断的新冠肺炎疫情导致不少国外客户破产、群众购

买力下降等不确定因素增多,我市礼品企业发展带来了影响。

2020年年初,我国暴发了新冠肺炎疫情,国内很多礼品生产企业破产,一些业务员主动找到温州万伽祥工艺品有限公司,询问是否可以接单。“我们对主动上门的订单,全部接收,并全部上了保险。”王国文说,他们公司平时就居安思危,早就做好了资金链的准备。

王国文说:“疫情发生后,各种不确定因素增多了,我们吃不准客户的情况,为了降低企业的风险,我们给订单投了保险。”当时,温州万伽祥工艺品有限公司接到了一个美国客户价值200万元的订单,经过风险评估后找了保险公司,按订单额1.5%交了3万元保费,对订单进行了投保。等到一切准备就绪,开始投入生产时,美国方面传来消息说,客户已经破产,订单取消,温州万伽祥工艺品有限公司马上申请理赔,目前已经收到了180万的赔偿,降低了损失。

据了解,2020年以来,温州万伽祥工艺品有限公司对接到的订单逐一进行风险评估,如果客户实力一般的,都进行订单保险。“2020年我们上保险的订单累计2000多万元,保费超过30万元。”王国文说,对订单进行投保是他们在危机中找到的转机,用较少的保费规避了企业的风险,努力把损失降到最低。

生意逆势增长 带动村民致富

敏分析:“一方面,我国疫情防控得力,复工复产有序,而不少东南亚国家受到疫情冲击,产能下降,很多订单回流,转向中国;另一方面,欧美国家的居民在节假日有购买、更换节日礼品的习惯,他们对情人节、复活节、丰收节、圣诞节等节日的礼品消费需求仍然不减。”

王连明告诉记者,目前他们的产品都在宁波港出口,今年上半年出口货柜比较紧张,一个货柜的货物价值1万美元左右,运费需要2万美元,并且这些都是客户买单。“客户在物流交通成本高企的情况下,加单热情依然不减,可见增长后劲强劲。”王连明说。

据了解,双明圣诞礼品有限公司目前遇到“场地小、工人难招”的问题。为了解决这个难题,王连明把产品发给周边村民来做。“我们的产品比较简单,对加工技术要求比较低,而周边农村剩余

劳动力比较多,把产品分给他们来做,是完全没有问题的。”王连明说,把产品发给周边村民来做,成本比招工人来厂里做工要低一些,同时这样还可以带动周边村民增收致富。

如今,林川镇大部分礼品企业都会把制作简单的产品发给周边村民来制作,当地的老年人和无固定职业者都可以通过制作礼品来增加收入。林川镇石埠坪村村民王碎乃今年85岁,在家制作礼品产品已有10多年,每个月有2000多元的收入,基本能维持她和老伴的日常生活开支。王碎乃告诉记者,当地的礼品企业非常好,看到她们老年人没事做,就会把简单的礼品产品发给她们做,让她们在家里也有收入。

“小小的工艺礼品,带动了周边村民共同富裕,实现了村民家有钱赚的愿望。”王连明感慨地说道。



工人在制作工艺礼品

延伸产业链条 寻找新的红利

2020年以来,我市礼品及工艺品产业都不同程度受到新冠肺炎疫情的影响,利润进一步被压缩。“只有不断开发和拓展新产品,才能适应市场的需求,维持订单。”杨书敏说,后疫情时期,礼品企业要进一步破解发展的瓶颈,寻找新的经济红利,才能取得更好发展。

为了让当地的礼品企业取得更大的发展,林川镇建立了中国礼品文化创意产业园,聚集了礼品生产企业,形成礼品产业带动轴、文化休闲延伸轴,并打造商务展示区、生态创意区及时尚度假区,将单一的工艺礼品生产制造延伸为集研发、设计、生产、展示、体验、推广、销售为一体的产业链条。

同时,不少礼品企业也开始寻找新的经济红利,由过去单一生产节日礼品往各类延伸产品发展,陆续走上礼品“日用品化”的路子。

瑞安华瑞工艺品有限公司近年来已经不再生产单纯的节日礼品,而是生产具有节日元素的灯具、灯罩,比如将LED灯泡放置在圣诞树外形的灯壳里,给普通的装饰品加上实用价值。企业负责人周邦柱深有体会地说:“纯工艺礼品只有装饰功能,没有实际用途,可有可无,将节日礼品和日用品结合,更受欧美市场欢迎。”目前,华瑞已有1000多种灯具款式,年销售额超过2000万元。

和华瑞工艺品有限公司一样,瑞安华尔特工艺品有限公司也积极延伸产品

的产业链条,除了生产节日礼品外,还生产相框、窗帘扣、餐巾盒等产品。企业相关负责人表示,积极延伸产品的产业链条,能提高企业应对突发事件的能力,也能满足更多客户的需求。因为做了延伸产品,华尔特工艺品有限公司在疫情中并没有受到很大影响,且产值还有10%左右的增长。

据了解,一些较早实行转型升级、拓宽产品种类的企业在市场竞争中抢得先机,取得较好发展。“在目前的大环境下,工艺礼品日用品化、日用品工艺化,是一个发展趋势。”杨书敏说,瑞安已有部分礼品企业已经从单一的节日礼品生产向工艺品、日用品延伸,比如将玩具和文具相结合,或者将节日元素或者文化元素和日用品结合等。

为了协助企业提升抵御和抗击国内外风险的能力,市商务局推出了一系列措施,多渠道支持包括礼品企业在内的外贸企业开拓国际市场。市商务局依据省“代参展”项目目录,出台瑞安市重点“代参展”重点展会目录,鼓励企业以“代参展”模式参加展会,对重点类展会支持标准外的剩余部分给予展位费最高30%的政策支持。同时,还实施成长型小微企业出口信用保险政府联保政策,进一步扩大出口信用保险覆盖面,将上年度出口额500万美元以下的企业纳入全市出口信用政府联保平台,对参保企业的保费予以全额补助。



双明圣诞礼品有限公司内堆满了未发货的货物

专家点评



张一力(温州大学商学院教授)

新冠肺炎疫情给礼品行业带来了错综复杂的市场环境,迫使礼品行业内部“洗牌变革”,其实,这正是企业苦练内功的绝好时机。企业要提高经营管理水平,才能在“大浪淘沙”的行业革新中脱颖而出,或在外贸形势好转时顺势突围。

首先,稳定传统市场份额,开拓新兴市场。礼品企业要对自身产品深耕细作,提高工艺水平和产品质量,努力提升产品竞争力,稳定传统市场份额。同时,礼品生产企业要逐步改变代工为主的生产模式,及时关注市场变化,不断开拓新兴市场,实

施市场多元化战略;还要实现线上线下资源互通,高效精准拓新客、稳订单等目标。

其次,树立品牌意识,打造出口贸易竞争新形象。苦练内功、注重创新和品牌建设,无疑是当下礼品企业实现转型升级的主要策略之一。礼品行业不仅需要通过提升产品的技术含量,而且还要实施品牌战略,培育一批有较高知名度的地域品牌、企业品牌和产品品牌,还需要通过一系列强社交属性的海外市场宣传和推广策略,加强海外客户对中国礼品的正面认知,打造良好的“中国智造”品牌形象。

再次,换位思考,从消费者的角度去研发产品。新冠肺炎疫情形势趋稳后,全球人民的生活水平得到复苏,消费者对各大节日以及过节的仪式感更加重视,礼品的个性化、实用化、创意化和定制化渐成礼品采购主流模式。礼品企业还要换位思考,从礼品消费者的角度看问题,多关注不同国家的节假日习俗,着重了解买家生活方式,研发符合消费者消费需求的产品。



双明圣诞礼品有限公司产品展示厅