

山沟里打拼出的“健康管材大王”

——记山东金力特管业有限公司董事长李京朋



阅读提示

李京朋，1976年出生于淄博市淄川区西河镇西坡地村一个普通的农村家庭，1997年毕业于淄博市交通技工学校。2004年，李京朋成立淄博福牌暖通设备有限公司，后改名为山东金力特管业有限公司。金力特管业作为山东省内唯一一家大规模直饮水不锈钢管材生产企业，其产品远销全国10余个省区、200多个城市，在业内颇受好评。

□ 本报记者 马景阳 刘磊
本报实习生 周洁

揣着30块钱只身闯张店

3月24日9时，虽然工地还没有开工，但李京朋还是一早就来到张店区房镇镇高北村搬迁房施工现场，与同事一起检查小区直饮水不锈钢管道的安装情况。只见李京朋头戴一顶蓝色安全帽，从楼下到楼上，从厨房到阳台，仔细用手敲打着每一根管道，生怕出一点问题。

“饮用水无小事，这项工程关系到小区800多户农村老百姓的饮水健康，更马虎不得。”李京朋告诉记者。

西河镇西坡地村位于淄川区南部偏远山区，李京朋正是在这片山沟沟里长大。小时候家庭环境的困苦，让他憧憬着有一天能走出山区，不再重复父辈的艰辛。1997年，技校毕业后，李京朋既没有找到专业对口工作，也没选择回家务农，而是兜里揣着皱巴巴的30块钱，毅然决定只身留在张店闯荡。

“哪里有活，哪里赶。吃住都得靠自己，就连一毛钱都恨不得掰成两半花。”李京朋说，那段时间，他在路边发过小广告，骑三轮

车送过桶装水，在工地上推过小车、干过瓦工、木工、电焊工。

1997年5月，一个偶然的机会，李京朋在朋友介绍下成为一家中央空调代理公司的业务员。

“参加面试时的酒店都铺着地毯，踩在上面软软的，感觉自己都不会走路了。坐个观光电梯，还差点掏钱要买票，大出洋相。”李京朋一边回忆当时参加业务员面试时的场景，一边笑着对记者说，“也正是那次面试，坚定了我继续在外打拼的决心，不混出个人样来，绝不回家。”

从小门头到资产数千万

1998年，李京朋入职仅一年，便凭借出色的销售业绩被破格提拔为淄博地区销售总监，工资涨到1200元/月。2001年，正当销售事业蒸蒸日上时，李京朋竟然主动辞职，开始创业，并成立了自己的第一家公司——淄博共创经贸有限公司。

“当时的共创说是公司，其实就是个15平方米的小门头，开始以经营开关、插座等低压电器和热水器为主。”李京朋谈起第一次创业经历时仍唏嘘不已，10万元启动资金是他跟亲戚、朋友四处拆借来的，进完货、交上房租，便所剩无几。“事业刚起步，资金格外紧张，基本是拆东墙补西墙，有时就连出去吃饭也得四处借钱，不过总算坚持过来了。”

2004年，事业逐渐步入正轨的李京朋成立淄博福牌暖通设备有限公司，经营产品从暖气片到地暖，他不放过每次市场转型机遇，越赚越多，公司规模也越做越大，但这并不能满足他的“野心”。

“2008年前后，暖气片行业已经‘日薄西山’，做品牌代理也并非长久之计。要想企业长久发展，就必须未雨绸缪，开发新项目。”李京朋说。正当李京朋一筹莫展时，朋友在国外使用直饮水的经历让他大受启发。“中国也有不锈钢直饮水项目，但远没有普及，仅在北、上、广、深等一线城市有所使用。”李京朋介绍，为了考察直饮水不锈钢管项目，他先后辗转广州、深圳、南京、苏州、上海等几十个地市，甚至远赴德国、法国、奥地利、荷兰等国家学习经验。

2009年，李京朋经过反复论证，最终决定把福牌暖通设备有限公司改名为山东金力特管业有限公司，并自主投资3000余万元，开始建设占地35亩的薄壁不锈钢管项目，填补了山东



3月24日，李京朋(右一)在张店区房镇镇高北村搬迁房施工现场检查小区直饮水不锈钢管道安装情况。

省内直饮水不锈钢管材生产的空白。事实证明，这是一次非常成功的企业转型，在钢材市场一片萧条时，李京朋的不锈钢管却供不应求。2014年，金力特管业销售额又上了一个大的台阶。

“等第一笔不锈钢管订单完成交易，我那颗悬着的心才真正落地。”李京朋说。

从生意人到公益人

“欧美等发达国家，无论在宾馆还是公园，随处可见直饮水设施，拧开水龙头，水可直接饮用。虽然在国内，饮用水管道中不锈钢管占比不足10%，但是从发展趋势看，素有‘健康管材’之称的食品级不锈钢管必然会代替塑料管道。”李京朋介绍，镀锌钢管易生锈，耐腐蚀性差，极易影响水质；塑料管道材质中的塑化剂等容易浸入水中，严重影响饮用水水质；食品级不锈钢管相对耐腐蚀性强，且不易浸出有害物质，可保障饮用水水质。

现在不锈钢管普及度不高主要还是观念问题，人们对新鲜事物从认知到接受总要有个过程。除了市场因素外，新生事物的推广还需政府推动和政策支持。目前，许多城市如湖南

株洲都有明文规定，新建公共设施和商品房住宅，供水管道必须使用食品级不锈钢管，旧的供水管网改造，也必须使用不锈钢管。

“金力特不锈钢管虽然在山东省独树一帜，其实在中国市场行业内也就刚刚排名前十。但三年内冲刺前三甲，争取早日上市，我信心十足。”李京朋坦言。

目前，金力特管业已拥有九项实用新型专利，拥有淄博市唯一一家双卡压薄壁不锈钢精密管道、管件工程技术研发中心。随着市场认可度的不断提高，金力特管业产品的销售范围也逐渐从淄博本地逐步辐射到全国10余个省区，近200多个地市。南到广州，北到哈尔滨，西到新疆喀什，东到上海等地，金力特不锈钢管都留下了“足迹”。

在公司发展蒸蒸日上的同时，李京朋也不忘回馈社会。目前，李京朋不仅是中国红十字会志愿者，更是“淄博市紧急救助爱心联盟”志愿服务队队长。他不仅联合其他爱心人士为沂源县学校资助煤炭，送温暖，还每年拿出数万元资助一些患大病的学生。

要做事，先做人。“年轻人要敢打、敢拼，要有破釜沉舟的勇气，要有梦想目标，脚踏实地做事才有可能成就一番事业。”李京朋说。

打造地域品牌 建立互联网+实体店销售模式

产业联合会给周村家具市场带来活力

阅读提示

周村沙发家具市场形成于上世纪90年代，经过20多年的发展，已成为江北最大的沙发生产基地，年交易额突破50亿元，并形成了较完善的产业链。但随着家具产业的发展，周村的周边城市已经悄然办起了家具大大小小的展会，同时在电商、房地产行业不景气等因素的冲击下，周村沙发家具市场传统的实体店销售模式已不再适应当前经济的发展形式，亟需搭建一个电商平台，指引他们向中高端市场迈进。

3月27日，淄博市周村区工商局带头联合产业链上的多类型企业共同成立了周村家具产业联合会，并向国家工商总局申请“周村家具”集体商标，打造地域品牌。此外还引进电商企业，为周村家具生产加工企业打通网上销售渠道，实现互联网+实体店的现代销售模式。

□ 本报记者 魏茜茜 实习生 周洁
本报通讯员 盛泰岭

产业联合会涵盖各环节

周村沙发家具市场形成于上世纪90年代，在当地凤阳、福王、蓝天等几个大型沙发生产企业的带动下，有越来越多的家庭作坊式家具生产厂商加入其中，周村沙发家具市场的规模因而不断扩大。并逐渐带动起原材料、销售、物流等其它配套服务，形成了比较完善的产业链。

目前，周村及周边地区的家具企业数量在2000家以上，年产值达到了25亿元，各类沙发市场面积共40万平方米，市场年交易额突破50亿元。经过20多年的发展，周村家具产业逐渐成为该区的支柱产业之一。

做家具行业的商人明白，参与家具展会，不仅能起到宣传产品的作用，更能接触到中国乃至国际家具行业的领军企业，了解当前的发展趋势，会展效益不可估量。然而近几年来，周村的家具生产企业发现，除了广州、深圳等地举办全国性的展会外，就连周边的济南、青岛、临沂几个地市也办起了小型的家具展会。而作为江北最大的沙发家具生产基地，周村却一直没有“露头”。

“大家各自为战，好的产品理念也藏着掖



周村区工商局与家具生产企业共同探讨集体商标的注册问题。

着，没有交流，止步不前，周村怎么跟其它地方竞争，这不是一个好势头。”山东福王家具有限公司副总经理祝国胜说。

为推动该家具产业发展，今年以来，周村区工商局广泛听取企业的呼声，走访了山东省家具协会、辖区内大专院校、产业链上的企业200余家，调研摸底并积极筹备，于3月27日牵头成立了周村家具产业联合会。

据了解，周村家具产业联合会吸纳了周村及周村周边地区从事家具生产、研发、销售、检测、培训、物流、其它配套服务等企、事业单位、社会团体。目前，共有88个理事以上单位、900个会员单位参与加入。

“联合会一成立，效果马上就出来了。比如现在物流企业给生产商介绍客户，从山西、陕西、河北来了好几拨家具经销商，这是我们没有想到的。”周村区工商局副局长孙杰说，成立联合会只是一个开头，接下来，还要在周村举办小型的展会，提供一个平台，先让辖区内家具企业互相学习，提高整个周村家具产业实力，再跟外面较量，会有更多优势。

促进企业加快品牌建设

周村家具产业联合会的成立也意味着“周村家具”集体品牌即将上线。孙杰告诉记者，周村的生产加工商，没有强烈的抱团发展意

识，这几年有不少企业请了明星代言，效果却不是很好。而较近的河北香河却一跃而起，发展迅猛，他们打出了地域性、集体性的广告语——“香河家具城”。这值得周村借鉴。

如今，周村家具产业联合会已经成立，该产业联合会也将向国家工商总局申请“周村家具”集体商标，打造地域品牌。

而对于企业来说，成立联合会带给他们最大的便利就是销售。“联合会内有专业的电商企业，能帮助我们实现线上销售，而举办会展，则为我们实现了线下销售。”祝国胜说。

自2014年底，周村区工商局筹备成立联合会以来，山东福王家具有限公司也嗅到了一丝蓄势待发的气息，同步成立了家具研发小组，致力于产品的设计和原材料的开发利用。并将研发家具销售收入的10%作为研发资金投入其中。

“研发为了什么？说到底，还是创品牌。”祝国胜告诉记者，20年前，是耐用型家具的天下，现在是环保的时代。家具产业做品牌更要符合潮流。所以现在，公司不再依靠传统的海绵、木材等原材料作为扩产的目标，而是开发乳胶原料和智能系列沙发产品，开拓新的市场。

“天然乳胶产量少，价格贵，产品是世界顶级寝具的主流，在欧美等国家非常受欢迎。现在全国能生产乳胶沙发的企业寥寥无几，快

人一步，也就抢得了先机。”祝国胜说。

在过去的一年，周村沙发家具市场面临了洗牌之痛，约有300家小型生产企业陆续关门。他们产量不多，形不成效应，且产品还是徘徊在20年前的水平。祝国胜说，眼下的2015年，对家庭作坊式企业来说，依然很难。若想生存下来，只有两种途径，一是改变产品，二是改变销售模式。

搭建电商平台

“像广州顺德等家具产业基地，在他们2014年的销量中，网购就占到三成。如果周村家具生产加工商再没有电商意识，估计他们这种传统的销售方式会逐渐被吞噬掉。”山东鲁作家具村电子商务有限公司总经理何树勋一语中的，道出了周村家具产业的突围之困。

他给记者举了一个实例，周村有一个80后年轻小伙子，开了一家网店，从周村一家生产藤椅的小工厂进货，每个月网销1400把藤椅。而这家公司老板，干了20多年，每月线下交易量还不及这个小伙子。由此可见，一个独立经营的实体店，转眼变成了别人的生产厂。

何树勋曾调研过周村沙发家具市场，他发现，在2000多个生产加工商中，只有3家开了网店，尝试网上销售，但一直没发展起来。即便是产值在1亿左右的大型家具企业，也只是设立了品牌官网，没有建立销售平台。

为什么开了网店还发展不起来？他告诉记者，有一个企业投入了200万，建成了一个网店，总共才卖了几十万元的家具，前不久跟内蒙古签了一个60万的订单，又因为磕磕碰碰的问题，给买家退了单。

何树勋说：“简单的开个淘宝店，等于是集市上摆了个小摊位，不算电商。而我们给企业做服务，涉及策划推广、企业培训多个方面，打造上线后，相当于进入了商城。”

“单指物流问题，家具的安装和配送，我们通过打造物流干网，对生产流通的数据进行整理和运作，专业化操作，可以减少货物的流动，这比企业自己解决物流问题强多了。”他说。

看到周村沙发家具市场缺乏一个电商平台，何树勋没有丝毫犹豫便加入了周村家具产业联合会，并依托该联合会，搭建起了家具村电商平台，为周村家具的线上销售实现了一条龙服务。目前已经有近70家企业进入该电商平台，其中山东福王家具有限公司加入家具村后，一个季度网销额就达到了200万元。看到几家大型企业的成功网销案例，周村有不少生产加工企业开始关注电商，他们的意识正在改变，并逐渐学习如何做好互联网+实体店销售模式，进一步提高“周村家具”的品牌地位。

淄博高新区生物医药产业创新园

荣膺中国生物医药

最具潜力园区

□ 记者 刘磊 实习生 周洁
通讯员 邹方瑜 报道
本报淄博讯 近日，“2014年中国生物医药最佳园区”评选活动圆满落幕，淄博高新区生物医药创新园荣膺中国生物医药最具潜力园区前10名。

据悉，此次评选活动由国内知名生物医药专业咨询机构BioInsight举办，从硬性竞争力、服务平台竞争力、软环境竞争力、投资价值竞争力等5大类别、37个分项对园区进行综合评价。本次评选旨在向全球范围推介中国生物医药领域最具技术优势、资源价值和潜力的先进园区。

淄博高新区生物医药产业创新园成立于2012年9月，是淄博高新区管委会依托当地产业优势建设的集研发、孵化和产业化示范为一体的公益性、专业化创新产业园区，2012年被科技部认定为国家级科技企业孵化器。自园区成立以来，生物医药产业创新园在基础、技术、管理培训、市场、金融服务等方面不断加强自身体系建设，努力为生物医药小微企业营造良好的孵化环境。目前，园区拥有各类生物医药企业60余家。

为提高园区整体服务水平及服务质量，园区建有山东大学淄博生物医药研究院及公共技术服务平台，可为园区生物医药企业提供人才、技术支持。在园区信息化建设方面，园区建有综合办公管理服务平台—95work信息平台，可为企业提供便捷的基础、办公等服务，同时建有LIMS智能实验室管理系统，实现公共技术服务平台管理信息化，提高园区服务效率。

清明节淄博旅游 进账1.694亿元

□ 记者 刘磊 通讯员 陈曦 报道
本报淄博讯 近日，记者从淄博市旅游局获悉，据统计，今年清明节假日淄博市各旅游景区共接待游客78.5万人次，门票收入1.694亿元。

据了解，假日期间，淄博市各区县、各景区结合春季旅游特点，精心策划推出登山节、赏花节及田园乡村采摘游等旅游特色主题活动20余项，活动特色鲜明、精彩纷呈，为市民和游客献上丰富的节日旅游大餐。重点景区接待节节攀升、拉动作用明显。沂源双泉举办了首届“樱花节”，市民在这里可以游古村，赏樱花、摘樱桃、尝土菜，体验魅力多彩的乡村游。博山鲁山国家森林公园举办的连翘花赏花节人潮火爆，活动期间凡住鲁山宾馆的游客可免费游览。

同时，自驾游、散客游成假日主流。据淄博原山、张店玉黛湖、沂源灵芝洞等部分景区出入口抽样调查显示，在本次游客构成中，自驾游和散客所占比例高达90%以上，多为阖家出游、结伴旅行，出行方式选择更加灵活多样。在客源构成中，本地市场增速迅猛，近程省内客源市场如滨州、东营、潍坊、莱芜、泰安、济南、德州受节前促销效应影响，来淄博游客大幅度增加。远程客源如北京、河南等地也有显著提高。

淄博市电子商务产业创新园

整体招商进入尾声

入驻企业68家

□ 记者 刘磊 通讯员 韩敏 报道
本报淄博讯 4月10日，记者从淄博市经济和信委获悉，淄博市电子商务产业创新园自2015年1月1日正式启动后，截至目前，共入驻企业68家，整体招商工作已经进入尾声。

据了解，淄博市电子商务产业创新园是经淄博市政府批准，由淄博市经信委联合张店区人民政府共同筹建，打造的全市首家集电子商务、服务外包、软件开发、创业融资、工业设计为一体的多功能综合性服务平台，依托政府主导，享有政策扶持、基金奖励、重点招商等优势，是淄博市培育和发展战略性新兴产业、服务外包产业的重要平台。目前，产业创新园A座正在进行招商登记，已有15家企业入驻。B座入驻企业53家，全部楼层已入驻完成，其中包括中国黄金珠宝电子商务交易平台、三大电信运营商的服务商中国铁塔股份有限公司淄博分公司、山东乐物信息科技有限公司的乐物网平台、山东凯弘保险销售的网销中心等一批上规模、有影响力的企业。

齐鲁化学工业区

一季度税收34.81亿元

□ 记者 刘磊 通讯员 泰煜 报道
本报淄博讯 近日，记者从齐鲁化学工业区国家税务局了解到，2015年第一季度，该局组织入库各项税收收入34.81亿元，完成全年任务的28.68%。

据了解，面对经济增速压力不断增大的情况，该国税局新年伊始就围绕服务地方经济发展新常态，本着早动手、争主动的原则，层层分解落实任务，全力以赴抓好组织收入工作。该局分别开展了“分析形势周”、“落实任务周”等主题周活动。尤其是落实任务周，把121.3亿元的年度税收任务，进行了层层分解落实，与各税源管理单位签订了全年税收收入责任书。同时，加强了对149户重点税源企业的监控力度，转变意识，优化服务，认真组织企业所得预年度汇算清缴政策辅导培训，强化企业所得税年终自行申报管理机制，并将管理增收任务分解落实到税源管理单位和稽查部门，明确工作责任，抓好督导检查，按月进行考核通报，确保了税收收入的及时足额入库。