

松湾荟谷(智能制造)产业园一期开建

总投资3.28亿元,原址为中山糖厂,打造成生产制造与历史情怀相融合的产业园区

本报讯(记者 卢兴江 通讯员 高丽琳)9月26日上午,松湾荟谷(智能制造)产业园动工建设,这是黄圃镇今年9月以来第4个动工建设的“工改”项目。项目分四期开发建设,当日开建的是第一期,总投资3.28亿元。整个园区建成后,目标产值50亿元。

据了解,松湾荟谷(智能制造)产业园项目占地200余亩,由香港主板上市企业正业国际控股集团全资投资开发建设。当日动工建设的第一期占地54亩,建筑面积

约8.4万平方米,园区拟建6栋独栋厂房、2栋高层高标准厂房,主要引进智能制造、食品加工、电子装配等产业进驻。

由于产业园紧邻中山粤海能源,园区将有蒸汽覆盖,并配备污水处理系统,一站式解决企业用气、电及污水处理需求。松湾荟谷(智能制造)产业园所在地原为国营中山糖厂,是我国第一个五年计划期间自行设计、自行制造设备、自行建筑安装投产的大型糖厂之一。松湾荟谷(智能

制造)产业园第四期将在遵循历史传承、融合发展原则基础上,依托中山糖厂历史文化背景,结合现有建筑基本情况及产城一体化发展整体定位,对旧有建筑进行合理拆建及保留,打造成生产制造与历史情怀相融合的产业园区。

据介绍,投资方将采取修旧如旧的方式,翻新原有食堂建筑,将其改为历史文化展馆,原糖厂码头也将改为文旅休闲码头,保留中山糖厂人的美好记忆。一些老

仓库将翻新加固,结合右侧保留完整的万吨仓统一规划改造,打造成具有本土文化特色及商业价值的文创空间。

正业国际控股集团深耕中山制造业多年,旗下的永发纸业公司已经在黄圃扎根发展20年,为当地经济作出了贡献。董事长胡正表示,按照规划,集团将在10年内把园区打造成年产值50亿元的产业园区。

今年截至目前,黄圃镇已清拆整备土地780亩,新动工项目30个,已竣工项目4个。

标杆示范、文化加持、直播助力…… 2023 中山大涌红木优品
直销节暨红木文化推广月启动

市民买红木可免费鉴定真假

9月26日,记者采访获悉,“粤贸全国 质造中山”中山货促消费系列活动——2023中山大涌红木优品直销节暨红木文化推广月已于9月23日启动,活动持续至10月22日,为期一个月。本届直销节首次推出“买家具送检测”服务,为消费者营造放心消费市场环境,进一步擦亮“大涌红木优品”品牌。

本届直销节以“乐购大涌 惠民消费”为主题,地点设于大涌镇内各大红木家具展厅。活动由中山市商务局、大涌镇人民政府共同主办,大涌镇经济发展和科技统计局承办,中山市红木家具行业协会、中国(大涌)红木文化博览城协办。

文/本报记者 李红 通讯员 李泽凯 图/本报记者 文波

■从“厂家直销”到“优品直销”

自2020年起,大涌镇坚持每年举办直销节,今年已举办至第四届。从首届的“厂家直销”到今年的“优品直销”,“大涌红木”更加注重做优品、做精品。2023中山大涌红木优品直销节举办期间,大涌镇政府公布本年度7家“2023年度红木家具领军企业”和20家“2023年度红木家具优品企业”,并为获奖企业颁发荣誉牌匾,以此肯定和鼓励企业继续做好红木家具行业的示范者,共同树立“大涌红木”诚信经营、放心消费的良好市场形象。

同时,本届直销节首次推出“买家具送检测”服务,在大涌镇注册的红木家具企业均可参与活动。消费者单次消费满5万元以上,可获赠木材检测服务。记者在设于红博城的中山市中广测红木家具检测站(即中山市中广测协同创新中心)看到,展厅内摆放了百余种木头标本,包含29种国标红木和材质近似的非国标红木。工作人员通过取样、切片浸泡和仪器观察样本的横切面构造特征,来准确鉴别样本的科、属、种,为送检木头出具检测报告。有了这个报告,消费者就能掌握购买的红木家具产品的用材情况,避免买到假冒伪劣产品。记者了解到,中山市中广测协同创新中心是广东省科学院测试分析研究所与大涌镇人民政府合作共建的公共技术服务平台,旨在为红木家具行业的转型升级和创新发展提供技术支撑。

“本次直销节推出买家具送检测服务,就是为了给消费者营造一个放心消费的市场环境,同时也是对诚信商家和商家诚信的激励。”大涌镇经济发展和科技统计局局长李子昌表示。

除此之外,本次活动还进一步推广“大涌红木企业电子导览地图”,向消费者派发《大涌红木家具导购手册》,线上线下

“双管齐下”,宣传“大涌红木”品牌,大力推介大涌红木优品企业。

记者采访获悉,近年来,大涌镇高标准编制《中山市大涌镇产业发展规划》《中山市大涌镇家具产业集聚环保发展规划》,不断提高红木产业门槛。同时,加快建设一批数字化智能化示范工厂,建设集文商旅于一体的千亩“红木商圈”,规划打造红木家具专业市场集群,大力促进红木家具产业向规范化、品牌化、智能化方向转型,持续擦亮“大涌红木优品”品牌。

■国潮风起 文化味浓

“你是否有这样的幸福记忆——小时候,我们坐在小板凳上,看连环画、下军旗、听爷爷奶奶讲那久远的故事……其实,我们的孩子同样需要这样的童年。”9月26日,在大涌镇2023年度红木家具领军企业东成红木展厅,一场“小红凳榫卯组装3分钟挑战赛”正在举行,消费者只要挑战成功就可以成本价购买小红凳。

当日挑战赛的主角“小红凳”由东成红木结合王世襄先生《明式家具研究》收录的条凳提炼而成,采用不需要“一枪一钉”的传统插肩榫、双榫、明榫等榫卯结构制成。“小红凳既是凳子,也是玩具,更是回忆。让孩子在生活中娱乐,在娱乐中体验古人的精湛技艺,提高孩子的想象力、动手力、观察力。”东成文宋营销总经理曾东阳认为红木家具品牌肩负着传播传统文化的重任,并且只有在文化认同中才能走得更远。

小红凳和另外一个小方桌便是东成红木打造的国潮风儿童家具系列,曾东阳希望将传统家具文化浸润到孩子日常生活的场景中去。目前小红凳以组装家具、玩具双重身份,已在多个渠道产生不错的传播热度,成为东成红木品牌的“文



中山市中广测红木家具检测站内,工作人员对红木样品进行检测。

化使者”。

而除了小红凳挑战赛,本次直销节东成红木还直接打出了“文化艺术节”主题,开展品茗、品乐、品香、品画等八大文化活动,现场展出多个国潮风文创产品,吸引了不少人驻足观赏。

打文化牌不是东成红木独有的。记者看到,大涌镇2023年度红木家具优品企业国方家居也在直销节期间推出“同品书香情 共聚中国节”活动,并在海报上打出了显著的“中国国家版本馆中央总馆木作项目制作单位”标识。活动期间,国方家居将会开展诗会、茶话会、总设计师高定沙龙等活动。

“随着红木家具品牌竞争越来越激烈,到最后比拼的就是文化内涵。”曾东阳认为红木家具企业高质量发展必须在“文化”二字上下功夫。

■“厂二代”主动走到镜头前带货

“这个黑檀木虽然不是国标红木,但也是高档硬木木材,达到国家硬木标准。这样一套黑檀三件套,只要15000多元。”一段抖音视频中,大涌镇2023年度红木家具领军企业檀荟红木厂“二代”曾辉鸿正在认真介绍自家产品,视频已经有了不错的播放量,引来许多感兴趣的观众在下面评论。

去年,曾辉鸿引入短视频团队在抖

音、微信视频号等多个渠道推广檀荟红木产品,吸引不少全国买家登门。经过一段时间的学习,曾辉鸿尝试自己出镜介绍,效果还不错,积累到今天,他早已经驾轻就熟,还培养出自己的视频团队,“视频传播引流效果非常好,今年以来线上流量带来的成交额已经达到五六百万元。”

线上业务的展开与檀荟红木近年来开发的新中式和硬木家具产品有关,“此类产品总价相对较低,很多年轻人都很感兴趣,适合进行线上推广。”曾辉鸿分析道。在今天的红木直销节上,檀荟红木又推出了黑檀木22件套,目前市场反响热烈。

而东成红木走的是不同路线。在今年开业的东成家具京东旗舰店内,小红凳、小方桌和小官帽椅等主打设计感的单品成为热销品,配合部分定制红木家具,打破以往红木家具难以线上成交的限制。曾东阳认为线上销售既是销售拓展,也是品牌推广,与文化推广同步进行,相互渗透。

在外部消费市场发生变化以及竞争日趋激烈的当下,红木家具企业对于销售渠道的多方位挖掘也是寻求突破和升级的必选动作。在今天的直销节上,大涌镇政府特别发布销售龙虎榜,对进入销售前列的企业进行奖励,鼓励各家企业“各展身手”“各施绝技”,打出拉动销售的“组合拳”。